

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
САРАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ»**

Материалы Международной
научно-практической конференции

(Саранск, 26–27 апреля 2022 г.)

В двух частях
Часть первая

САРАНСК
«КОВЫЛКИНСКАЯ ТИПОГРАФИЯ»
2022

УДК 001.8(063)
ББК 72.5
С56

Печатается по решению ученого совета
Саранского кооперативного института (филиала) РУК

Р е д к о л л е г и я:
Р.Р. Хайров (отв. редактор),
Е.Г. Кузнецова (зам. отв. редактора),
Е.В. Зотова (отв. секретарь), *Т.В. Дворецкая*

«Современные тенденции развития науки и образования в эпоху цифровизации» [Текст] : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Саранск, 26–27 апр. 2022 г.) : в 2 ч. / [редкол.: Р.Р. Хайров (отв. ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. – Саранск : «Ковылкинская типография», 2022. – Ч. 1. – 580 с.
ISBN 978-5-93966-136-2.

Материалы, вошедшие в настоящий сборник, затрагивают актуальные проблемы по следующим темам: вопросы обеспечения финансово-экономической безопасности в условиях цифровизации; исследование социально-экономических процессов в эпоху цифровизации; цифровые технологии в учетно-аналитической деятельности организации; актуальные проблемы управления в коммерческих организациях различных отраслей экономики (или сфер деятельности); роль информационных технологий в социально-экономическом развитии общества; современные проблемы и перспективы развития физической культуры и спорта.

Предназначены для научных работников, преподавателей и студентов вузов.

УДК 001.8(063)
ББК 72.5

ISBN 978-5-93966-136-2

© Оформление и составление.
Саранский кооперативный
институт (филиал) РУК,
2022

ПРЕДИСЛОВИЕ

В предлагаемый вниманию читателей сборник вошли материалы Международной научно-практической конференции «Результаты современных научных исследований», проходившей в Саранском кооперативном институте (филиале) РУК 26–27 апреля 2022 г. В своих выступлениях преподаватели, аспиранты, магистранты, студенты изложили собственное видение современных тенденций развития науки и образования в эпоху цифровизации. Сборник состоит из двух частей.

В совокупности вопросов, рассмотренных на конференции, выделяются следующие их комплексы.

1. Вопросы обеспечения финансово-экономической безопасности в условиях цифровизации.
2. Исследование социально-экономических процессов в эпоху цифровизации.
3. Цифровые технологии в учетно-аналитической деятельности организации.
4. Актуальные проблемы управления в коммерческих организациях различных отраслей экономики (или сфер деятельности).
5. Роль информационных технологий в социально-экономическом развитии общества.
6. Современные проблемы и перспективы развития физической культуры и спорта.
7. Интеграция науки и практики: гражданско-правовой аспект.
8. Теория и практика совершенствования уголовного законодательства и расследования преступлений.
9. Интеграция теории права и правоприменительной деятельности.

ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

УДК 336.7

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ КОМПАНИИ

Людмила Александровна Абелова, кандидат экономических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: abeloval@yandex.ru

FORMING AN EFFECTIVE SYSTEM OF MANAGING FINANCIAL RESOURCES OF THE COMPANY

Ludmila Aleksandrovna Abelova, PhD in Economics, Associate Professor

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье рассматриваются вопросы, связанные с управлением финансовыми ресурсами компании.

К л ю ч е в ы е с л о в а: финансовые ресурсы, управление финансовыми ресурсами, источники формирования финансовых ресурсов.

The article deals with issues related to the management of the company's financial resources.

К е у w o r d s: financial resources, financial resources management, sources of financial resources formation.

Эффективное управление предприятием обеспечивает расширение сегмента рынка присутствия экономического субъекта, результативность деятельности. Построение эффективной системы управления финансовыми ресурсами предприятия позволяет ему устойчиво и благополучно развиваться [1].

© Абелова Л.А., 2022

Для построения подобной системы управления финансовыми ресурсами предприятию необходимо следующее.

Совершенствование управления дебиторской задолженностью. В процессе анализа деятельности АО «Московская Инженерно-Строительная Компания». было установлено, что отрицательным фактором в структуре оборотного капитала является то, что дебиторская задолженность занимает значительный удельный вес: в 2017 г. – 48,5 %, в 2018 г. – 48,5 % и 2019 г. – 57,1 %. В этой связи, перед каждым предприятием стоит острая необходимость осуществления деятельности по оптимизации размеров и структуры дебиторской задолженности. Эффективное использование оборотных средств играет большую роль в обеспечении нормализации работы предприятия [2].

На современном этапе социально-экономического развития государства важнейшей стратегической задачей руководства коммерческой организации выступает максимально эффективное формирование и управление дебиторской задолженностью. В связи с этим перед предприятиями появляется проблема, которая напрямую связана с расчетно-платежной дисциплиной. Вследствие этого рациональное управление дебиторской задолженностью хозяйствующего субъекта связано, прежде всего, с оптимизацией величины и обеспечения инкассации задолженности.

Для рационального управления дебиторской задолженностью предприятие должно разрабатывать и реализовывать особенную финансовую стратегию по оптимизации дебиторской задолженности.

Данная политика ориентирована на постоянное расширение масштаба и географии реализации производимых товаров.

Дебиторская задолженность в условиях конкурентного противостояния является важнейшим компонентом рациональной сбытовой деятельности коммерческого предприятия.

Система управления дебиторской задолженностью классифицируется по двум крупным блокам. Первый блок основан на кредитной политике, которая позволяет максимально рационально использовать дебиторскую задолженность как фактор и условие повышения объемов продаж. Второй блок образует комплекс мероприятий, которые ориентированы на уменьшение риска формирования дебиторской задолженности.

В целях снижения отсрочек платежей полезен способ спонтанного финансирования, давно и успешно используемый во многих государствах. Его сутью состоит в предоставлении скидок клиентам за уменьшение сроков расчета. Подобная схема представляет собой достаточно дешевый способ получения предприятием финансовых ресурсов.

Предоставляя покупателю отсрочку платежа за произведенную и реализованную продукцию, поставщик, по сути, предоставляет коммерческий кредит и принимает на себя риск упущенной коммерческой выгоды.

Отсрочка платежа является отличным инструментом в современной коммерческой работе, который позволяет наладить более лояльные и даже дружеские отношения поставщика и покупателя. Однако длительная задержка материальных средств оказывает самое неблагоприятное влияние на развитие бизнеса, в то время как финансирование предприятия без задержек способствует устойчивому оптимальному росту бизнеса.

Факторинг предоставляет возможность решить эту проблему. По сути, факторинг – это финансирование поставок с отсрочкой платежа, либо выкуп дебиторской задолженности. Фактически, для покупателя ничего не меняется. Покупатель также получает отсрочку платежа. На это время факторинговая компания предоставляет до 95% суммы по накладной. После этого покупатель перечисляет оставшуюся сумму на счет предприятия, а факторинговая фирма возвращает оставшиеся 5%.

Конечным результатом финансово-хозяйственной деятельности предприятия является чистая прибыль. В АО «Московская Инженерно-Строительная Компания» чистая прибыль, в результате сложившихся тенденций, снизилась к концу периода исследования на 34,2%. Это с одной стороны отрицательно характеризует результативность работы, но с другой стороны предприятие не в убытке, что уже является позитивным.

В целях стабилизации и роста прибыли предприятия, как одного из основных источников финансирования деятельности предприятия рекомендовано:

1. Планирование балансовой прибыли. Это составление прогнозов по норме прибыли и возможностям её использования.

2. Анализ эффективности производственной и торговой деятельности предприятия. Эффективность производственной и торговой деятельности субъекта предпринимательской активности характеризуется на основе использования абсолютных и относительных показателей. основополагающим относительным индикатором выступает показатель рентабельности. Сущность настоящего индикатора заключается в соизмерении расходов и полученных результатов. С целью оценки экономической эффективности предприятия применяется индикатор рентабельности продукции. Показатель определяется в результате отнесения прибыли от продаж к совокупной себестоимости товаров. Показатель рентабельность продаж воспроизводит величину прибыли, которую приносит коммерческой организации каждый инвестированный в производ-

ство и реализацию рубль. Нередко при расчете настоящего показателя вместо значения прибыли от реализации применяют чистую прибыль предприятия. Однако в этом случае на рентабельность будут воздействовать факторы, которые непосредственно обусловлены снабженческо-сбытовой деятельностью и налогообложение коммерческой организации.

Помимо рентабельности продукции с целью исследования экономической эффективности применяют показатель рентабельности продаж. Данный индикатор предоставляет возможность отслеживать динамику процесса ценообразования. Индикатор показывает удельный вес прибыли в совокупной величине выручки предприятия. Собственно, настоящий показатель позволяет принять важное управленческое решение, по какому пути будет происходить прирост прибыли: посредством прироста масштабов производства или сокращения себестоимости продукции. В процессе анализа деятельности предприятия целесообразно рассчитать рентабельность активов. Рентабельность активов показывает, какую величину прибыли субъект предпринимательской деятельности получает на каждый рубль, вложенный в имущество. Определяя рентабельность предприятия, важно знать рентабельность собственного капитала. Он определяется путем деления чистой прибыли на величину собственного капитала.

Коэффициенты рентабельности (прибыльности) отображают способность предприятия генерировать необходимую прибыль в процессе финансово-хозяйственной деятельности, и определяют эффективность использования активов и вложенного капитала.

Проведенный анализ деятельности АО «Московская Инженерно-Строительная Компания» показал, что рентабельность активов выросла на 2,9 %. Произошло это вследствие снижения стоимости активов на 47,3%; рентабельность оборотных активов увеличилась на 0,6 процентных пункта, в результате снижения стоимости оборотных активов на 47,8%; рентабельность собственного капитала снизилась на 7,2 п.п., вследствие его роста на 1,5%, снижается эффективность использования внутренних финансовых ресурсов. Снижение рентабельности свидетельствует о снижении отдачи вложенных ресурсов в деятельность предприятия, что является необходимым к принятию с целью снижению деструктивного воздействия угрожающих факторов в области финансовой функциональной составляющей.

Для своевременной идентификации угрожающих факторов необходимо разработать систему эффективного управления финансовыми ресурсами АО «Московская Инженерно-Строительная Компания».

Для рассматриваемой организации предлагаемый алгоритм

осуществления мониторинга состояния финансовой сферы может включать 7 последовательных этапов.

На первом этапе разрабатывается «Положение о мониторинге финансового потенциала. Оно может предусматривать:

- общие положения;
- цели и задачи мониторинга;
- объекты мониторинга;
- основные направления и виды мониторинга;
- информационная база мониторинга;
- организация и управление мониторингом.

Второй этап предполагает обоснование целей и постановку задачи, которые ставит управляющее звено. Так как диагностика финансового потенциала включает рассмотрение всех элементов деятельности предприятия, то направление мониторинга также может быть выбрано по сферам, либо проводится общая оценка.

Третьим этапом является сбор и расчет основных показателей, характеризующих финансовую составляющую организации. Именно финансовая составляющая в значительной степени определяет конкурентные позиции предприятия, его платежеспособность, взаимоотношения с партнерами, перспективы развития, благополучие его собственников и работающих, т.е. успех хозяйственной деятельности [3].

Перечень показателей должен учитывать: показатели платежеспособности; показатели ликвидности (коэффициент текущей ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности, коэффициент общей ликвидности); показатели рентабельности (рентабельность активов, рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала, рентабельность инвестиций). Возможная система показателей для проведения мониторинга состояния финансового потенциала. На данном этапе, должен проводиться индикативный анализ, в результате которого определяется: к какой зоне риска относятся значения расчетных показателей.

Четвертый этап мониторинга подразумевает анализ расчета основных показателей финансовой составляющей экономической безопасности организации. На данном этапе выявляются основные тенденции изменения значений показателей и рассматриваются причины, которые спровоцировали их изменение.

Пятый этап состоит в выявлении рисков и угроз. Риски определяются исходя из предыдущего этапа. То есть, выбор возможных рисков в финансовой сфере АО «Московская Инженерно-Строительная Компания» зависит от зоны, в которой находится значение каждого из рассчитываемых показателей. Угрозы определяются исходя из того, в какой области финансового потенциала уже имеются ущербы. Таким образом, формируется реестр рисков

и угроз. Финансовая безопасность предприятия предполагает его устойчивое финансовое развитие, а также отсутствие любых угроз со стороны [4].

Шестой этап предполагает выбор методов воздействия на риск и минимизации ущербов. Заключительный этап состоит в разработке мероприятий по нейтрализации воздействия угрожающих факторов на финансовую составляющую предприятия. Он является наиболее трудоемким, так как предусматривает использование результатов всех предыдущих этапов мониторинга. Кроме того, сложность представляет подобрать необходимые мероприятия, которые должны быть определены на краткосрочную и среднесрочную перспективу.

Проведение мониторинга управления финансовыми ресурсами и осложняется и тем, что хозяйствующие субъекты наиболее подвержены изменениям внешней среды. Одним из важнейших условий успешной деятельности предприятия является анализ управления процессом формирования ... финансовых ресурсов на предприятии [4].

Важно учитывать нестабильность процессов, происходящих в экономике [5].

Предприятию в случае выбора стратегии перспективного развития предстоит решить многие задачи [6]. Успешная деятельность предприятий организаций в значительной степени определяется уровнем активности и масштабами их деятельности [7].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina //В сборнике: Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. С. 1171–1178.
2. *Абелова, Л.А.,* Мони́на Д. Управление оборотным капиталом организации - Studium. 2014. № 4-3 (33). С. 24.
3. *Маркова, А.А.,* Катайкина Н.Н., Абелова Л.А. Обеспечение финансовой безопасности хозяйствующего субъекта. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 3-1. С. 68–75.
4. *Захаркина, Р.А.,* Катайкина Н.Н., Маркова А.А. Финансовая безопасность кредитной организации. Саранск, 2020. 112 с.
5. *Абелова, Л.А.,* Каргин Ю.И., Катайкина Н.Н. Каргин Ю.И., Управление формированием и использованием финансовых ресурсов ООО «ЛИСМА» Вестник Алтайской академии экономики и права. 2018. № 5. С. 5–14.
6. *Абелова, Л.А.* Резервы формирования и совершенствование структуры источников формирования финансовых ресурсов ООО «Вторчермет» // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества Материалы II Международной научно-практической конференции. 2018. С. 62–65.
7. *Абелова, Л.А.,* Катайкина Н.Н., Маркова А.А. Источники финансирования деятельности хозяйствующего субъекта. - Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 11-1. С. 5–12.

УДК 658.15

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ И ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Елизавета Анатольевна Архипова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: lizaarhipova1@gmail.com

THE MAIN CAUSES AND PROBLEMS OF THE FINANCIAL CONDITION OF ORGANIZATIONS

Elizaveta Anatolyevna Arkhipova, Master's Degree student
Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Актуальность исследования изучаемой проблемы исходит из того, что в изменившейся экономической среде, принятие экономических и организационных мер по профилактике кризиса является основной целью. В статье рассмотрены проблемы финансового состояния, которые напрямую связаны с управлением денежными потоками организации, что влияет на получение входящего денежного потока и его расходования. Со ссылкой на данные Росстата отмечена тенденция некоторых показателей финансового состояния российских организаций.

К л ю ч е в ы е с л о в а: финансовое состояние, организация, кризис, платежеспособность, доходы, финансовые результаты.

The relevance of the study of the problem under study proceeds from the fact that in a changed economic environment, the adoption of economic and organizational measures to prevent the crisis is the main goal. The article discusses the problems of financial condition, which are directly related to the management of the organization's cash flows, which affects the receipt of incoming cash flow and its expenditure. With reference to Rosstat data, the trend of some indicators of the financial condition of Russian organizations was noted.

К е у о р д s: financial condition, organization, crisis, solvency, income, financial results.

Главной целью коммерческой организации является получение максимальной прибыли. В период кризиса главной задачей организации является приспособление к изменившейся экономической среде, принятие экономических и организационных мер по профилактике кризиса. Поэтому оценка финансового состояния организации, проводимая по результатам финансового анализа за соответствующий отчетный период, позволяет определить необходимые мероприятия по повышению финансовой устойчивости организации и по профилактике кризисных явлений.

Основные причины (проблемы) недостаточного финансового состояния организаций представлены на рис. 1.



Р и с. 1. Основные причины недостаточного финансового состояния в организациях РФ [1]

Вместе с тем нужно отметить, что из важнейших проблем недостаточного уровня финансового состояния современных организаций могут быть отмечены такие [2]:

- отсутствие такого руководства, которое было бы грамотным в вопросе управления рассматриваемыми категориями, а в качестве результата выступает отсутствие целой системы целей и задач организации, неэффективность управленческой системы, нерационального характера распределение полномочий в трудовом коллективе, а это приводит к недостаточному уровню эффективности ведения контроля за образованием обязательств долгового характера;

- недостаток кадров в сфере управления и маркетинга - в итоге появляются сбои в функционировании разного рода отделов, где является необходимым срочное вмешательство специалистов и руководителей, в ином случае возможным будет нанесение ущерба деятельности всей организации, а это вызовет нерациональные потери, рост издержек и уменьшение уровня прибыльности, а потом и платежеспособности и ликвидности;

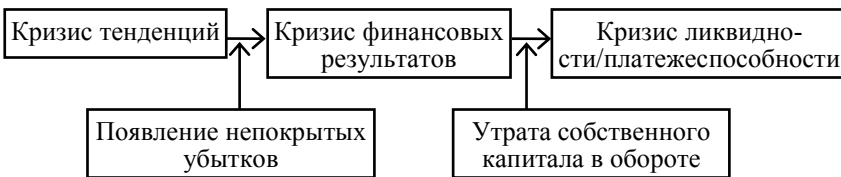
- устаревшие системы ведения контроля, составления планов, мотивации и организации функционирования организации, в результате которых руководящий состав организации реагирует на негативные факторы внешней и внутренней среды с некоторым опозданием, а это влечет за собой нарушение функционирования всей организации, в частности, нарушение сроков проведения расчетных операций – это выражается в неграмотном контроле за возникновением и возвратом задолженности дебиторов;

- нехватка оборотного капитала в организации – недостаток де-

нежных средств, посредством которых проходят расчеты с поставщиками, а вместе с тем недостаток запасов, которые вместе влекут за собой повышение кредиторской задолженности и в целом финансовой нестабильности организации;

– сильная конкуренция – неспособность организации быть сильным конкурентом на определенном сегменте рынка, что вызывает отсутствие спроса на ее товар или услуги, а потом повышение издержек и уменьшение уровня прибыльности, что может оказать негативное влияние на ликвидность и платежеспособность организации.

В монографии Торогельдтева А. Б. сформировал ряд фаз, в ходе которых происходит развитие неблагоприятных факторов, обеспечивающих неплатежеспособность и нарушение условий ликвидности организации (рис. 2) [1].



Р и с. 2. Фазы развития факторов финансового состояния, неблагоприятные для платежеспособности

В фазе «Кризис тенденций» показатели, характеризующие финансовое состояние, удовлетворяют критериальным (заранее установленным) значениям, хотя фиксируется тенденция появления неблагоприятных условий, при которых возникает отрицательная динамика финансовых результатов, а именно [3]:

– сокращение величины среднемесячной выручки;
– увеличение средств, отвлеченных непосредственно из производственного оборота, то есть средств в расчетах (например, задолженность дебиторов);

– снижение относительных показателей, характеризующих эффективность основной деятельности (рентабельности продаж) и использования имущества (рентабельности активов и/или нормы чистой прибыли);

– превышение темпов роста себестоимости продукции над темпами роста выручки.

Фаза «Кризис финансовых результатов» характеризуется проявлением основных проблем организации в финансово-экономической сфере, то есть данную фазу можно описать следующими особенностями:

- наличием непокрытых убытков;
 - появление закономерного снижения коэффициента автономии, характеризующего увеличение зависимости деятельности предприятия от заемных средств:
 - сокращение доли собственного капитала в оборотных средствах, уменьшение степени покрытия оборотными активами краткосрочных обязательств;
 - начало перевода доли долгосрочных обязательств в разряд обязательств краткосрочных;
 - увеличение показателя степени платежеспособности по текущим обязательствам, который становится выше трех месяцев.
- Фаза «Кризис платежеспособности» характеризуется появлением реальной угрозы неплатежеспособности организации [4]:
- увеличением показателя степени платежеспособности по текущим обязательствам (значительное превышение трех месяцев);
 - отсутствие возможности покрытия краткосрочных обязательств оборотными активами;
 - отрицательная рентабельность, характеризующая убыточную деятельность организации;
 - существенное сокращение коэффициента автономии (расчетные значения для конкретной хозяйствующего субъекта значительно ниже нормативно установленного 0,5), следовательно, катастрофическая нехватка собственного капитала в оборотных средствах, как результат этого является тотальная зависимость организации от заемного капитала.

По данным Росстата отмечается следующая тенденция некоторых показателей финансового состояния российских организаций (без учета микро и малого бизнеса) (таблица).

Динамика некоторых показателей финансового состояния российских организаций в 2016–2020 гг, % [5]

Год	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	Коэффициент автономии
2016	124,7	–42,2	42,5
2017	124,4	–41,8	41,7
2018	126,1	–44,4	40,6
2019	124,0	–41,2	41,4
2020	159,2	–19,6	47,9

Несмотря на многочисленные негативные факторы, оказывающие влияние на ликвидность и платежеспособность, динамику данных показателей за 2016 – 2020 гг. показывает положительный темп роста. Так коэффициент текущей ликвидности российских

компаний вырос на 34,5 %; коэффициент автономии вырос на 5,4%; коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами – на 22,6%.

Таким образом, современные проблемы финансового состояния напрямую связаны с управлением денежными потоками организации, в процессе которого организация сталкивается с необходимостью получения входящего денежного потока и его расходования. Платежные средства оборачиваются и движутся навстречу друг другу. Размещение свободных финансовых ресурсов организации должно базироваться на соблюдении принципов эффективных соотношений между доходностью и возможными рисками, сроками вкладов и ликвидностью. Разработка финансовой стратегии является одним из инструментов реализации финансово-хозяйственных целей организации [6].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Торогелдиева, А.Б.* Исследование ликвидности и платежеспособности – как основы решения социальных проблем на предприятиях // Учет и контроль. 2021. № 4. С. 34–40.
2. *Глазов, М.М.* Выявление проблем платежеспособности предприятия // Глобальный научный потенциал. 2021. №2. С. 170–172.
3. Методы финансового анализа. Текст: электронный - URL: https://spravochnick.ru/analiz_hozyaystvennoy_deyatelnosti/finansovyy_analiz/metody_finansovogo_analiza/ (дата обращения: 14.03.2022).
4. *Васильева, Т.В.* Факторы, влияющие на платежеспособность предприятия // Научные вести. 2021. № 5. С. 55–60.
5. *Романюк, Н.Ф.* Управление риском потери платежеспособности // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. 2020. № 1. С. 85–87.
6. *Зотова, Е.В.* Финансовая стратегия как инструмент реализации финансово-хозяйственных целей предприятия // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 161–165.

УДК 657

**АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ
ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Ксения Андреевна Гвоздева, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803968@ruc.su

**ALTERNATIVE METHODS OF ASSESSING
THE FINANCIAL CONDITION
IN THE DIGITAL ECONOMY**

Ksenia Andreevna Gvozdeva, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Залогом эффективного развития любой компании выступает ее финансовое состояние. Во многом это связано с тем, что именно устойчивое финансовое состояние компании показывает ее инвестиционную привлекательность для различных инвесторов, кредиторов, аудиторов, контрагентов. Практика анализа финансового состояния сводится к традиционному анализу коэффициентов, характеризующие данные экономические состояния компаний. В данной статье рассмотрены альтернативные методы оценки финансового состояния, позволяющие оптимизировать достижение поставленных целей при проведении анализа в соответствии с выбранными критериями его качества, а также обосновать привлекательность компании.

К л ю ч е в ы е с л о в а: финансовое состояние, платежеспособность, финансовая устойчивость, экономико-математические методы, матричные модели.

The key to the effective development of any company is its financial condition. This is largely due to the fact that it is the stable financial condition of the company that shows its investment attractiveness for various investors, creditors, auditors, counterparties. The practice of analyzing the financial condition is reduced to the traditional analysis of the coefficients characterizing these economic conditions of companies. In this article, alternative methods of assessing the financial condition are considered, which allow optimizing the achievement of the set goals when conducting an analysis in accordance with the selected criteria of its quality, as well as substantiating the attractiveness of the company.

К e y w o r d s: financial condition, solvency, financial stability, economic and mathematical methods, matrix models.

Исследование теории и практики анализа финансового состояния компаний как отечественных, так и зарубежных ученых показало, что в настоящее время для его оценки используется преимуще-

шественно коэффициентный анализ, строящийся на ряде однотипных показателей.

В настоящее время в экономике и обществе происходят глобальные преобразования, связанные со становлением «цифровой экономики», что в свою очередь сопровождается усложнением экономических процессов и все более отчетливо начинает проследиваться отставание аналитического инструментария оценки платежеспособности и финансовой устойчивости.

Наиболее известным экономико-математическим методом оценки платежеспособности является корреляционно-регрессионный анализ, который позволяет определить зависимость итогового показателя от ряда переменных факторов. Преимущественно для анализа платежеспособности в качестве результативного показателя может быть использован любой коэффициент, характеризующий платежеспособность или финансовую устойчивость компании.

Так, например, в качестве показателей факторов (переменных факторов) можно использовать значения коэффициентов, характеризующие эффективность основной деятельности, использования оборотных активов, дебиторской и кредиторской задолженности. Кроме того, для проведения корреляционно-регрессионного анализа можно использовать не только коэффициентные значения, но также брать и абсолютные величины, которые характеризуют финансовое положение компании. Например, рассматривать величину чистого оборотного капитала – величина оборотного капитала, профинансированная долгосрочными источниками, которую не требуется для использования в погашении текущего долга, или чистых активов, которые характеризуют реальную стоимость имущества организации.

Преимуществом корреляционно-регрессионного анализа выступает доступность информации и легкость проведения, посредством использования программного пакета ППП Microsoft Excel инструмента «Пакет анализа» надстройки «Анализ данных».

Главным недостатком можно считать то, что данный анализ исследует только линейную зависимость между результирующим параметром и независимым фактором.

Для быстрой и наглядной, но в то же время точной оценки финансовых показателей компаний можно использовать такой вид эконометрических методов как матричное моделирование. Примерами различных направлений использования матричных методов анализа являются: прогнозирование доходов организации; планирование и прогнозирование показателей деятельности; оценки платежеспособности предприятия в рамках антикризисного управления; оценки динамических показателей баланса предприятия и пр. [2, с. 29]

При проведении матричного анализа формируется балансовая модель отчетности предприятия (таблица).

**Балансовая модель отчетности
для проведения матричного анализа [2, с. 32]**

Актив	Пассив								
	Кредиторская задолженность	Прочие краткосрочные обязательства	Краткосрочные кредиты и займы	Долгосрочные обязательства	Доходы будущих периодов	Нераспределённая прибыль	Резервный капитал	Акционерный капитал	Баланс
Денежные средства	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	A1
Краткосрочные финансовые вложения	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	A2
Краткосрочная дебиторская задолженность	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	A3
Запасы и затраты	X41	X42	X43	X44	X45	X46	X47	X48	A4
Долгосрочная дебиторская задолженность	X51	X52	X53	X54	X55	X56	X57	X58	A5
Долгосрочные финансовые вложения	X61	X62	X63	X64	X65	X66	X67	X68	A6
Прочие внеоборотные активы	X71	X72	X73	X74	X75	X76	X77	X78	A7
Основные средства и нематериальные активы	X81	X82	X83	X84	X85	X86	X87	X88	A8
Баланс	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	-

Далее осуществляется решение трех подматриц [2, с. 32]:

– М 1 – подматрица финансового равновесия, сумма элементов которой определяет равенство активов и обязательств по данной группе;

– М 2 – подматрица активов, сумма элементов которой показывает возможный излишек активов данной группы по сравнению с объемом обязательств этой же группы;

– M_3 – подматрица пассивов, сумма элементов которой показывает возможный недостаток активов данной группы по сравнению с объемом обязательств этой же группы.

Затем осуществляем построение матриц. Например, для неравенства $A_1 \geq \Pi_1$ характерны следующие подматрицы (формула 1, 2, 3):

$$M_1 = (X_{32}X_{33}) \quad (1)$$

$$M_2 = (X_{31}X_{34}X_{35}X_{36}X_{37}X_{38}) \quad (2)$$

$$M_3 = \begin{cases} X_{12}X_{13} \\ X_{22}X_{23} \\ X_{42}X_{43} \\ X_{52}X_{53} \\ X_{62}X_{63} \\ X_{72}X_{73} \\ X_{82}X_{83} \end{cases} \quad (3)$$

Остальные подматрицы строятся похожим образом.

В целом платежеспособность и финансовая устойчивость компании зависят от эффективно построенной стратегии развития экономической системы предприятия [6].

Так, элементами данной математической модели можно назвать показатели валового продукта, чистой прибыли, чистого денежного потока и дисконтированного чистого дохода предприятия, при этом переменными величинами модели могут выступать основные производственные фонды, затраты на трудовые ресурсы и доля потребления прибыли (дохода).

Подводя итог, можно говорить, что основным преимуществом экономико-математических методов оценки платежеспособности и финансовой устойчивости перед традиционными методами заключается в возможности оптимизировать достижение поставленных целей при проведении анализа в соответствии с выбранными критериями его качества, а также данные методы позволяют обосновать привлекательность компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Менькова, С.Е.* Современные экономико-математические методы анализа состояния объектов предпринимательской деятельности // Цифровизация экономики: направления, методы, инструменты. 2020. № 2. С. 55–57.
2. *Сизых, Н. В.* Особенности и преимущества применения наглядных балансовых моделей для анализа финансового состояния компании // Международный бухгалтерский учет. 2015. № 25 (367). С. 29–46.

3. *Понамарёва, Т.В.* Методика анализа и оценки платёжеспособности и ликвидности баланса предприятия в современных условиях // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия. 2020. №2. С. 104–109.

4. *Карев, В.П.* Очерк истории математических методов в экономике // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 5 (212). С. 54–60.

5. *Гончук, Е.В.* Математика финансов // Актуальные вопросы науки и хозяйства: новые вызовы и решения. 2020. № 7. С. 176–178.

6. *Зотова, Е.В.* Методические подходы к оценке эффективности инновационной деятельности предприятия // Studium. 2015. № 2 (35). С. 3.

УДК 657

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Ксения Андреевна Гвоздева, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st803968@ruc.su

COMPREHENSIVE ASSESSMENT OF THE FINANCIAL CONDITION IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Ksenia Andreevna Gvozdeva, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Цифровизация экономики влияет и на внутренние процессы организаций. Реализация бизнеса в цифровом формате дает большой ряд преимуществ, делает бизнес более эффективным, прибыльным и конкурентоспособным. В статье рассматриваются этапы комплексной оценки финансового состояния организации в условиях цифровизации экономики. Также сделан вывод о том, что цифровая экономика – это масштабный проект, реализация которого повысит уровень и качество жизни не только страны, но отдельно взятого предприятия.

К л ю ч е в ы е с л о в а: цифровая экономика, комплексная оценка финансового состояния, стейкхолдерский подход, инновационная премия.

The digitalization of the economy also affects the internal processes of organizations. The implementation of a business in a digital format gives a large number of advantages, makes the business more efficient, profitable and competitive. The article discusses the stages of a comprehensive assessment of the financial condition of an organization in the conditions of digitalization of the economy. It is also concluded that

the digital economy is a large-scale project, the implementation of which will increase the level and quality of life not only of the country, but of a single enterprise.

К e y w o r d s: digital economy, comprehensive assessment of financial condition, stakeholder approach, innovation award.

В современных динамично развивающихся условиях ведения бизнеса традиционные подходы не обеспечивают в полной мере устойчивое развитие предприятия. Поэтому нужны новые эффективные инструменты в управлении компанией, которые будут способствовать обеспечению дальнейшего устойчивого развития предприятия [1, с. 71].

В настоящее время происходит на предприятиях активное развитие цифровой экономики. Это совершенствует внутренние и внешние процессы функционирования компаний. Цифровизация процессов сопутствует глобализации экономики, так как отчёты становятся единообразными, способы оценки капитала и движения денежных средств унифицируются, экономика различных предприятий начинает «говорить» на одном языке.

Создаётся четкая система ведения отчётности и её анализа, оптимизируется организационная структура, происходит систематизация хранения информации, способы и методы передачи информации становятся быстрее. Создаются и применяются системы искусственного интеллекта, виртуальной реальности, новые информационные, телекоммуникационные, производственные технологии, автономные в работе роботы. Все эти изменения требуют и развития экономики, создания новых бизнес-моделей, методов и приемов функционирования бизнес-среды. Поэтому данная тема является актуальной.

Но наряду с плюсами цифровизации экономики, также есть и минусы. Существует острая проблема введения новых разработок в реализацию их на рынке. Это связано со слабым развитием инновационной инфраструктуры, противоречием законодательных актов инновационной экономики [2, с. 69].

Внедрить новые методы создания отчётности и анализа входящей о деятельности компании информации, являются трудными изменениями для компании в России. Этап оценки сектора экономики и его основных характеристик основан на стратегическом анализе сектора рынка, в котором компания производит основную деятельность [3, с. 41].

Его необходимо начать с оценки эффективности, уровня риска исследуемого сектора, а также произвести анализ рынка в целом. Чтобы оценить уровень финансового состояния компании на рынке, стоит рассчитать уровень её цифровизации.

Для того чтобы рассчитать индекс цифровизации компании необходимо оценить:

– использование Интернет сетей компаниями, производящими продукцию в определенном секторе: B2B, C2C, B2C. Выбор сектора зависит от специализации анализируемой компании;

– долю применения цифровых технологий в реализации основной деятельности компании;

– сумму расходов на рекламу в сети Интернет [3, с. 43].

Следующим подэтапом диагностики финансового состояния становится составление сравнительной характеристики предприятий цифровой экономики и рынка в целом. Оценить рискованность поможет стандартное отклонение доходов и капитала (по сектору, рынку). Оценить эффективность необходимо с помощью расчёта рентабельности собственного капитала (по сектору, рынку). Например, рискованность определенного сектора может быть выше, чем этот показатель по рынку в целом, а вот доходность, наоборот [4, с. 196].

Этап стратегического планирования функционирования компании необходим для выяснения трендов на рынке, значимости функционала для потребителя. Как правило, стратегическое планирование осуществляется в рамках обособленной организационной структуры. При этом возникает необходимость создания механизма взаимодействия этой структуры с другими функциональными службами предприятия и сторонними организациями с целью обмена информацией, получения консультаций и достижения поставленных целей в конечном итоге [5, с. 192].

На основе полученных данных компания адаптируется под критерии спроса, настраивает свои функциональные действия в нужном концепте.

Далее необходимо произвести оценку динамики следующих показателей: рассчитать темп прироста основных параметров за последние года (темп прироста выручки, темп прироста денежного потока от операционной (текущей) деятельности, темп прироста оборотных активов и обязательств). На основании полученных данных можно судить о среднегодовом темпе прироста и сравнить его с данными конкурента, долю заемных средств и собственных, которые покажут платёжеспособность компании. Составление полного анализа слабых мест компании нужно произвести оценку рыночных рисков, кредитного риска, рисков ликвидности (коэффициент чистых заемных средств), операционные риски [6, с. 94].

Следующий этап – движение денежных средств внутри компании. Набирает обороты популярности в современной среде анализ бизнеса стейкхолдерский подход, который требует оценки структуры денежных потоков компании и их распределения.

Оценка структуры денежных потоков выявляет основную статью финансовых вложений компании. Выяснив куда и сколько

компания тратит денежных средств можно сказать о стратегии роста компании (агрессивная, органическая). Также можно оценить уровень заемного капитала и объем оттока финансов акционерам. Если компания ставит в приоритет основных инвесторов, то она достаточно финансово устойчива чтобы осуществлять выплаты.

Чтобы оценить финансовое состояние современного предприятия в условиях цифровизации необходимо проанализировать инвестиционную деятельность, степень ее активности. Некоторые авторы предлагают разрабатывать дорожные карты, которые включают в себя все необходимые финансовые показатели [7].

Полученные показатели целесообразно сравнить с показателями основного конкурента. Сделать вывод о конкурентном преимуществе на основе доли инвестиций в выручке.

Далее предполагается рассмотрение портфелей инвестиционных проектов в организации, а основу расчёта составят данные денежных потоков. Первым шагом нужно рассчитать показатели: чистые денежные средства (направленные на инвестиционную деятельность), денежные средства, полученные от операционной деятельности [8, с. 32].

Анализ основных факторов стоимости компании и оценка «инновационной премии» является итоговым этапом, который заключается в расчёте разницы между рыночной стоимости компании и стоимостью, рассчитанной на основе прогнозируемых денежных потоков.

Основные факторы, которые составляют интеллектуальный и цифровой капитал – своевременное реагирование на изменение рынка, ввиду постоянного анализа внешней и внутренней среды предприятия, создание новых способов передачи, хранения, обработки информации; создание интеллектуальной собственности; улучшение технологий кодификации и защиты данных; создание инновационных продуктов и услуг, новых рыночных ниш.

Таим образом, предприятия, которые нацелены на развитие и перспективное существование в будущем, должны пересмотреть собственные ресурсы и проанализировать свои возможности для проведения поэтапных изменений структуры компании и производства. Современное время обязывает компании быть гибкими и быстро реагирующими на изменения потребностей. Цифровая экономика – это масштабный проект, реализация которого повысит уровень и качество жизни не только страны, но отдельно взятого предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецова Е.Г., Волгина И.В., Романова И.В. Сравнительный анализ подходов к разработке стратегии устойчивого развития предприятия // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 3-1. С. 71–75.
2. Вовченко, Н.Г. Концептуальный подход к развитию экосистемы финансовых технологий // Многополярная глобализация и Россия : материалы 7-й междунар. науч.-практич. конф., 24-26 мая 2020 г., г. Ростов-на-Дону. С. 69–72.

3. *Ефимова, О.В.* Анализ устойчивого развития компании: стейкхолдерский подход // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 12. С. 41–51.

4. *Иваишкова, И.В.* Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход. - монография. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019. 320 с.

5. *Кузнецова, Е.Г.* Инвестиционный проект как объект управления на предприятии // Кооперация в системе общественного воспроизводства: мат-лы Международн. науч.-практ. конф.: в 2-х частях. 2013. С.189–193.

6. *Козденко, В.Г.* Методика финансового анализа компаний цифровой экономики // Учет. Анализ. Аудит. 2021. № 5(3). С. 94–109.

7. *Зотова, Е.В.* Проблемы формирования «дорожной карты» компании в условиях цифровизации экономики // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. 2020. С. 144–150.

8. *Любушин, Н.П.* Использование ресурсоориентированного экономического анализа в оценке устойчивого развития хозяйствующих субъектов // Вестник ТГУ. 2015. № 2(142). С. 32–45.

УДК 331.21

**БЮДЖЕТИРОВАНИЕ РАСХОДОВ НА ОПЛАТУ
ТРУДА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Татьяна Викторовна Дворецкая, младший научный сотрудник
Юлия Владимировна Поляева, магистрант**
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: t.v.dvoretzkaya@ruc.su; st803964@ruc.su

**BUDGETING OF LABOR EXPENSES
AS A TOOL FOR INCREASING
THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE**

**Tatyana Viktorovna Dvoretzkaya, Junior Research Associate
Yuliya Vladimirovna Polyayeva, Master's Degree student**
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье раскрывается процесс бюджетирования расходов на оплату труда, описываются составляющие данных расходов, приводится среднестатистическая структура расходов на оплату труда региональных производственных предприятий, предложены функции бюджетирования необходимые к внедрению при автоматизации процесса.

Ключевые слова: бюджет, расходы, оплата труда, премии, предприятие, планирование.

The article reveals the process of budgeting labor costs, describes the components of these costs, provides the average structure of labor costs for regional manufacturing enterprises, and proposes the budgeting functions necessary for implementation when automating the process.

К e y w o r d s: budget, expenses, wages, bonuses, enterprise, planning.

Современное управление предприятием должно обеспечивать эффективную его деятельность. Поэтому нужны новые эффективные инструменты в управлении компанией, которые будут способствовать обеспечению дальнейшего устойчивого развития предприятия [1].

Финансовое планирование и бюджетирование, являясь инструментом управления, способствует оптимизации финансовых потоков и ресурсов предприятия. Это в свою очередь, позволяет значительно снизить объем денежных потоков и потребность в них, минимизировать себестоимость и повысить конкурентоспособность предприятия в целом, а также получить максимальный размер прибыли. Формирование положительных финансовых результатов является основной целью для предприятий малого бизнеса [2].

Бюджетирование в области организации управления компанией позволяет четко определить значение и расположение финансовой, производственной, коммерческой функций предприятия и обеспечить надлежащую координацию всех видов деятельности.

В области управления затратами бюджетирование обеспечивает обоснованность финансовых и материальных затрат предприятия, помогает в контроле за использованием всех видов ресурсов.

Элементом процесса бюджетирования на предприятии является планирование трудовых затрат. Расходы на оплату труда оказывают существенное влияние на результативность деятельности любого экономического субъекта.

Согласно ст. 255 Налогового кодекса РФ в расходы на оплату труда должны включаться любые начисления и надбавки персоналу в денежной и натуральной формах – стимулирующие, премиальные, единовременные поощрительные.

Мониторинг деятельности региональных производственных предприятий за 2021 год (ООО «Ксенон», ООО «Агромаш», ООО «Саранскабель-Оптика») позволил выявить среднестатистические значения составляющих бюджета средств, выделенных на оплату труда. На рисунке представлены результаты мониторинга. Как видно из его содержания, фонд оплаты труда регионального производственного предприятия состоит из расходов на выплату основной заработной платы, надбавки и премии, страховые платежи, расходы по договорам гражданско-правового характера.



Составляющие бюджета расходов
на оплату труда производственного предприятия

При организации процесса бюджетирования расходов на оплату труда руководством предприятием должно уделить внимание качеству своего штатного расписания и оптимальности численности персонала.

На основании штатного расписания определяются расходы на выплату основной заработной платы всех сотрудников. Планируя статью бюджета расходов предприятия «Оплата труда», необходимо учитывать возможные в надбавки и доплаты, такие как:

- доплаты за совмещение функций и профессий;
- индивидуальные надбавки за профессиональное мастерство;
- прочие выплаты, связанные со временем выполнения трудовых функций в течение рабочего дня;
- надбавки за выслугу лет, стаж (кроме ежегодных выплат);
- оплата работы в выходные и праздничные дни;
- оплата сверхурочной работы.

Система мотивирования должна содержать сумму затрат на премии и бонусы. Это ежемесячные, ежеквартальные, полугодовые или годовые премии, сумма которых привязаны к размеру оклада. Получил достаточное распространение на практике показатель 50-процентного премирования по каждому сценарию.

Бюджет расходов на оплату труда должен предусматривать выплаты за неиспользованные отпуска при увольнении сотрудников.

Потребность в договорах ГПХ на плановый период должна определяться на основании анализа бизнес-плана организации и фактических затрат по данной статье за прошлый период.

Несомненно, в условиях цифровизации экономики необходимо рассмотреть возможность автоматизации всего процесса финансо-

вого планирования и бюджетирования. На наш взгляд, автоматизация процесса должна быть построена с выделением следующих функций бюджетирования:

- моделирование перспективных финансовых состояний предприятия с учетом различных сценариев;
- установка лимитов расходования денежных средств;
- комплексный анализ достигнутых результатов;
- оценка отклонений фактических данных от плановых;
- планирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Применение описанных выше видов функций бюджетирования позволит «обеспечить экономическую безопасность компании и сформировать финансовую платформу дальнейшего развития» [3].

Исходя из вышеизложенного, без финансового плана (бюджета) или контроля за выполнением разработанного финансового плана невозможно управлять организацией в современных условиях [4]. Процесс бюджетирования, в т.ч. статьи «Оплата труда» на предприятии, является неотъемлемой частью управления предприятием в целом. С его помощью осуществляется планирование различного вида бюджетов, контроль за их исполнением и прогнозирование будущих результатов деятельности компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецова, Е.Г., Волгина И.В., Романова И.В. Сравнительный анализ подходов к разработке стратегии устойчивого развития предприятия // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 3-1. С. 71–75.

2. Кочкурова, Л.А., Шилкина Т.Е. Формирование финансовых результатов на малом предприятии // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 17 нояб. 2020 г.): в 2 ч. [редкол.: Р.Р. Хайров (отв.ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Принтиз, 2020. Ч. 1. С. 218–222.

3. Князева, О.В., Шилкина Т.Е. Информационно-аналитическая работа в обеспечении экономической безопасности финансового института // Проблемы развития социаль-но-экономических систем: материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 20 нояб. 2019 г.) ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Принт- Издат, 2019. С. 172–175.

4. Шилкина, Т.Е., Долотказин А.Р. Совершенствование системы бюджетирования коммерческого предприятия // Проблемы развития социально-экономических систем: материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 20 нояб. 2019 г.) ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: Принт- Издат, 2019. С. 109–114.

УДК 336.6

**АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

**Наталья Николаевна Катайкина, кандидат экономических наук,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: kataikina@mail.ru

**ANALYSIS OF THE FINANCIAL STABILITY
OF THE ORGANIZATION AND THE POSSIBILITY
OF INCREASING IT**

**Natalia Nikolaevna Kataykina, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассмотрены показатели оценки финансовой устойчивости организации. С целью повышения финансовой устойчивости организации следует: ежегодно оценивать тип финансовой устойчивости, снижать величину дебиторской и кредиторской задолженности, определять вероятность банкротства, увеличивать прибыль и собственные оборотные средства, участвовать в государственных программах финансирования, оценивать финансовые риски.

К л ю ч е в ы е с л о в а: организация, финансовая устойчивость, риски, коэффициент, прибыль.

The article considers indicators for assessing the financial stability of an organization. In order to improve financial stability, an organization should: annually assess the type of financial stability, reduce the amount of receivables and payables, determine the likelihood of bankruptcy, increase profits and working capital, participate in government financing programs, and assess financial risks.

K e y w o r d s: organization, financial stability, risks, coefficient, profit.

Анализ финансовой устойчивости представляет собой существенный элемент финансового анализа, а также выступает аналитической базой принятия экономически эффективных и обоснованных управленческих решений в ходе управления финансами предприятия. На основе полученных результатов анализа финансовой устойчивости разрабатывается финансовая стратегия предприятия [1], а также контролируется ее реализация. При этом все системы управления влияют на выбор объектов, методов, инструментов и др. характеристики анализа финансовой устойчивости.

Коммерческие предприятия функционируют в пересекающихся

полях интересов множества партнерских групп, которые могут оказывать влияние на их деятельность в форме осуществления вклада и получения эффектов. Партнерские группы находятся в прямой зависимости от предприятия, и, соответственно, всегда заинтересованы в положительных результатах его деятельности.

Субъектами проведения анализа финансовой устойчивости могут быть внутренние и внешние аналитики, что обуславливает его деление на внешний и внутренний. Такое разделение анализа финансовой устойчивости является достаточно условным, поскольку внутренний и внешний анализ органически взаимосвязаны и являются продолжением друг друга при построении картины устойчивости финансового развития предприятия. Большую роль играет процесс стимулирования сбыта продукции предприятия [2].

Обеспечение финансовой устойчивости организации может рассматриваться как процесс принятия управленческих решений, способствующих обеспечению эффективной, стабильной деятельности хозяйствующего субъекта. В процессе оценки финансовой устойчивости организации важную роль играет расчет коэффициента финансирования (соотношения собственного и заемного капитала) (Кф). Норма $K_f > 1$. Проведем расчет коэффициента финансирования АО «Международный аэропорт «Саранск» в 2018–2020 гг. в табл. 1.

Таблица 1

**Динамика коэффициента финансирования
АО «Международный аэропорт «Саранск» в 2018–2020 гг.**

Наименование показателя	Формула	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение 2020 от	
							2016	2019
Собственный капитал, тыс. руб.	СК	-14773	10052	-54283	-214691	-298613	-283840	-83922
Заемный капитал, тыс. руб.	ЗК	164998	164625	164625	279692	457490	292492	177798
Коэффициент финансирования, Кф (норма > 1,0)	$K_f = \frac{СК}{ЗК}$	-0,0895	0,0611	-0,3297	-0,7676	-0,6527	-0,5632	0,1149

По данным таблицы коэффициент финансирования организации за 2016–2020 гг. снизился с -0,0895 до -0,6527, т.е. на 0,5632 пункта. В 2016 г. коэффициент составил -0,0895, т.е. собственных средств было недостаточно для финансирования всей деятельности организации. Фактическое значение ниже нормати-

ва, причем значительно и ситуация ухудшается. Коэффициент постоянного актива (Кпа) в 2016–2020 гг. представлен в табл. 2.

Таблица 2

Динамика коэффициента постоянного актива в 2016-2020 гг.

Наименование показателя	Формула	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение 2020 от	
							2016	2019
Внеоборотные активы, тыс. руб.	Вна	115833	142094	171506	156276	206486	90653	50210
Собственный капитал, тыс. руб.	СК	-14773	10052	-54283	-214691	-298613	-283840	-83922
Коэффициент постоянного актива, Кпа (норма > 1,0)	$K_{па} = \frac{Вна}{СК}$	-7,8409	14,1359	-3,1595	-0,7279	-0,6915	7,1494	0,0364

Динамика индекса постоянного актива в 2016-2020 гг. имел отрицательное значение, следовательно внеоборотные активы приобретались не за счет собственных средств. Однако коэффициент увеличился на 7,1494 пункта, а это положительные изменения. Коэффициент маневренности собственных средств (Кмсс) [3] представлен в табл. 3.

Таблица 3

Коэффициент маневренности собственных средств

Наименование показателя	Формула	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение 2020 от	
							2016	2019
Собственные оборотные средства, тыс. руб.	СОС	-130606	-132042	-225789	-370967	-505099	-374493	-134132
Собственный капитал, тыс. руб.	СК	-14773	10052	-54283	-214691	-298613	-283840	-83922
Коэффициент финансирования, Кмсс (Норма > 0,5)	$K_{мсс} = \frac{СОС}{СК}$	8,8409	-13,1359	4,1595	1,7279	1,6915	-7,1494	-0,0364

Анализ данной таблицы показал, что в 2016–2020 гг. собственных средств было недостаточно для формирования оборотного капитала.

Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств (Кдпзс) имеет норму менее 1. В организации за 2016–2020 гг. коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств снизился с 1,0986 до –1,2427 или на 2,3413 пункта.

Коэффициент соотношения текущих активов и недвижимости (Ктн) показывает долю текущих активов в стоимости недвижимости организации. Норма более 0,5.

Коэффициент соотношения текущих активов и недвижимости (Ктн) представлен в таблице 4.

Таблица 4

**Коэффициент соотношения текущих активов
и недвижимости (Ктн) АО «Международный аэропорт «Саранск»
в 2018-2020 гг.**

Наименование показателя	Формула	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение 2020 от	
							2016	2019
Текущие активы, тыс. руб.	ТА	115305	86723	35170	25565	39524	-75781	13959
Недвижимость, тыс. руб., в том числе	НИ	58505	57422	57097	59309	76061	17556	16752
сооружения		11752	13082	12757	16145	16537	4785	392
здания		46753	44340	44340	43164	59524	12771	16360
Ктн (норма более 0,5)	$K_{тн} = \frac{ТА}{НИ}$	1,9709	1,5103	0,6160	0,4310	0,5196	-1,4512	0,0886

Данные расчетов показывают, что коэффициент соотношения текущих активов и недвижимости в 2016–2020 гг. снизился с 1,9709 до 0,5196 или на 1,4512, а это отрицательные изменения. Рассчитаем излишек или недостаток источников средств для формирования собственных оборотных средств (СОС) (табл. 5).

По данным таблицы в 2016-2020 гг. в организации снизился коэффициент общей платежеспособности с 0,9399 до 1,0207 до 0,4517 или на 0,4882 п.п., т. е. организация не имеет возможности осуществлять погашение долга. Нормативное значение для коэффициента общей платежеспособности >2. Фактическое значение коэффициента общей платежеспособности за 5 лет снизилось, а это отрицательные изменения.

**Показатели ликвидности и финансовой
устойчивости организации в 2016-2020 гг.**

Наименование показателя	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение 2020 от	
						2016	2019
Коэффициент общей платежеспособности (Копл) (норма 2)	0,9399	1,0459	0,7920	0,4586	0,4517	-0,4882	-0,0069
Коэффициент промежуточной ликвидности, (Кпл) (норма 0,7-1)	1,2955	1,4576	0,2362	0,0731	0,0866	-1,2089	0,0135
Коэффициент ликвидности запасов, Клз (критическое значение этого показателя равно 1)	0,1136	0,1354	0,1198	0,0352	0,0170	-0,0966	-0,0182
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, Кособ (норма = 0,1)	-1,1327	-1,5226	-6,4199	-14,5107	-12,7796	-11,6469	1,7312
Коэффициент финансовой устойчивости, Кфу (норма = 0,8-0,9)	0,6483	0,7634	0,5339	-0,2753	-0,5412	-1,1896	-0,2659

Коэффициент промежуточной ликвидности за 2016–2020 гг. уменьшился с 1,2955 до 0,0866 или на 1,2089 пункта.

В 2019–2020 гг. коэффициент ниже нормы (норма 0,7–1), следовательно, организация в 2019–2020 гг. неспособна полностью погашать краткосрочные обязательства, что является отрицательным процессом.

Коэффициент ликвидности запасов показывает, что в 2016–2020 гг. организация не обладала ликвидными запасами и значение снижается, что является отрицательным процессом. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в 2016–2020 гг. уменьшается, а это отрицательные изменения.

Значит, организация не имела достаточной суммы собственных средств для приобретения оборотных активов. В 2016–2020 гг. фактическое значение снижается, а это отрицательные изменения.

Коэффициент финансовой устойчивости организации в 2016–2018 гг. организация была финансово устойчивой, а в 2019–2020 гг. был ниже норматива и организация не была финансово устойчивой. За 2016–2020 гг. коэффициент финансовой устойчивости организации снизился с 0,6483 до -0,5413 или на –

1,1896, а это отрицательные изменения. В результате предприятие в 2019–2020 гг. стало финансово неустойчивым, поскольку недостаточно собственных средств для оплаты обязательств.

Рассчитаем коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности (Ксдикз). Нормативное значение показателя минимум 1. Данные расчетов показывают, что в организации за 2016–2020 гг. коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности снизился с 1,7498 до 0,5076 или на 1,242, а это отрицательные изменения пункта. В 2016 г. коэффициент имел значение 1,7498. это означает, что доля дебиторской задолженности в сумме кредиторской задолженности превышала 1,74 раза, а в 2020 г. снизилось до 50,76 %.

Фактическое значение в 2018–2020 гг. ниже нормативного, которое характеризует ухудшение финансовой устойчивости организации. Следует проводить диагностику рынка, в том числе авиаперевозчиков [4].

С целью снижения величины дебиторской и кредиторской задолженности организации следует осуществлять прогнозирование и планирование дебиторской и кредиторской задолженностью на перспектив.

Так же как и в области дебиторской задолженности следует прогнозировать и планировать рост кредиторской задолженности, однако этот пункт управления не нашло широкого применения на предприятии.

Планирование и прогнозирование в организации следует усилить:

- использовать платежный календарь для эффективного управления дебиторской и кредиторской задолженностью;

- разрабатывать кредитную политику, вводить скидки для клиентов;

- использовать факторинг в процессе деятельности предприятия;

- устанавливать, возможность использования векселей по срокам и суммам;

- большее внимание уделять просроченной дебиторской и кредиторской [5].

С целью повышения финансовой устойчивости необходимо: ежегодно оценивать тип финансовой устойчивости организации, снижать величину дебиторской и кредиторской задолженности, определять вероятность банкротства, увеличивать прибыль организации, используя факторинг, сдавать в аренду имущество организации, увеличивать собственные оборотные средства, участвовать в государственных программах финансирования, использовать механизм выявления финансовых рисков в организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Зотова, Е.В.* Финансовая стратегия как инструмент реализации финансово-хозяйственных целей предприятия // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 161–165.
2. *Кузнецова, Е.Г.* Стимулирование сбыта продукции предприятия как инструмент воздействия на рыночный спрос // Е.Г. Кузнецова, Т.Е. Кузнецова, Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-2 (53). С. 711–713.
3. *Маркова, А.А.* Корпоративные финансы // А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина, Р.А. Захаркина. Саранск, 2017. 152 с.
4. *Keleynikova, S.V.* Diagnostics and optimization of the vegetable market // S.V. Keleynikova, S.M. Imyarekov, N.N. Kataikina, L.A. Abelova, D. Samygin, Yu.S. Artamonova. Ponte. 2017. Т. 73. № 3. С. 270–283.
5. *Лохтина, Л.М.* Повышение финансовой устойчивости коммерческой организации. Монография / Л.М. Лохтина, А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина. Саранск, 2017. 156 с.

УДК 336.647

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Никита Сергеевич Ковайкин, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803958@ruc.su

MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES OF AN ECONOMIC ENTITY

Nikita Sergeevich Kovaykin, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Залогом устойчивого развития коммерческой организации в условиях рыночной экономики является эффективное управление формированием финансовых ресурсов за счет привлечения как собственных, так и заемных источников в объемах, достаточных для расширенного воспроизводства, и по стоимости, не угрожающей финансовой безопасности организации.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, коммерческая организация, управление, эффективность.

The key to the sustainable development of a commercial organization in a market economy is the effective management of the formation of financial resources by attract-

ing both own and borrowed sources in volumes sufficient for expanded reproduction, and at a cost that does not threaten the financial security of the organization.

К e y w o r d s: financial resources, commercial organization, management, efficiency.

Эффективность управления финансовыми ресурсами коммерческой организации определяется характером формирования финансовых ресурсов и их распределения по основным сферам хозяйственной деятельности.

Основной целью формирования финансовых ресурсов компании является удовлетворение потребностей в формировании необходимых активов, обеспечивающих развитие ее хозяйственной деятельности в стратегической перспективе. Рациональное распределение финансовых ресурсов позволяет максимизировать благосостояние корпоративных собственников в текущем и перспективном периоде, в чем заключается главная цель управления финансами коммерческой организации.

Таким образом, залогом устойчивого развития коммерческой организации в условиях рыночной экономики является эффективное управление формированием финансовых ресурсов за счет привлечения как собственных, так и заемных источников в объемах, достаточных для расширенного воспроизводства, и по стоимости, не угрожающей финансовой безопасности организации.

По мнению ряда авторов, управление финансовыми ресурсами включает в себя принципы, методы разработки и реализацию управленческих решений, которые позволяют эффективно формировать, распределять и использовать указанные ресурсы при осуществлении хозяйственной деятельности. Это управление является частью системы менеджмента, которую применяет хозяйствующий субъект для реализации поставленных целей своего развития.

Близок к данному подходу подход Шилкиной Т.Е., который хоть и иначе, но дает перечень инструментов, которые необходимы для управления финансовыми ресурсами: целенаправленные методы, операции, рычаги, приемы воздействия на различные составляющие финансовых ресурсов [1].

Мягкова М.В. рассматривает управление как целенаправленную деятельность, которая обеспечивает принятие управленческих решений и их выполнение. Этот процесс включает: изучение ситуации, прогнозирование возможных изменений, постановку целей и задач, выработку плана действий по достижению поставленных целей, мониторинг реализации, корректировку, то есть фактически уже отражены и механизм, и этапы управления финансовыми ресурсами [2].

Управление финансами хозяйствующего как научное направление основано на ряде базовых концепций. Традиционные концеп-

ции разрабатывались на протяжении всего 20-го века, основные идеи которых состоят в следующем:

- привлечение источников финансирования основано на принципах платности, ни один из источников финансирования не является бесплатным;

- разделение движения финансовых ресурсов предприятия по различным видам деятельности – текущей (операционной), инвестиционной и финансовой, каждая из которых может существовать в двух ипостасях притока и оттока;

- соотношение риска и доходности – в деятельности любого предприятия действует следующее правило: чем выше риск, тем при прочих равных условиях выше возможности получения доходности и убытка. В рамках этой концепции риски делятся по месту возникновения (предпринимательские, операционные, производственные, финансовые и т.п.), по возможности воздействия – на систематические, которые существуют всегда, и несистематические, на которые предприятие может повлиять, по масштабности – собственные предприятия, отраслевые, региональные, глобальные;

- портфельная теория – разработка инструментария, на основе которого возможно сформировать портфель, обладающий нужным для инвестора сочетанием риска и доходности. Причем, возможен подбор как портфеля, который обеспечивает определенный уровень риска при заданной доходности, так и доходность, соответствующую желаемому уровню риска;

- теория Д. Шарпа – согласно которой для всех инвесторов существует единый оптимальный рыночный портфель, риск которого является систематическим;

- теория структуры капитала и дивидендной политики Модильяни – Миллера основана на исследовании зависимости влияния этих показателей на рыночную стоимость предприятия. По мере проводимого анализа и обсуждения полученных результатов появлялись разные точки зрения на их соотношение. Первоначально связь между этими категориями отрицалась. Затем стали считать, что за счет эффекта финансового рычага заемный капитал увеличивает стоимость фирмы.

Кроме того, в ходе обсуждения теории Модильяни – Миллера стали впервые учитываться психологические факторы формирования стоимости.

Так, Дж. Линтнер и М. Гордон – оппоненты Модильяни и Миллера, обратили внимание, что характер дивидендной политики влияет на инвестиционную привлекательность фирмы и воздействует на совокупный доход собственников и рыночную стоимость компании.

Следующая группа концепций управления капиталом основана на институциональной методологии:

– концепция эффективности рынка – важность информации для принятия управленческих решений, степень эффективности рынка определяется его информационной насыщенностью и ее доступностью для участников;

– концепция агентских отношений – финансовые ресурсы могут быть классифицированы по управляющим субъектам, собственники делегируют принятие финансовых управленческих решений агентам, то есть менеджерам. Разновидностью агентских отношений является и различие интересов собственников и кредиторов. Считается, что агенты заинтересованы в получении краткосрочного результата, в отличие от собственников, для которых важна долгосрочная прибыльная работа. Управление финансовыми ресурсами в этом случае связано с разработкой инструментов, которые позволили бы сблизить эти интересы. Например, ими стали «золотые парашюты», различные формы контроля – мониторинг, аудит. Они увеличивают затраты на функционирование предприятия, но оправданы, пока обеспечивают ускоренный по сравнению с ними рост чистой прибыли;

– концепция альтернативных затрат или упущенных возможностей – основана на предположении альтернативного использования финансовых средств, в рамках риск-ориентированного мышления проведение такого анализа позволяет оценить соотношение между доходностью и риском при принятии конкретного управленческого решения [3].

Оптимизационные модели управления финансовыми ресурсами хозяйствующего субъекта основаны на математическом аппарате, позволяющем решать проблемы оптимизации валовой прибыли, оптимизации портфеля закупок материальных ресурсов, управления кредитными ресурсами и повышения их устойчивости.

В работе Планковой Т.Н. и Рубановой Н.В. разработаны следующие модели уже не на уровне хозяйствующего субъекта, а при управлении финансовыми ресурсами региона в целом: оптимального распределения финансовых ресурсов, оптимального соотношения между объемами потребления и объемом накопления, комбинированная модель распределения финансовых ресурсов, метод исследования пространства параметров.

В исследовании Сысоевой Е.Ф. и Полухиной С.М. рассмотрена динамическая оптимизационная модель распределения финансовых ресурсов для максимального продвижения по развитию человеческого капитала региона. Исследование проведено в рамках актуальной научно-практической задачи, заключающейся в накоплении и развитии человеческого капитала российских регионов. В

условиях рисков и ограниченности ресурсов перед руководством региона стоит задача оптимального распределения финансовых средств, инвестируемых в развитие человеческого капитала и повышение качества жизни.

Теоретическая концепция структуры ресурсов определяет выбор стратегических направлений финансирования хозяйствующего субъекта, обеспечивающих возрастание его рыночной стоимости. Следует отметить, что в экономической литературе достаточно широко освещены современные подходы к оценке и оптимизации данного показателя. Однако имеющиеся в настоящее время научные положения требуют доработки с учетом высокой вариативности условий рыночного хозяйствования, обусловленной нарастающим кризисных явлений в экономике.

Критерием оптимизации источников формирования финансовых ресурсов коммерческой организации могут являться: максимизация уровня финансовой рентабельности, минимизация средневзвешенной стоимости ресурсов, минимизация финансовых рисков, а также иной критерий, определяемый хозяйствующим субъектом самостоятельно.

Для обеспечения эффективного управления формированием и использованием финансовых ресурсов необходимо разрабатывать определенную стратегию, которая специализирована и направлена на привлечение из разных источников финансовых ресурсов с учетом всех потребностей, связанных с развитием хозяйствующего субъекта [4].

Данная политика именуется финансовой и должна проводиться в несколько этапов.

1 этап: изучение путей формирования собственных финансовых ресурсов организации в предыдущем периоде.

2 этап: выявление общей потребности в финансовых ресурсах.

3 этап: анализ стоимости привлечения собственных ресурсов организации из разных источников.

4 этап: поддержание наибольшего объема привлечения собственного капитала организации благодаря внутренним ресурсам.

5 этап: поддержание наибольшего объема привлечения собственного капитала благодаря внешним ресурсам.

6 этап: повышение эффективности взаимосвязи между внутренними и внешними ресурсами формирования собственного капитала организации.

Таким образом, в научной литературе, в сфере IT-технологий разрабатываются модели, позволяющие сформировать наиболее оптимальную модель управления финансовыми ресурсами. Если говорить о практике, то, несмотря на наличие множества фундаментальных теорий, в современной экономике управление финансовыми ресур-

сами субъектов не совершенно, требуется разработка новых концепций, более точно описывающих реальную действительность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кочкурова, Л.А., Шилкина Т.Е. Формирование финансовых результатов на малом предприятии // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. В 2-х частях. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.] 2020. С. 218–222.

2. Мягкова, М.В., Захаркина Р.А. Методика оценки формирования и использования финансовых ресурсов предприятия // В книге: Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. 2020. С. 70–75.

3. Кузнецова, Е.Г., Мягкова М.В., Шилкина Т.Е. Страховой менеджмент: учебно-методическое пособие // Саран. Кооп. Ин-т РУК. Саранск: АО «Ковылкинская типография», 2020. 112с.

4. Зотова, Е.В. Проблемы формирования «дорожной карты» компании в условиях цифровизации экономики // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. 2020. С. 144–150.

УДК 334.02

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Елена Геннадьевна Кузнецова, кандидат экономических наук,
доцент**

Юлия Владимировна Поляева, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: ekuznetsova@ruc.su; st803964@ruc.su

ORGANIZATION OF FINANCIAL PLANNING PROCESS AND BUDGETING OF A MANUFACTURING ENTERPRISE

**Elena Gennadevna Kuznetsova, PhD in Economics, Associate
Professor**

Yuliya Vladimirovna Polyayeva, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье раскрывается значение бюджетирования в эффективности хозяйственной деятельности предприятия, раскрываются этапы бюджетного цикла. Авторы произвели группировку обязательных условий бюджетного процесса. В

© Кузнецова Е.Г., Поляева Ю.В., 2022

статье приводится классификация бюджетов, инструментарий бюджетирования регионального производственного предприятия

К л ю ч е в ы е с л о в а: бюджетирование, доходы, расходы, денежные средства, денежный поток, управление, финансовый результат.

The article reveals the importance of budgeting in the efficiency of the economic activity of the enterprise, reveals the stages of the budget cycle. The authors have grouped the mandatory conditions of the budget process. The article provides a classification of budgets, tools for budgeting a regional manufacturing enterprise.

К e y w o r d s: budgeting, income, expenses, cash, cash flow, management, financial result.

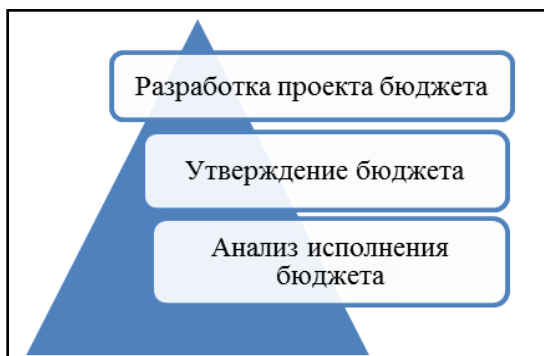
В современных динамично развивающихся условиях ведения бизнеса традиционные подходы не обеспечивают в полной мере устойчивое развитие предприятия. Поэтому нужны новые эффективные инструменты в управлении компанией, которые будут способствовать обеспечению дальнейшего устойчивого развития предприятия [1].

Существующая в экономической литературе методология планирования в настоящее время предлагает различные методы и модели [2].

Одним из таких инструментов является применение в хозяйственной деятельности принципов бюджетирования на предприятиях различных форм собственности и видов деятельности. Бюджет доходов и расходов производственного предприятия составляется на определенный период, который получил название «период бюджета».

В российской практике бюджетирования за период бюджета принимается календарный год. Выбор календарного года как бюджетный период основан на том, что сезонные колебания именно этого периода наиболее уравновешены.

Бюджетный цикл включает в себя три этапа. На рисунке представлена их группировка и содержание.



Этапы бюджетного цикла на предприятии

Бюджетный цикл является непрерывным процессом. Это означает, что результаты исполнения бюджета за отчетный период должны быть в основе составления на следующий бюджетный цикл, т. е. исполнение бюджета является как начальной, так и конечной стадией процесса.

Первый этап представляет собой этап разработки проекта бюджета предприятия на следующий год. На этом этапе изучаются затраты, определяется возможность применения или разработки новых технологий. Первый этап предусматривает анализ возможностей изменения цен, модернизацию видов выпускаемых изделий, улучшение качественных и количественных параметров. Разрабатываемый проект бюджета доходов и расходов предприятия на следующий период должен быть скорректирован на изменение внутренних и внешних условий.

На первом этапе задействованы большое количество сотрудников компании. От персонала производственного отдела до отделов продаж и логистики.

Второй этап заключается в подготовке окончательного варианта бюджета доходов и расходов и его включении в структуру действующего, научно-обоснованного бизнес-плана промышленного предприятия.

На третьем этапе проводится анализ исполнения бюджета истекшего года, анализируется финансовое состояние промышленного предприятия, вносятся коррективы и изменения в тактику и стратегию развития компании в целом.

Процессом бюджетирования занимается отдельная организационная структура предприятия. При этом возникает необходимость создания в компании механизма взаимодействия с другими службами компании и сторонними организациями с целью обмена информацией, получения консультаций и достижения поставленных целей в конечном итоге. Для того, чтобы система финансового планирования и бюджетирования была более результативной, необходимо соблюдение ряда обязательных условий, без которых бюджетный процесс невозможен.

Такие обязательные условия можно подразделить на четыре группы.

К первой группе можно отнести обязательность наличия соответствующей методологической базы на предприятии в части составления, контроля и оценки исполнения бюджета. Предприятие должно располагать квалифицированным составом работников управленческих служб, умеющим применять методику бюджетирования на практике.

Вторая группа обязательных условий для формирования бюджетного цикла представлена информацией о деятельности пред-

приятия, которая должна быть достаточной для характеристики реального финансового состояния предприятия, движения товарно-материальных ценностей и денежных потоков. Обязательность такой информации формирует необходимость управленческого учета на предприятии.

Третья группа обязательных условий бюджетного цикла представлена организационной структурой и системой управления на предприятии [3].

В четвертую группу условий входит программно-технический блок. Разработка, контроль, анализ бюджета доходов и расходов предприятия затруднительно делать вручную. Уровень оперативности и качества бюджетного процесса зависит от наличия программно-технических средств.

Все вышеперечисленные обязательные компоненты бюджетного цикла тесно связаны между собой. Так внутренний документооборот компании находится на стыке учетного и организационного блока. Он охватывает совокупность информационных потоков, которые определяются системой действующего управленческого учета на предприятии. С другой стороны, документооборот четко закреплен регламентом и нормативными документами компании, а это – часть системы управления.

Современная научная литература классифицирует бюджеты по восьми признакам (таблица). Применение того или иного типа бюджетов зависит от структуры и размера предприятия, распределения полномочий, количественных и качественных характеристик компании.

Классификация бюджетов

Признак группировки	Виды бюджетов
В зависимости от сферы деятельности	1. Бюджет по операционной деятельности 2. Бюджет по инвестиционной деятельности 3. Бюджет по финансовой деятельности
В зависимости от видов затрат	1. Текущий бюджет 2. Капитальный бюджет
В зависимости от номенклатуры затрат	1. Функциональный бюджет 2. Комплексный бюджет
В зависимости от методов разработки	1. Фиксированный бюджет 2. Гибкий бюджет
В зависимости от длительности периода	1. Ежедневный 2. Месячный 3. Квартальный 4. Годовой

Признак группировки	Виды бюджетов
В зависимости от периода составления	1. Оперативный бюджет 2. Текущий бюджет 3. Перспективный бюджет
В зависимости от непрерывности планирования	1. Самостоятельный бюджет 2. Непрерывный бюджет
В зависимости от содержания информации	1. Укрупненный бюджет 2. Детализированный бюджет

Анализ экономических данных открытого доступа в Интернет по вопросу финансового планирования и бюджетирования предприятия позволил сделать вывод о наиболее распространенных отечественных направлениях. Таковыми являются:

- операционный;
- финансовый.

Операционный бюджет представляет собой совокупность доходов и расходов предприятия. Финансовый бюджет содержит показатели и величины интенсивности денежных потоков производственного предприятия, а также остатки денежных средств.

На наш взгляд, для организации бюджетирования регионально-производственного предприятия должны быть задействованы:

- прогнозный баланс;
- бюджет доходов и расходов (БДР);
- бюджет движения денежных средств (БДДС).

Прогноз баланса является одним из инструментов управления малым предприятием, его активами и пассивами. БДР используется в хозяйственной деятельности для оценки рентабельности основной деятельности.

Бюджет доходов и расходов с положительным результатом – прибылью является залогом эффективности, конкурентоспособности компании. Несмотря на то, что единицей измерения бюджета доходов и расходов является рубль, он характеризует не денежную деятельность предприятия. Так выполнение работ, услуг, отгрузка готовой продукции не всегда сопровождается оплатой. Только когда покупатель произведет оплату за продукцию или услуги, отгруженная продукция превратиться в выручку, и поставка в натуральной форме станет денежной.

В отличие от бюджета доходов и расходов БДДС отражает только денежные обязательства.

Исходя из вышеизложенного, без финансового плана (бюджета)

или контроля за выполнением разработанного финансового плана невозможно управлять организацией в современных условиях [4].

Можно сделать вывод, что теоретические наработки в вопросах планирования и бюджетирования деятельности предприятий существенны, и для обеспечения устойчивого развития необходимо их внедрение в практическую деятельность бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецова, Е.Г., Волгина И.В., Романова И.В. Сравнительный анализ подходов к разработке стратегии устойчивого развития предприятия // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 3-1. С. 71–75.
2. Зотова, Е.В. Методические подходы к совершенствованию системы стратегического планирования на предприятии // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2019. № 5. С. 110-115.
3. Кузнецова, Е.Г. Инвестиционный проект как объект управления на предприятии // Кооперация в системе общественного воспроизводства: мат-лы Междунар. науч-практ. конф: в 2-х частях. 2013. С. 159–163.
4. Шилкина, Т.Е., Долотказин А.Р. Совершенствование системы бюджетирования коммерческого предприятия // «Проблемы развития социально-экономических систем» : материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 20 нояб. 2019 г.); Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Принт- Издат, 2019. С. 109–114.

УДК 336.1

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ «АДМИНИСТРАЦИЯ РУЗАЕВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА»

Юлия Анатольевна Люлькина, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803961@ruc.su

PERFORMANCE RESULTS OF THE MUNICIPAL INSTITUTION “ADMINISTRATION OF THE RUZAEVSK MUNICIPAL DISTRICT”

Yulia Anatolyevna Lyulkina, Master’s Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассмотрены объемы деятельности муниципального района, в частности уделено вниманию объемам расходов на экономическое развитие, культуру,

искусство, образование. Рассмотрены расходы учреждения на такие направления, как социальная помощь жителям района, изучены объемы расходов в виде субсидий, субвенции и дотаций. Автором рассмотрена динамика расходов учреждения за последние годы, сделаны выводы и предложения.

К л ю ч е в ы е с л о в а : учреждение, расходы, доходы, налоги, экономика.

The article considers the volume of activity of the municipal district, in particular paid attention to the volume of expenses for economic development, culture, art, education. Expenses of the institution in such areas as social assistance to the residents of the district are considered, the volumes of expenses in the form of subsidies, subventions and subsidies are studied. The author considers the dynamics of the institution's expenses in recent years, draws conclusions and suggestions.

К е у о р д s : institution, expenses, income, taxes, economy.

Администрация рузаевского муниципального района Республики Мордовия проводит активную работу по вопросам формирования и использования финансовых ресурсов. Необходимо рассмотреть результаты деятельности учреждения [1]. Так, всего на 2021 год по Рузаевскому муниципальному району запланировано доходов в сумме 2 109 264 716 рублей 92 копейки, на 01.01.2022 г. в бюджет поступило 2 122 673 593 рубля 76 копеек, что составило 100,6%.

По Рузаевскому муниципальному району прогноз по налоговым и неналоговым доходам за 2021 год выполнен на 103,6%, при прогнозе 427 657 500,00 руб., фактически поступило 443 217 083,77 руб. Основными доходными источниками бюджета района являются:

– налог на доходы физических лиц, который исполнен на 103,1% (план – 273 370 500,0 руб., факт 281 907 559,71 руб.),

– доходы от уплаты акцизов на ГСМ исполнен на 101,9% (план -18753700,00 руб., факт – 19 114 218,92 руб.);

– единый налог на вмененный доход исполнен на 100,3% (план – 4 667 000,00 руб., факт – 4 680 739,15 руб.);

– налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения на 101,3% (план 15 864 200,00 руб., факт – 16 070 111 ,87 руб.);

– налог на имущество физических лиц исполнен на 107,1% (план – 12 527 000,00 руб., факт – 13 419 874,61 руб.);

– земельный налог исполнен на 94,4% (план – 31 591 100,00 руб., факт – 11 157 175,39 руб.);

– государственная пошлина исполнена на 97,2% (план – 7 360 700,00 руб., факт – 7 155 941,06 руб.);

– поступление по доходам в виде арендной платы за землю выполнено на 133,6% (план – 10 584 079,23руб., факт – 14 142 756,20 руб.);

– поступление доходов от сдачи в аренду имущества выполнено на 98,8% (план –9 279 200,00руб., факт – 9 167 747,73 руб.);

– по плате за негативное воздействие на окружающую среду выполнение составило 118,4 % (план – 3 440 900,00 руб., факт – 4 075 548,56 руб.);

– по штрафам выполнение составляет 179,9 % (план – 3 031 700,00 руб., факт – 5 455 236 06 руб.);

– прочие неналоговые доходы выполнено на 94,4 % (план – 24 310 200,00 руб., факт – 22 956 554,13 руб.).

Безвозмездные поступления в консолидированный бюджет Рузаевского муниципального района: в 2021 г. составили 1 676 224 140,86 руб. или 99,8 % от плана.

Расходная часть на 2021 год запланирована в сумме 2 154 606 062,66 рублей, фактически произведено расходов на сумму 2 115 717 174,75 рублей, процент исполнения – 98,2 %.

Расходы на общегосударственные вопросы произведены в сумме 228 676 290,35 рублей, при плане 237 243 262,69 рублей. По разделу 0203 «Мобилизационная и вневойсковая подготовка» произведены расходы в сумме 1 540 000,00 рублей на территории сельских поселений где отсутствуют военные комиссариаты, при плане 1 540 000,00 рублей.

Национальная экономика. В 2021 году расходы по разделу 0405 «Сельское хозяйство и рыболовство» составили 1 368 310,62 рублей, при плане 1 560 500,00 рублей. По разделу 0409 «Дорожное хозяйство (дорожные фонды)» расходы составили 200 458 886,21 рублей при плане 210 419 378,16 рублей.

Жилищно-коммунальное хозяйство. Расходы по состоянию на 01.01.2022г. по разделу 0500 «Жилищно-коммунальное хозяйство» составили 356 934 034,38 рублей, в том числе:

– раздел 0501 «Жилищное хозяйство» расходы составили 155 423 281,17 рублей при плане 156 944 288,72 рублей;

– раздел 0502 «Коммунальное хозяйство» расходы составили 10 027 907,85 рублей при плане 10 395 827,11 рублей.

– раздел 0503 «Благоустройство» расходы составили 188 560 026,24 рублей при плане 195 230 241,98 рублей.

– по разделу 0505 «Другие вопросы в области жилищно-коммунального хозяйства» расходы составили 2 922 819,12 рублей при плане 3 005 980,76 рублей.

Охрана окружающей среды. На 01.01.2022 года расходы по разделу 0600 «Охрана окружающей среды» составили 4 774 000,00 рублей при плане 4 774 000,00 рублей.

Образование. В 2021 году были произведены расходы из бюджета Рузаевского муниципального района в сумме 908 869 031,96 рублей. План и исполнение расходов из бюджета Рузаевского муниципального района представлен в таблице.

**План и исполнение расходов из бюджета
Рузаевского муниципального района**

Наименование	Раздел	План, руб.	Исполнение, руб.	% исполнения
Дошкольное образование	0701	295 095 868,00	293 541 538,90	99,47
Общее образование	0702	470 220 297,73	467 462 222,12	99,4
Дополнительное образование детей	0703	101 232 354,23	97 785 818,83	96,6
Молодежная политика	0707	39 234 980,00	38 810 799,97	98,9
Другие вопросы в области образования	0709	11 874 898,00	11 268 652,14	94,9

Культура, кинематография. По разделу 0800 были произведены расходы в сумме 322 780 033,13 рублей при плане 323 766 789,07 рублей.

Социальная политика. По разделу 1000 «Социальная политика» израсходовано 36301674,23 рублей при плане 37 723 875,32 рублей.

На 01 января 2021 года балансовая стоимость основных средств по бюджетным учреждениям составила 129 617 978,84 рублей., на 01 января 2022 года – 138 173 610,55 рублей. Всего увеличение основных средств составляет рублей 269 349 253,35 рублей, а именно: недвижимого имущества в сумме 265 224 282,01 рублей; движимого имущества в сумме 4 124 971,34 рублей. всего уменьшение основных средств составляет рублей 260 793 621,64 рублей, а именно: недвижимого имущества в сумме 256 915 464,26 рублей; движимого имущества в сумме 3 878 157,38 рублей [2].

Остаток по материальным запасам на 01.01.2021года по казенным учреждениям составлял 11 126 292,65 рублей. Остаток материальных запасов на 01.01.2022 г. составляет 8049255,12 рублей. Остаток по счету 10300000 «Земля» на 01.01.2022 года составил – 1 435 141 464,44 рублей.Остаток по счету 1060000 «Вложения в основные средства» - 84 448 000,13рублей. Остаток по счету 10800000 «Нефинансовые активы в составе имущества казны» на конец отчетного периода составил 998 930 817,48 рублей. Из них:

- недвижимое имущество в составе имущества казны в сумме 1 259 723 508,27 рублей;
- амортизация недвижимого имущества в составе имущества казны в сумме 295 254 879,89 рублей;
- движимое имущество в составе имущества казны – 57 653 195,67 рублей;
- амортизация движимого имущества в составе имущества казны в сумме 23 191 006,57 рублей.

Произошло увеличение в течение 2021 года в том числе.

Недвижимого имущества:

- безвозмездная передача с Госкомимущество РМ 1 410 043,32 рублей (амортизация 1 132 933,04 рублей);
- безвозмездная передача от организаций РМ 191 607,00 (амортизация 172 729,00 рублей);
- безвозмездное поступление от бюджетных и автономных учреждений 3 390 742,60 рублей (амортизация 949 511,86 рублей);
- оприходовано по инвентаризации 24 519 808,14 рублей
- со счета 101 «Основные средства» 254 147 334,07 рублей (амортизация 3 103 466,34 рублей).

Движимого имущества:

- безвозмездная передача с Госкомимущество РМ 19 280 830,00 рублей (амортизация 0);
 - безвозмездная передача от Министерства Образования 5 256 539,55 рублей;
 - безвозмездная передача от Министерства ЖКХ – 50 546,44 рублей;
 - безвозмездная передача от организаций 174 420 рублей (амортизация 92 920 рублей);
 - безвозмездное поступление от бюджетных и автономных учреждений – 25 291 293,75 рублей (амортизация 3 004 765,11 рублей);
 - оприходовано по инвентаризации 4 064 000,00 рублей;
 - со счета 101 «Основные средства» 2 204 003,28 рублей;
 - Рекласификация со счета 108.51 - 20 576 444,00 рублей.
- Произошло уменьшение активов, а именно за счет:
- безвозмездная передача в МТУ Росимущество 667 788,46 рублей (амортизация 583 020,76 рублей)
 - безвозмездная передача недвижимого имущества в бюджетные и автономные учреждения – 145 463 263,45 рублей (амортизация 8 330 150,23 рублей);
 - безвозмездная передача православной религиозной организации 3 409 536,00 (амортизация 3 402 714,93 рублей);
 - приватизации квартир – 95 939 470,74 рублей (амортизация 0 рублей);
 - реализация 359 661,00 рублей (амортизация 354 661,00 рублей);
 - рекласификация 20 576 444,00 рублей;
 - безвозмездная передача движимого имущества Министерство Образования – 169 670,00 рублей;
 - безвозмездная передача движимого имущества в бюджетные и автономные учреждения – 54 704 196,97 рублей (амортизация 1 322 339,93 рублей);

Остаток по счету 010855000 «Непроизведенные активы в составе имущества казны» на конец отчетного периода составил 121 469 407,12 рублей.

Произошло увеличение в течение 2021 года за счет:

– безвозмездная передача с Госкомимущество РМ 1 230 778,56 рублей;

– безвозмездная передача ФГКУ «1340 Центр обеспечения медицинской техникой и имуществом Министерства обороны РФ» 23 862 198,36 рублей;

– безвозмездная передача от Куйбышевская дирекция по тепловодоснабжению – структурное подразделение Центральной дирекции по тепловодоснабжению – филиала ОАО «РЖД» – 2008,00 рублей;

Произошло уменьшение за счет: продажа земельных участков физическим и юридическим лицам – 2 588 682,12 рублей; безвозмездная передача в бюджетные и автономные учреждения 14 133 304,76 рублей По счету 20430000 «Участие в государственных (муниципальных) учреждениях» имеет место остаток в сумме 2 349 723 864,55 рублей на начало года (балансовая стоимость ОЦИ подведомственных учреждений) и на конец года 2 520 123 193,10 рублей.

Дебиторская задолженность на 01.01.2022 года составила:

По счету 130221000 «Расчеты по услугам связи»: в сумме

151 905,45 рублей, в том числе:

ПАО «Ростелеком» - 133 845,79 рублей, ООО Рузаевская городская телесеть Парус – 18 059,66 рублей

По счету 130223000 «Расчеты по оплате коммунальных услуг» в сумме 1 218 939,91 рублей: АО «Мордовская электросетевая компания в сумме 502 056,28 рубля, ООО «Газпроммежрегионгаз Саранск» в сумме 167 976,94 рублей, ООО «Чистый город» в сумме 548 906,69 рублей

По счету 130225000 «Расчеты по работам, услугам по содержанию имущества» в сумме 20 317 238,55 рублей, в том числе:

– НО Республиканский фонд капитального ремонта МКД – 10 150 656,84 руб.

– ООО «Актант» – 600 000,00 руб. ремонт клуба им. Ухтомского.

– ОАО «Ремстрой» – 217 830,00 руб. ремонт клуба им. Ухтомского.

– ООО «Лидер» – 1 336 093,00 рублей за капитальный ремонт дороги в г. Рузаевка, ул. Привокзальный пер.

– ООО «Виком» – 6 568 266,00 рублей содержание благоустройство парка культуры и отдыха,

– ИП Ахметов – 16 660,00 рублей заправка и ремонт картриджей.

По счету 130226000 «Расчеты по оплате прочих услуг» в сумме 8 313 266,88 рублей, из них:

- РЖД Медицина – 54 550,00 рублей за прохождение мед.комиссии,
- ООО Проектный институт Волгоавтодорпроект – 5 350 000,00 рублей – проект капитального ремонта моста по ул.Калиина,
- ООО ИСУ – 611 326,50 – диагностика автомобильных дорог,
- ИП Карташов А.А. – 497 490,04 рублей снос аварийных домов,
- Союз Торгово –Промышленная Палата – 57 600,00 рублей за оценку стоимости квартир,
- ООО Гарант–Мордовия – 36 036,00 рублей справочные системы,
- ООО Оценочные системы – 20 000,00 рублей за проведении оценки рыночной стоимости,
- ИП Вельмакин А.М. – 83 160,00 рублей облудивание телефонной сети,
- ИП Никашкин А.И. – 87 570,00 рублей за услуги по изготовлению банеров,
- ООО Типографский печатник – 39 500,00 за типографские услуги.
- АНО Информационно –аналитическая редакция Рузаевские новости – 78 320,00 рублей, за предоставленные услуги,
- ООО Лонг Кэт – 12 000,00 рублей поддержка сайты органов местного самоуправления,
- ООО Эм Принт – 81 586,60 рублей изготовление банеров.
- по счету 130228000 «Расчеты по услугам, работам для целей капитальных вложений» – 95 599,13 рублей строительный контроль.

В результатах исследования, можно сделать вывод об активной деятельности учреждения в области формирования и использования финансовых ресурсов, с целью развития района, повышения культурного уровня [2], уровня экономического развития, удовлетворения потребностей жителей региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маркова, А.А.* Корпоративные финансы // А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина, Р.А. Захаркина. Саранск, 2017. 120 с.
2. *Keleiniikova, S.V.* Diagnostics and optimization of the vegetable market // S.V. Keleiniikova, S.M. Imyarekov, N.N. Kataikina, L.A. Abelova, D. Samygin, Yu.S. Artamonova. Ponte. 2017. Т. 73. № 3. С. 270–283.
3. *Кузнецова, Е.Г.* Коммуникативная культура профессионала // Е.Г. Кузнецова, Т.Е. Кузнецова, Р.Р. Хайров. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки: 38.03.01 – «Экономика» / Саранск, 2017. 140 с.

УДК 336.6

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВНУТРЕННИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
ПРЕДПРИЯТИЯ ПО УКРЕПЛЕНИЮ
ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ**

Анна Александровна Маркова, старший преподаватель
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: markovaanna2012@yandex.ru

**DETERMINATION OF THE INTERNAL CAPABILITIES
OF THE ENTERPRISE TO STRENGTHEN SOLVENCY**

Anna Alexandrovna Markova, Senior Lecturer
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассмотрены проблемы укрепления платежеспособности предприятия в современных условиях экономического развития. Актуальность темы исследования заключается в том, что платежеспособность является внешним проявлением финансовой устойчивости предприятия, от которой во многом зависит успех его деятельности. Кроме того, контроль за платёжеспособностью предприятия позволяет быстро реагировать на финансовые кризисы и не предвиденные обстоятельства, возникающие в финансовой сфере. По результатам аналитических мероприятий выявляются слабые стороны финансово-хозяйственной деятельности предприятия и ее скрытые ресурсы, разрабатываются меры по оптимизации и укреплению платёжеспособности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: платежеспособность, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, платежные средства, финансовые показатели, текущие активы, краткосрочные обязательства.

The article deals with the problems of strengthening the solvency of the enterprise in modern conditions of economic development. The relevance of the research topic lies in the fact that solvency is an external manifestation of the financial stability of an enterprise, on which the success of its activities largely depends. In addition, monitoring the solvency of the enterprise allows you to quickly respond to financial crises and unforeseen circumstances arising in the financial sector. Based on the results of analytical activities, the weaknesses of the financial and economic activities of the enterprise and its hidden resources are identified, measures are being developed to optimize and strengthen solvency.

К e y w o r d s: solvency, accounts receivable, accounts payable, means of payment, financial indicators, current assets, short-term liabilities.

Под платежеспособностью предприятия понимается возможность хозяйствующего субъекта своевременно и в полном объеме погашать свои долговые обязательства и при этом осуществлять непрерывный процесс финансово-хозяйственной деятельности.

© Маркова А.А., 2022

Высокая обеспеченность финансовыми ресурсами способствует финансовому развитию хозяйствующего субъекта, формируя его платежные способности и финансовую безопасность [1].

Платёжеспособность характеризуется обеспеченностью деятельности предприятия оборотными активами, способными погасить краткосрочные долги хозяйствующего субъекта. Оборотные средства – это денежные средства, авансируемые для образования оборотных производственных фондов и фондов обращения с целью обеспечения непрерывного процесса производства реализации продукции [2].

В современных условиях особое значение имеют внутренние возможности предприятия по увеличению платёжеспособности. Для функционирования современного предприятия, устойчивое финансовое развитие имеет огромное значение [3].

Наибольший удельный вес в составе текущих активов, как правило, приходится на дебиторскую задолженность, а в структуре краткосрочных обязательств на кредиторскую задолженность.

В состав дебиторской задолженности может входить долгосрочная задолженность покупателей и других дебиторов, которая по существу является внеоборотным активом и поэтому не может иметь в качестве источника финансирования краткосрочные заемные средства [4].

В связи с этим, целесообразно установить взаимосвязь величины дебиторской задолженности и кредиторской задолженности.

Установить взаимосвязь между данными финансовыми показателями можно используя балансовый метод, который указывает на связь между хозяйственными средствами и источниками их формирования.

Проанализируем динамику дебиторской задолженности на основе условных данных коммерческого предприятия в 2020 г. по сравнению с 2018 г. Для этого используем взаимосвязь хозяйственных средств и источников их формирования:

$$+190635 = (+14444 - 967 + 112683 - 310 + 581) - (-32068 - 27254 - 228 - 1369 - 3285)$$

В табл. 1 представлены основные факторы, влияющие на изменение дебиторской задолженности предприятия.

Так, увеличение дебиторской задолженности предприятия связано в первую очередь с ростом собственных источников финансирования, уменьшением постоянных активов, запасов, НДС и наиболее ликвидных активов.

Вместе с тем, дебиторская задолженность предприятия частично снизилась под влиянием следующих факторов: уменьшения долгосрочных кредитов и займов на 967 тыс. руб. или 15,0 % и краткосрочных заемных средств на 310 тыс. руб. или 5,2 %. Итого

сумма факторов составила 190635 тыс. руб. Данные проведенных расчетов показали, что наибольшее влияние на изменение быстрореализуемых активов оказало увеличение собственного капитала и кредиторской задолженности, а также динамика отдельных элементов текущих активов.

Таблица 1

Исходные данные для расчета относительных показателей платёжеспособности предприятия за 2018-2020 гг.

Показатели	Годы			Отклонение (2020 от 2018)	
	2018	2019	2020	абсолютное	относительное
Постоянные активы	124413	108874	92345	-32068	74,2
Текущие активы, в том числе:	973494	1139170	1131993	+158499	116,3
– запасы	581651	555918	554397	-27254	95,3
– НДС	522	1023	294	-228	56,3
– дебиторская задолженность	381800	576101	572435	+190635	149,9
–наиболее ликвидные актив	1580	349	211	-1369	13,4
– прочие оборотные активы	7941	5779	4656	-3285	58,6
Всего хозяйственных средств	1097907	1248044	1224338	+126431	111,5
Собственные средства	226752	234913	241196	+14444	106,4
Долгосрочные кредиты и займы	6452	5658	5485	-967	85,0
Наиболее срочные обязательства	858743	1001854	971426	+112683	113,1
Краткосрочные заемные средства	5957	5619	5647	-310	94,8
Прочие краткосрочные обязательства	3	–	584	+581	19466,7
Всего источников	1097907	1248044	1224338	+126431	111,5

Изменение величины быстрореализуемых активов и наиболее срочных обязательств, а также их состав и структура оказывают влияние на эффективность формирования и использования средств, авансированных в текущие активы предприятия.

Кроме того, необходимо отметить, что величина дебиторской и кредиторской задолженности постоянно увеличивается, что является отрицательной тенденцией в финансовом развитии предприятия.

При этом, коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности в 2018 г. составил 0,44, в 2019 г. 0,58 и в 2020 г. 0,59. Для обеспечения платёжеспособности предприятия необходимо, чтобы дебиторская задолженность превышала кредиторскую задолженность.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что на предприятии должна постоянно осуществляться краткосрочная финансовая по-

литика в области управления текущими активами и текущими пассивами предприятия, которая будет направлена на оптимизацию быстрореализуемых активов и наиболее срочных обязательств, с целью повышения платежеспособности.

Также данная политика должна осуществлять постоянный мониторинг дебиторской и кредиторской задолженности, сроков их погашения и возникновения просроченной части.

Улучшить состояние дебиторской задолженности можно путем мотивации и стимулирования покупателей к осуществлению предоплаты, предоставления скидок с цены реализации или объема покупки при досрочной оплате продукции.

По средством этого, меньшее количество финансовых ресурсов отвлекается в дебиторскую задолженность, высвобожденные средства поступают в оборот, быстрее приносят предприятию доход и дополнительные возможности по финансовому развитию.

Расчет экономического эффекта от ускорения оборачиваемости представлен в табл. 2.

Таблица 2

Прогноз платежных средств с целью повышения эффективности их использования предприятия

Показатели	Фактические данные	Прогнозные данные	Отклонение (прогноза от факта)
Доходы, тыс. руб.	1209742	1572665	+362923
Величина текущих активов, в т. ч.:	1131993	1100710	-31283
– запасы с НДС	554691	637895	+83204
– краткосрочная дебиторская задолженность	572435	457948	-114487
Оборачиваемость текущих активов, в днях, в т. ч.:	341,5	263	-78,5
– запасов с НДС	167,4	148,0	-19,4
– краткосрочной дебиторской задолженности	172,7	106,3	-66,4
Экономический эффект всего, тыс. руб., в том числе:	$(263 - 341,5) * 1572665/365 = -338230,7$ тыс. руб.		
– от использования запасов с НДС	$(148,0 - 167,4) * 1572665/365 = -83558,2$ тыс. руб.		
– от ускорения обор–ти краткосрочной дебиторской задолженности	$(106,3 - 172,7) * 1572665/365 = -286095,8$ тыс. руб.		

Представленные данные по перспективному развитию предприятия позволяют определить прирост выручки на уровне 30%, то есть прирост доходов составит 362923 тыс. руб. (с 1209742 тыс. руб. до 1572665 тыс. руб.).

Рост объемов производства и выручки требует увеличения запасов в среднем на уровне 15 %, при условии наличия в большей части собственных поставщиков. При этом, запасы с НДС увеличатся на 83204 тыс. руб. (с 554691 тыс. руб. до 637895 тыс. руб.).

Наметившуюся тенденцию сокращения дебиторской задолженности в среднем на 20 % требуется сохранить при условии реализации предложенных мероприятий.

Дебиторская задолженность составит 457948 тыс. руб., что на 114487 тыс. руб. меньше, чем в 2020 г.

Прирост оставшейся части оборотных активов планируется сохранить на прежнем уровне, что будет способствовать формированию оборотных активов на уровне 1100710 тыс. руб.

Реализация плановых мероприятий позволят предприятию ускорить оборачиваемость текущих активов на 78,5 дня (с 341,5 дня до 263 дней), повысить эффективность использования запасов на 19,4 дня (с 167,4 дня до 148 дней) и сократить срок погашения дебиторской задолженности на 66,4 дня (с 172,7 дня до 106,3 дня).

Реализация плановых мероприятий по оптимизации структуры оборотных активов позволит предприятию высвободить из оборота и сэкономить финансовых ресурсов на сумму 338230,7 тыс. руб. в том числе медленнореализуемых активов на сумму 83558,2 тыс. руб. и быстрореализуемых активов на сумму 286095,8 тыс. руб.

Таким образом, основными направлениями увеличения платежеспособности коммерческого предприятия можно считать:

- оптимизацию величины материальных производственных запасов;

- сокращение как дебиторской, так и кредиторской задолженности. путем изменения политики в области формирования текущих активов;

- привлечение и эффективное использование дополнительных источников финансирования деятельности предприятия;

- мониторинг и постоянный контроль за соблюдением расчетно–платежной дисциплины;

- разработка и внедрение оптимальной финансовой политики в области управления текущими активами и текущими пассивами предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маркова, А.А.,* Катайкина Н.Н., Абелова Л.А. Обеспечение финансовой безопасности хозяйствующего субъекта / А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина, Л.А. Абелова// Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 3-1. С. 68–75.

2. *Мягкова, М.В.,* Захаркина Р.А. Повышение эффективности использования оборотного капитала организации / М.В. Мягкова, Р. А. Захаркина // Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 21–22 апр. 2020 г.) «Научные исследования в социально-

экономическом развитии общества» / [редкол.: П.П. Хайров (отв. ред.) и др.]; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Принтиз, 2020. С.76–81.

3. Modern Financial Management Tools in Agrarian Business /Samygin D., Imyarekov S., Keleynikova S., Sokolova I., Barbashova S., Burmistrova O., Manin P., Khayrov R., Kuznetsova E., Kondrashkina I., Volgina I., Shilkina T., Markova A., Kataykina N. et al. North Carolina: Lulu Press, USA, 2020.192 p.

4. *Зотова, Е.В.*, Катайкина Н.Н. Оценка финансовой устойчивости кооперативной организации // Studium. 2018. № 2 (47). С. 5.

УДК 658.14

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОПТИМАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

**Мария Валерьевна Мягкова, кандидат экономических наук,
доцент**

**Регина Александровна Захаркина, кандидат экономических
наук, доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: m.myagkova13@yandex.ru; r.a.zaharkina@rucoop.ru

FUNDAMENTALS OF THE FORMATION OF AN OPTIMAL CAPITAL STRUCTURE OF AN ECONOMIC ENTITY

**Maria Valerievna Myagkova, PhD in Economics, Associate
Professor**

**Regina Aleksandrovna Zakharkina, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Структура капитала хозяйствующего субъекта — это связь между всеми источниками финансирования, которыми выступают заемные и собственные средства, необходимые для поддержания существования организации в долгосрочной перспективе. Актуальность тематики данного исследования состоит в том, что усиление неопределенности в принятии управленческих решений в рамках формирования и дальнейшего роста рыночной стоимости предприятий затрагивает и структуру источников финансирования. При наличии различных методологических подходов к образованию оптимальной структуры капитала необходимо выбрать именно тот, который способствует увеличению стоимости организации согласно изменениям, в условиях по привлечению ресурсов.

К л ю ч е в ы е с л о в а : структура капитала, хозяйствующий субъект, финансовое состояние, собственный капитал, заемный капитал.

The capital structure of an economic entity is a link between all sources of financing, which are borrowed and own funds necessary to maintain the existence of the organization in the long term. The relevance of the subject of this study is that the increasing uncertainty in managerial decision-making within the framework of the formation and further growth of the market value of enterprises also affects the structure of funding sources. In the presence of various methodological approaches to the formation of an optimal capital structure, it is necessary to choose the one that contributes to the increase in the value of the organization according to changes in the conditions for attracting resources.

Keywords: capital structure, business entity, financial condition, equity, borrowed capital.

Каждый хозяйствующий субъект ставит целью своей деятельности получение прибыли, на которую влияет множество факторов. Для достижения поставленной цели хозяйствующие субъекты стремятся к эффективному управлению своей деятельностью, а, следовательно, эффективному управлению капиталом и его структурой.

Структура капитала хозяйствующего субъекта — это связь между всеми источниками финансирования, которыми выступают заемные и собственные средства, необходимые для поддержания существования организации в долгосрочной перспективе.

Эффективное управление структурой капитала и увеличение прибыли хозяйствующего субъекта выступают показателями его финансового состояния. Рассмотрев и изучив теоретические основы о сущности и структуре капитала, можно сделать вывод, что главной проблемой теории является возможность увеличения рыночной стоимости организации посредством оптимизации структуры капитала, что и определяет актуальность выбранной темы исследования.

Практикующие экономисты долгое время находятся в поиске универсального метода решения оптимизации структуры капитала, но на данный момент это является затруднительным. Выбор критериев оценки и оптимизации структуры капитала у каждого хозяйствующего субъекта индивидуальный [1]. Это объясняется разнообразием их организационно-правовых форм и отраслевой спецификой.

Уровень финансового состояния неразрывно связан со структурой капитала. Если хозяйствующий субъект имеет высокую долю заемных средств, то данное обстоятельство повышает финансовые риски.

Оптимальная структура капитала хозяйствующего субъекта часто определяется как соотношение долговых обязательств (кредитов) и собственного капитала, которое приводит к наименьшей средневзвешенной стоимости его капитала.

Поиск оптимальной структуры капитала выступает предметом

научных исследований множества ученых, экономистов. Вместе с тем при существующем многообразии мнений в вопросе формирования капитала необходимо учитывать и постоянные изменения в предпринимательской и экономической среде, инвестиционные риски, эволюционные стадии в развитии управленческих концепций, взглядов на параметры, которые отражают капитал, возможности его оптимизации [2].

Актуальность тематики данного исследования состоит в том, что усиление неопределенности в принятии управленческих решений в рамках формирования и дальнейшего роста рыночной стоимости предприятий затрагивает и структуру источников финансирования. При наличии различных методологических подходов к образованию оптимальной структуры капитала необходимо выбрать именно тот, который способствует увеличению стоимости организации согласно изменениям, в условиях по привлечению ресурсов.

Каждый хозяйствующий субъект в определенный промежуток времени нуждается в источниках финансирования по текущим операциям, либо перспективным. Структура капитала воздействуют на финансовые результаты, поскольку именно от неё зависят условия по созданию непрерывности финансовых потоков на микроэкономическом уровне.

Распространенной ситуацией является одновременное финансирование деятельности из разных источников. Если рассматривать такой аспект с позиции оптимизации, то здесь должно присутствовать проявление осознанности и рациональности в финансовой политике. Если рассматривать такой аспект с позиции финансирования текущих операций, то появление различных источников в финансировании способно изменить структуру пассивов хозяйствующего субъекта.

Следовательно, у организации существует возможность финансирования предпринимательской деятельности из различных источников, однако всегда присутствует актуальная проблема в контроле за соотношением собственных и заемных ресурсов.

Структура капитала обуславливает множество аспектов в предпринимательском функционировании. Кроме того, она воздействует на величину рентабельности имущества, собственного капитала, себестоимости, финансовые позиции и стабильность в платежеспособности, уровень предпринимательских рисков, а также финансовое обеспечение [3].

Как уже было представлено выше, капитал состоит из собственных и заемных средств. Собственный капитал – это часть стоимости имущества хозяйствующего субъекта, достоящегося его собственникам после удовлетворения требований третьих лиц.

Оценить собственный капитал можно формально по балансовому или рыночному методу, или фактически при банкротстве организации.

Следует отметить, что под собственным капиталом может подразумеваться долгосрочная задолженность хозяйствующего субъекта перед его собственниками.

Заемный капитал – это финансовая оценка ресурсов, которые предоставлены хозяйствующему субъекту на конкретный срок третьими лицами. Здесь необходимо учитывать, что заемные средства подлежат возврату по договорным условиям, а также постоянны, поскольку номинальный уровень основных финансовых обязательств не изменяется.

Политика создания структуры собственных и заемных средств лежит в основе финансирования, которое обуславливает целенаправленное движение потоков с целью применения капитала в обеспечение расширенного воспроизводства.

Таким образом, финансирование на микроэкономическом уровне, по нашему мнению, представляет собой систему из 5 составляющих:

- самофинансирование;
- финансирование посредством движения капиталов на рынке;
- кредитование;
- бюджетное финансирование;
- взаимное финансирование рыночных субъектов.

Самофинансирование представляет собой процедуру финансирования посредством создаваемой прибыли. В данном случае есть вариант реинвестирования части прибыли и выплаты дивидендов.

Не менее значимым источником дополнительного капитала выступает рынок. В таком случае присутствует вариант долевого и долгового финансирования.

Привлекательным способом финансирования на сегодняшний день можно считать банковское кредитование. Получение кредита в банке не привязывается к размеру производства хозяйствующего субъекта и устойчивости в получении прибыли, поэтому объемы заемного капитала могут быть большими.

Бюджетное финансирование можно считать наиболее благоприятным способом мобилизации фондов, который подразумевает получение капитала от бюджетной системы любого уровня, однако доступ к бюджетным средствам ограничен.

Взаимное финансирование рыночных субъектов реализуется в поставках друг другу товарной продукции на условиях отсрочки платежа.

Таким образом, структура капитала, выступающего в качестве источника финансирования, может быть различной, что зависит от

вида деятельности, длительности производственного, операционного циклов, структуры активов, а также способности генерировать прибыль. Особую значимость здесь приобретает дивидендная и инвестиционная политика, а также стоимость привлекаемого капитала. Поэтому актуальным вопросом остается оптимальная оценка источников, которыми выступают собственный и заемный капиталы.

Состояние основного капитала характеризует уровень технической вооруженности организации, управление основным капиталом способствует эффективному техническому развитию организации, что гарантирует достойное обеспечение экономической безопасности.

Оптимальное соотношение структурных элементов капитала должно определяться для каждой организации индивидуально с учетом целого ряда факторов и критериев оценки рациональной структуры капитала. Таким образом, финансовая устойчивость организации имеет пропорциональную зависимость от капитала организации и его структуры. Она складывается из двух видов факторов: финансовые и производственные.

К финансовым факторам относятся ликвидность активов, структура самого капитала, обеспеченность организации собственными оборотными средствами, уровень рентабельности производства, а также доходность проектов. Производственными факторами являются состояние и структура основных средств, структура себестоимости выпускаемой продукции, использование оборотных и основных средств, а также система контроля качества в целом.

Вопросы возможности и целесообразности управления структурой капитала давно обсуждаются среди ученых и практиков. Анализ научной литературы свидетельствует, что большинство авторов выделяют три метода оптимизации структуры капитала:

1) оптимизация структуры капитала по критерию максимизации уровня прогнозируемой финансовой рентабельности;

2) оптимизация структуры капитала по критерию минимизации его стоимости (в этом случае оптимизация структуры капитала базируется на предварительной оценке стоимости собственного и заемного капиталов при различных условиях их привлечения и осуществлении многовариантных расчетов средневзвешенной величины стоимости капитала);

3) оптимизация структуры капитала по критерию минимизации уровня финансовых рисков (оптимизация структуры капитала по критерию минимизации финансовых рисков связана с процессом выбора источников финансирования различных составных частей активов предприятия, которые подразделяются на три группы:

внеоборотные активы, постоянная часть оборотных активов, переменная часть оборотных активов) [3].

Приоритет конкретных критериев оптимизации структуры капитала организации определяют самостоятельно. Поэтому не существует единой оптимальной структуры как для разных организаций, так и для одной организации на разных стадиях ее развития.

Существует ряд условий, учет которых позволяет целенаправленно сформировать структуру капитала, обеспечивая условия наиболее эффективного использования капитала в каждой конкретной организации (конъюнктура товарного и финансового рынка, рентабельность капитала, коэффициент операционного левериджа, уровень налогообложения прибыли).

Множественность критериев оптимизации структуры собственного капитала побуждает владельцев предприятия избирать самый эффективный вариант на основании своих субъективных отношений. При этом возникает парадокс: чем больше критериев учитывает инвестор, тем более многогранным будет результат оптимизации, с другой стороны, рост их количества резко усложняет процесс оптимизации структуры капитала.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маркин, С.А., Шилкина Т.Е.* Расчет основных показателей структуры капитала на примере ОАО «Саранский завод «Резинотехника» // Проблемы развития социально-экономических систем. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров [и др.] 2019. С. 141–145.

2. *Маркова, А.А.* Формирование стратегии устойчивого финансового развития коммерческого предприятия в условиях инновационного развития региона // Научное обозрение. 2014. №12-2. С. 607–610.

3. *Катайкина, Н.Н.* Современные тенденции финансирования экономики и социальной сферы на региональном уровне // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. 2016. Т. 5. № 4. С. 79–86.

УДК 336.64

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВЫХ
РЕСУРСОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА**

**Мария Валерьевна Мягкова, кандидат экономических наук,
доцент**

**Регина Александровна Захаркина, кандидат экономических
наук, доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: m.myagkova13@yandex.ru; r.a.zaharkina@rucoop.ru

**THE ECONOMIC ESSENCE OF THE FINANCIAL
RESOURCES OF AN ECONOMIC ENTITY**

**Maria Valerievna Myagkova, PhD in Economics, Associate
Professor**

**Regina Aleksandrovna Zakharkina, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Роль финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта весьма высока, именно они обеспечивают его функционирование и развитие, обеспечивают бесперебойный процесс производства. Эффективность деятельности хозяйствующего субъекта независимо от формы собственности зависит от своевременной мобилизации имеющихся финансовых ресурсов. Финансовые ресурсы используются хозяйствующим субъектом в ходе различных видов деятельности, таких как производственная, финансовая и инвестиционная, по этой причине они находятся в бесконечном и устойчивом обороте, тем самым переходя в определенную форму капитала.

К л ю ч е в ы е с л о в а: финансовые ресурсы, собственные средства, привлеченные средства, заемные средства.

The role of financial resources of an economic entity is very high, they ensure its functioning and development, ensure an uninterrupted production process. The efficiency of an economic entity, regardless of the form of ownership, depends on the timely mobilization of available financial resources. Financial resources are used by an economic entity in the course of various types of activities, such as production, financial and investment, for this reason they are in endless and steady circulation, thereby passing into a certain form of capital.

K e y w o r d s: financial resources, own funds, borrowed funds, borrowed funds.

В современных условиях рыночные отношения характеризуются процессами повышения независимости и ростом ответственности субъектов хозяйствования, в деятельности которых повышает-

ся роль финансовой стабильности и ликвидности. Поддержание данных тенденций на необходимом уровне объясняется ростом значимости разумного и рационального управления финансовыми ресурсами.

Финансовые ресурсы используются хозяйствующим субъектом в ходе различных видов деятельности, таких как производственная, финансовая и инвестиционная, по этой причине они находятся в бесконечном и устойчивом обороте, тем самым переходя в определенную форму капитала. Под капиталом как приращенной формой финансовых ресурсов понимают значительную часть этих ресурсов, которая принимает участие в производственном хозяйственном обороте и приносит доходы от этого оборота.

Проведем критический обзор различных точек зрения на экономическую сущность финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта.

По мнению Федуловой С.Ф. финансовые ресурсы хозяйствующего субъекта – это денежные средства, вложенные в активы с целью извлечения прибыли, которые обеспечивают стабильное функционирование и рост хозяйствующего субъекта. К ним также можно отнести доходы и денежные средства, которые вложены в организацию с целью извлечения добавленной стоимости.

Группа авторов Рябова И.А., Грошева Н.Ю., Клейтман Е.В. считают, что финансовые ресурсы – это денежные средства, находящиеся в распоряжении хозяйствующего субъекта, которые он может самостоятельно направлять на решение установленных целевых задач, реализуя процессный и риск-ориентированный подход.

Исходя вышеизложенного, представляется возможным сформулировать уточненное определение термина «финансовые ресурсы» – это денежные средства, находящиеся в распоряжении хозяйствующего субъекта и вложенные в его активы, которые обеспечивают стабильное функционирование и решение установленных целей и задач.

Роль финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта весьма высока, именно они обеспечивают его функционирование и развитие, обеспечивают бесперебойный процесс производства. Эффективность деятельности хозяйствующего субъекта независимо от формы собственности зависит от своевременной мобилизации имеющихся финансовых ресурсов.

Финансовые ресурсы обеспечивают стабильное функционирование и рост организации. К ним также можно отнести доходы и денежные средства, которые вложены в организацию с целью извлечения добавленной стоимости. На стадии формирования финансовых ресурсов особую роль играет определение их структуры и источников образования.

Одним из важнейших условий успешной деятельности предприятия является анализ управления процессом формирования и использования финансовых ресурсов на предприятии [1].

Выделяют следующие виды источников формирования финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта:

1. Собственные средства (взносы собственников, вклады, выручка от реализации продукции, выручка от реализации выбывшего имущества организации, внереализационные доходы, проценты, дивиденды, аренда и т.д.);

2. Заемные средства (банковские кредиты, займы, облигации, векселя и много другое);

3. Привлеченные средства (инвестиции, партнеры);

4. Приравненные к собственным средствам организации (вышестоящие организации, страховые организации, бюджетные средства) [55, с.35].

Таким образом, финансовые ресурсы организации формируются за счет собственных и заемных средств.

Стартовым источником на момент создания организации является уставный капитал и имущество, находящееся на балансе хозяйствующего. В процессе деятельности состав финансовых ресурсов формируется за счет внешних и внутренних источников. К ним относятся:

- амортизационные отчисления;
- прибыль хозяйствующего субъекта;
- заемные средства;
- привлеченные средства;
- дополнительные взносы учредителей; и т. д.

В настоящее время к современным методам мобилизации финансовых ресурсов организации относятся:

- банковское кредитование;
- субсидирование;
- субсидирование посредством рынка денежных средств;
- факторинг;
- финансовый лизинг.

Исходя из вышеизложенного можно сделать следующий вывод. Хозяйствующие субъекты использующие собственные финансовые ресурсы имеют большую прибыль и соответственно ликвидность относительно использования заемных финансовых ресурсов. К преимуществам заемных средств следует отнести наличие большого количества возможностей их привлечения заемных средств. Однако существует ряд недостатков их применения: наличие большого числа документов для получения банковского кредита, стоимость кредита зависит от множества факторов, высокий уровень риска и т.д.

По использованию финансовые ресурсы подразделяются на используемые для финансирования текущей деятельности хозяйствующего субъекта и на используемые для финансирования инвестиционной деятельности, однако наиболее часто финансовые ресурсы применяются для покрытия материальных и приравненных к ним расходов хозяйствующего субъекта.

Эффективность деятельности хозяйствующего субъекта зависит от своевременной и полной мобилизации финансовых ресурсов организации. От правильного выбора организации финансовой работы зависит эффективность деятельности [2].

Финансовая работа - система экономических мероприятий, по определению и обеспечению финансовых ресурсов в необходимых объемах, с целью обеспечения бесперебойного производства.

Основные задачи финансовой работы хозяйствующего субъекта, на наш взгляд, должны состоять в следующем:

Мобилизация финансовых ресурсов в необходимых объемах с целью обеспечения бесперебойного процесса производства и расширения основных производственных фондов.

Увеличение показателей эффективности деятельности хозяйствующего субъекта (прибыли, рентабельности, снижение издержек производства и т.д.)

Своевременное и в полном объеме выполнение финансовых обязательств перед банками, перед бюджетом (уплата налогов и иных платежей).

Контроль и надзор за рациональным использованием финансовых ресурсов.

Эффективное функционирование хозяйствующего субъекта зависит от объема, качества и структуры финансовых ресурсов. Оптимальное соотношение собственных и заемных источников финансовых ресурсов – одно из условий нормальной финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта. Поэтому управление финансовыми ресурсами является одной из самых важных задач финансового менеджмента в современных экономических условиях.

Повышение эффективности деятельности организации во многом зависит от обоснованности, своевременности и целесообразности принимаемых управленческих решений в данной сфере.

Управление финансовыми ресурсами принадлежит к числу основных задач финансового менеджмента, поскольку состав и стоимость финансовых ресурсов сильно влияют на основные показатели финансово-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования и на эффективность его деятельности в целом.

Существуют разные способы формирования финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта в процессе его развития. К основным способам, на наш взгляд, следует отнести:

- формирование первоначальных финансовых ресурсов;
- слияние финансовых ресурсов нескольких хозяйствующих субъектов;
- рост объема финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта за счет внутренних и внешних источников финансирования;
- разделение активов субъекта на части с целью финансирования деятельности новых хозяйствующих субъектов;
- выделение части имущества хозяйствующего субъекта и его реализация [3].

Увеличение финансовых ресурсов за счет различных источников способствует расширению производства, росту и развитию хозяйствующего субъекта. Руководство должно иметь представление о том, за счет каких источников финансовых ресурсов хозяйствующий субъект намерен функционировать, а также в какие сферы деятельности осуществлять вложения.

Финансирование хозяйствующего субъекта может осуществляться из собственных, заемных источников, источников, мобилизованных на финансовом рынке и источников, сформированных в порядке перераспределения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абелова, Л.А.*, Каргин Ю.И., Катайкина Н.Н. Управление формированием и использованием финансовых ресурсов ООО «Лисма» // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2018. №5. С. 5–14.

2. *Шилкина, Т.Е.*, Кочурова Л.А. Формирование финансовых результатов на малом предприятии // «Научные исследования в социально-экономическом развитии общества»: материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 17 нояб. 2020 г.): в 2 ч. / [редкол.: Р.Р. Хайров (отв.ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Принтиз, 2020. Ч. 1. С. 218–222.

3. *Маркова, А.А.* Возможности стратегического развития предприятия путем рационального использования финансовых ресурсов // Интеграция образования в условиях инновационной экономики. Материалы Международной научно-практической конференции: в 2 ч. Ответственный редактор Б.Ф. Кевбрин; Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. 2014. С. 40–43.

УДК 336.051

**АНАЛИЗ КАЧЕСТВА КРЕДИТНОГО
ПОРТФЕЛЯ ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»**

Виктория Валерьевна Панина, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: Pikhienkov@yandex.ru

**ANALYSIS OF THE QUALITY OF THE LOAN
PORTFOLIO OF SBERBANK**

Viktoria Valerevna Panina, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Анализ качества кредитного портфеля позволяет произвести оценку кредитной политики банка. Кредитный портфель – это точное представление полного состава, а так же качественного показателя ссуд. Кредитный портфель имеет классификацию, разделяющую его по некоторым признакам: уровень риска ссуды, срок её исполнения, источники пополнения бюджета, так же отрасль организации. Качество кредитного портфеля является одним из главнейших показателей финансовой устойчивости банка и определяется способностью достигать высоких результатов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: кредитный портфель, кредитование, банковский сектор, кредитная политика.

The analysis of the quality of the credit portfolio allows us to assess the credit policy of the bank. The credit portfolio is an accurate representation of the full composition, as well as the qualitative indicator of loans. The credit portfolio has a classification, dividing it by some attributes: the level of risk of the loan, the term of its performance, the sources of replenishment, as well as the industry of the organization. The quality of the loan portfolio is one of the most important indicators of the financial stability of the bank and is determined by the ability to achieve high results.

K e y w o r d s: loan portfolio, lending, banking sector, credit policy.

Анализ кредитного портфеля позволяет произвести оценку кредитной политики банка. Определим, что такое кредитный портфель – это точное представление полного состава, а так же качественного показателя ссуд. Кредитный портфель имеет классификацию, разделяющую его по некоторым признакам: уровень риска ссуды, срок её исполнения, источники пополнения бюджета, так же отрасль организации.

Состояние кредитного портфеля зависит от проводимой Сбербанком кредитной политики, где он выбирает определенную политику, поэтому к ней предъявляются следующие условия:

© Панина В.В., 2022

1. Кредитная политика ПАО «Сбербанк России» должна учитывать рыночные условия и экономическую ситуацию в государстве, чтобы в случае определенных обстоятельствах ее можно было подкорректировать.

2. Кредитная политика ПАО «Сбербанк России» должна быть своевременной и актуальной, чтобы повышать эффективность работы банка. Для этого, ее необходимо постоянно анализировать и дополнять.

3. Кредитная политика ПАО «Сбербанк России» должна пересматриваться не менее одного раза в год и охватывать все филиалы банка, чтобы выстроить грамотное построение рабочего процесса, приносящего прибыль. В данном случае особое внимание следует уделять персоналу банка, который постоянно взаимодействует с клиентами и может помочь в разработке наиболее эффективной кредитной политики.

ПАО «Сбербанк России» является коммерческим банком, поэтому его деятельность направлена на получение максимально прибыли посредством осуществления различных кредитных операций. По финансовым результатам 2021 года ПАО «Сбербанк России» занимает лидирующие позиции по объему активов, капитала, общим показателям конкурентоспособности среди других отечественных коммерческих банков. Все перечисленные показатели помогают банку сохранять высокую репутацию на протяжении уже длительного периода. Сбербанк стремительно развивается, внедряя в свою деятельность различные инновационные технологии, расширяя клиентскую базу и количество дочерних офисов по всему государству.

ПАО «Сбербанк России» занимает огромнейшую долю на рынке кредитов России и выступает как одним из главнейших кредиторов государства. Следует отметить, что банк является лидером на внутреннем рынке, что только прибавляет ему уровня доверия для потенциальных инвесторов.

Одним из основных направлений деятельности ПАО «Сбербанк России» является кредитование, посредством чего формируется кредитный портфель банка. Кредитные операции формируют собой кредитный портфель банка, который состоит из кредитов, предоставленных юридическим и физическим лицам. А также межбанковских кредитов.

Качество кредитного портфеля является одним из главнейших показателей финансовой устойчивости банка и определяется способностью достигать высоких результатов, то есть дохода при минимальном кредитном риске. Вся сумма остатков по задолженностям основного долга банка и есть кредитный портфель [1]. Кредитование является важнейшим источником дохода Сбербанка.

Принято выделять несколько направлений управления кредитным портфелем:

- выбрать определенный набор критериев, по которым будет осуществляться анализ качества ссуды;
- на основании анализа должна быть дана оценка качества ссуды;
- сортировка ссуд по определенным категориям;
- по каждой категории должен проводиться мониторинг;
- систематически проводить анализ и оценку качества кредитного портфеля;
- выявлять проблемы, возникающие в процессе деятельности банка и влияющие на кредитный портфель;
- при появлении проблем необходимо разработать меры, которые будут направлены на нейтрализацию рисков качества кредитного портфеля.

Оформленные кредиты составляют кредитный портфель банка.

Необходимо уточнить, что кредитный портфель банка – это не список кредитов на какую-либо сумму и дату, а общая совокупность кредитов, разделённых по определенному критерию. В связи с этим данный параметр становится характеристикой качества работы банка и самих выданных кредитов.

Выделим перечень критериев для деления общей массы кредитов:

- рискованность взятых кредитов;
- объем и качество обеспечения возвратности кредитов.
- степень кредитоспособности заёмщиков;
- цели;
- объем кредитов;
- сроки и порядок погашения.

Ключевой пункт управления кредитным портфелем банка – это определение критериев оценки качества, как общего числа кредитов, так и оценки каждого кредита в отдельности.

ПАО «Сбербанк России» является основным участником банковского сектора России. На протяжении пяти лет он так же является ключевым поставщиком денежных ресурсов в экономику России. Более трети от общего кредитного портфеля в России принадлежит данному банку. Данные показатели получаются в связи с активной политикой банка, так ПАО «Сбербанк России» взаимодействует как с малым и средним бизнесом, так и с представителями большого бизнеса, как российских, так и международных компаний. Представители крупных компаний и создают основную часть добавленной стоимости экономики России.

Разберём так же приоритеты выдаваемых кредитов. Так в первую очередь внимание банка представляется организациям,

имеющим положительную кредитную историю. Особо отмечается, если основной объем кредитов данных организаций обеспечивается счетами в банке Сбербанк.

На текущий день ПАО «Сбербанк России» - ключевой кредитор экономики страны и обладает ключевой долей рынка кредитов России. Данные результаты получаются исходя из того, что Сбербанк – это лидер банковского сектора и внутреннего рынка соответственно, а так же то, что государство напрямую участвует в управлении банком и его собственности.

Чтобы определить реальное состояние качества кредитного портфеля ПАО «Сбербанк России» необходимо проанализировать его структуру, приведенную в таблице [2].

**Структура кредитного портфеля
ПАО «Сбербанк России» за 2018–2020 гг., млн. руб.**

Показатели	2018	2019	2020	Отклонение 2020 от 2018	
				млн. руб.	%
Коммерческое кредитование юридических лиц	9916,0	10468,1	12634,8	2718,9	127,42
Специализированное кредитование юридических лиц	3717,0	3706,5	1696,3	-2020,7	-154,36
Жилищное кредитование физических лиц	2750,9	3190,6	3850,6	1099,7	139,98
Потребительские и прочие ссуды физическим лицам	1574,1	1725,9	2113,1	539	134,24
Кредитные карты и овердрафты	586,9	678,9	675,5	88,6	115,10
Автокредитование физических лиц	119,8	121,2	130,0	10,2	108,51
ИТОГО	18664,7	19891,2	21082,3	2417,6	112,95

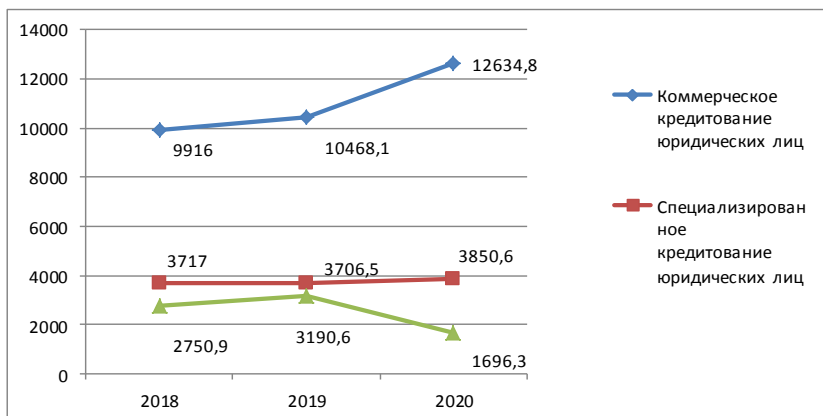
Из таблицы наглядно видно, что в целом, структура кредитного портфеля ПАО «Сбербанк России» имеет положительную динамику на протяжении 3 лет, но заметна и отрицательная динамика показателя специализированного кредитования юридических лиц, так в 2020 году данный показатель составил 1696,3 млн. руб., что на 54,36% меньше по сравнению с 2018 годом, где показатель составлял 3717,0 млн. руб.

Прослеживается положительная динамика показателя жилищного кредитования физических лиц, на основе которого можно сделать вывод, что покупательная способность населения растет, что является положительно тенденцией. Так, например в 2018 году данный показатель составлял 2750 млн. руб., а в 2020 году он составил 1099,7 млн. руб., что на целых 39,98% больше. Помимо ро-

ста покупательной способности незаметными и остались достижения банка в данной области. Сбербанк разработал различные льготы по приобретения жилья в ипотеку, что способствовало притоку новых клиентов. Также растет рост доверия к банку, что отражается на увеличении его клиентской базы. Ипотечное кредитование является одним из популярнейших видов кредитования на сегодняшний день и увеличение данного показателя служит как условием благонадежности и устойчивости банка, что в будущем положительно отразится на кредитном портфеле.

Еще одним показателем, характеризующим качество кредитного портфеля, является потребительские и прочие ссуды физическим лицам, где также наблюдается положительная динамика, так в 2020 году данный показатель составил 2113,1 млн. руб., что на 134,24% больше 2018 года, где было выдано ссуд на 1574,1 млн. руб.

Следующим показателем, влияющим на качество кредитного портфеля на который стоит обратить внимание, является коммерческое кредитование юридических лиц [3]. Данный показатель отразил наибольший результат на качество кредитного портфеля по сравнению с другими показателями, так как он является наиболее активным. В 2020 году коммерческое кредитование составило 12634млн. руб., что на 27,42% больше 2018 года, где он составлял 9916,0 млн. руб. Более наглядно темпы роста данного показателя и показателей специализированного и жилищного кредитования можно рассмотреть на рисунке.



Анализ кредитного портфеля по категориям заемщиков за 2018–2020 гг., млн. руб.

Из рисунка видно, что основным заемщиком ПАО «Сбербанк России» выступают юридические лица, так в 2020 году было выда-

но кредитов на сумму 21082,3 млн. руб., что на 2417,6 млн. руб. больше предыдущих годов.

Основываясь на анализе, который был проведен выше, мы делаем следующие выводы:

- весь кредитный портфель придерживается тенденции роста;
- главным течением в банке является кредитование, как юридических лиц, так и физических;

Таким образом, можно сделать вывод о том, что банк проводит достаточно эффективную кредитную политику и состояние качества кредитного портфеля можно оценить, как удовлетворительное. Тем не менее, нужно обратить внимание на снижение показателя специализированного кредитования юридических лиц, что может говорить о том, что нужно усовершенствовать систему проверки и управления кредитным риском.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кредитный портфель коммерческого банка: учеб. пособие / Е.А.Бибикова, С.Е. Дубова. 3-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2019 128 с.

2. Официальный сайт ПАО «Сбербанк России». <https://www.sberbank.ru/ru/person>.

3. *Мяжкова, М.В.*, Шилкина Т.Е., Захаркина Р.А. Деятельность финансовых кредитных организаций по обслуживанию физических лиц // Экономика и предпринимательство. 2020. № 4(117). С. 963–967.

УДК 336.71

КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»

Виктория Валерьевна Панина, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: Pikhienkov@yandex.ru

SBERBANK CREDIT POLICY

Viktorija Valerevna Panina, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Основная часть деятельности банков направлена на осуществление кредитных операций, в связи с чем, повышается уровень риска, поэтому им необходимо проводить хорошую кредитную политику, которая бы снижала данный риск. Кредитная политика позволяет наиболее правильно распределить денежные сред-

ства и регулировать их объем. Помимо этого, банк должен правильно использовать средства вкладчиков и инвесторов, чтобы наиболее эффективно формировать кредитный портфель.

К л ю ч е в ы е с л о в а: кредитная политика, денежные средства, кредитный портфель, клиентская база.

The main part of banks' activity is aimed at conducting credit operations, which increases the level of risk, so they need to conduct a good credit policy that would reduce this risk. The credit policy allows the most correct distribution of funds and regulates their volume. In addition, the bank should properly use the funds of depositors and investors to form a loan portfolio in the most efficient way.

K e y w o r d s: credit policy, funds, loan portfolio, customer base.

На сегодняшний день одним из крупнейших коммерческих банков в России является ПАО «Сбербанк России», который предоставляет физическим и юридическим лицам большой спектр кредитных услуг. По финансовым результатам 2021 года, ПАО «Сбербанк России» занимает лидирующие позиции по объему активов, капитала, общим показателям конкурентоспособности среди других отечественных коммерческих банков. Все перечисленные показатели помогают банку сохранять высокую репутацию на протяжении уже длительного периода. Сбербанк стремительно развивается, внедряя в свою деятельность различные инновационные технологии, расширяя клиентскую базу и количество дочерних офисов по всему государству [1].

ПАО «Сбербанк России» занимает огромнейшую долю на рынке кредитов России и выступает как одним из главнейших кредиторов государства. Следует отметить, что банк является лидером на внутреннем рынке, что только прибавляет ему уровня доверия для потенциальных инвесторов.

Основная цель любого коммерческого банка является получение прибыли, в этом случае Сбербанк не является исключением. Основная часть его деятельности направлена на осуществление кредитных операций, в связи с чем, повышается уровень риска, поэтому Сбербанку необходимо проводить хорошую кредитную политику, которая бы снижала данный риск. Кредитные операции формируют собой кредитный портфель банка, который состоит из кредитов, предоставленных юридическим и физическим лицам. А также межбанковских кредитов.

ПАО «Сбербанк России» имеет свои определенные преимущества, которые позволяют поддерживать статус конкурентоспособного банка на рынке кредитных услуг и занимать лидирующие позиции:

1) широкая клиентская база. ПАО «Сбербанк России» активно предоставляет кредиты и имеет ряд различных дополнительных услуг, которые способствуют привлечению новых клиентов и заключению доверительных отношений с действующими. Так, банк

участвует во всех рыночных сегментах и имеет клиентов, как из малого бизнеса, так и их транснациональных корпораций;

2) охватывает большой масштаб проводимых операций. ПАО «Сбербанк России» имеет огромный спектр услуг, которые позволяют удовлетворить интересы большинства клиентов. Кроме этого, доступность банка играет большую роль, так как обширная сеть филиалов по стране способствует увеличению размеров сделок выполняемых в день;

3) широкий спектр предлагаемых услуг. Данное преимущество позволяет подобрать и удовлетворить интересы каждого клиента, как физического лица, так и юридического, так как банк в настоящее время имеет множество предложений, позволяющих обеспечить каждого клиента полным комплексным обслуживанием;

4) внедрение в свою деятельность инновационных технологий. ПАО «Сбербанк России» постоянно ищет пути улучшения и совершенствования предоставления своих услуг, например, установка новаторских банкоматов, которые позволяют наиболее оперативно получить необходимую клиенту информацию. Также, банк старается как можно чаще проводить оптимизацию всех ИТ-процессов в системе предоставления кредитов и кредитной политики в целом;

5) высокий уровень доверия. В современном мире, доверие к банку имеет большое значение в его финансовых результатах, так как чем лучше обслуживание и шире перечень услуг, тем быстрее растет клиентская база и укрепляется репутация банка на рынке кредиторов [2].

Поддержание вышеперечисленных преимуществ позволяет банку развиваться и внедрять в процесс своей деятельности больше услуг и возможностей, но чтобы поддерживать высокую репутацию банка активно разрабатывает и придерживается определенной кредитной политики, которая подразумевает собой программу, регулирующей действия в сфере предоставления кредитов физическим и юридическим лицам. Кредитная политика в коммерческих банках необходима для обеспечения безопасности всех проводимых кредитных операций, чтобы впоследствии снизить случаи возникновения риска в данных операциях

ПАО «Сбербанк России» необходима кредитная политика и для того, чтобы наиболее правильно распределить денежные средства и регулировать их объем. Помимо этого, банк должен правильно использовать средства вкладчиков и инвесторов, чтобы наиболее эффективно формировать кредитный портфель. За проведение кредитной политики в Сбербанке отвечает Совет директоров, он же ее регулирует.

Следует отметить, что банк определяет кредитную политику

исходя из макроэкономических и микроэкономических факторов, так например, к макроэкономическим относят все показатели, которые отражают экономическую обстановку в государстве:

- уровень политической стабильности;
- показатель уровня инфляции;
- показатель уровня ключевой ставки;
- состояние экономической безопасности государства;
- показатель состояния национальной валюты;
- анализ конкуренции в кредитной сфере.

На макроэкономический показатель банк никак не может повлиять, что значительно увеличивает его риски. Исходя из этого, Сбербанк подробно анализирует клиентов, которые делают запрос на предоставление кредита. Кредитная политика влияет на формирование кредитный портфель, поэтому макроэкономическим факторам относят большое внимание.

В свою очередь, к микроэкономическим факторам принято относить:

- совокупность реальной клиентской базы;
- число потенциальных инвесторов;
- объемы ресурсной базы;
- темпы развития банка;
- репутация и конкурентоспособность банка;
- ликвидность кредитного учреждения.

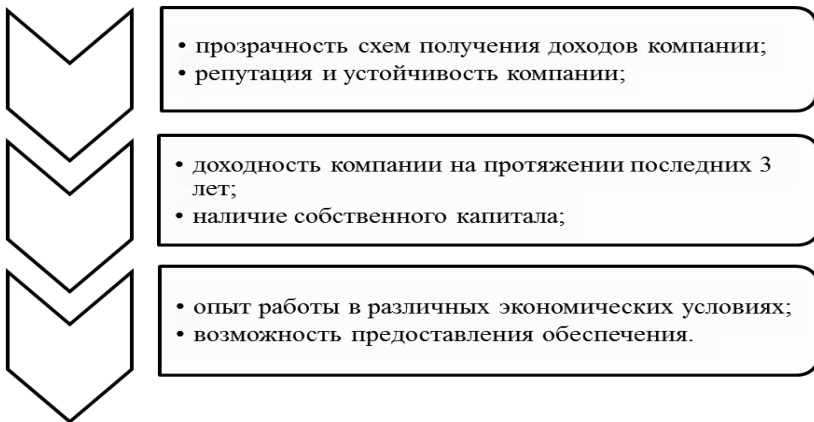
Особую роль в реализации кредитной политики играет персонал, так как он является первостепенным источником общения с клиентами. Таким образом, сотрудники должны быть обучены и квалифицированы. От степени профессионализма персонала также зависит размер клиентской базы.

Кредитная политика имеет своей основной целью получение максимальной прибыли при минимальных рисках, поэтому Сбербанк должен определять следующие аспекты:

- осуществлять контроль в процессах кредитования;
- определять основные направления кредитования по требующимся запросам клиентов;
- улучшать процесс осуществления кредитных операций.

ПАО «Сбербанк России» старается облегчить процесс получения кредитов клиентам, а именно повысить скорость получения решения банка по заявке и предоставить наиболее комфортные условия для заемщиков.

Кредитная политика Сбербанка при работе с юридическими лицами, прежде всего, направлена на заключение длительных отношений с заемщиком, поэтому предъявляются переделанные требования для тщательного отбора клиента, представленные на рисунке.



Требования ПАО «Сбербанк России» к юридическим лицам

На основании полученной информации банк принимает решение по выдаче кредита и заключении взаимоотношений с заемщиком. Кредитной политикой отмечается, что требования по выдаче кредита физическим лицам отличаются и имеют более упрощенную форму, поэтому в первую очередь, внимание уделяются следующим аспектам:

- кредитная история заемщика и ее продолжительность;
- возраст и стаж работы;
- доход от основной деятельности и прочий доход;
- наличие действующих кредитов и их размер.

Вышеперечисленные критерии имеют особый вес при заявке на выдачу автокредитования и ипотечного кредитования, так как подразумевает собой заключение более длительных отношений заемщика и банка. Исходя из действующей кредитной политики, банк определяет процентные ставки, которые будут основываться на рисках по заемщикам.

Кредитная политика определяет основные направления деятельности банка, а именно регулирует разработку документов и инструкций по проведению определенных операций, направленных на оценку риска клиента. В свою очередь, кредитная политика должна действовать в соответствии с реальным положением в государстве и подстраиваться под экономические условия, в случае изменения которых кредитная политика должна пересматриваться полностью и при необходимости корректироваться.

ПАО «Сбербанк России» выбирает определенную кредитную политику, поэтому к ней предъявляются следующие условия:

- 1) кредитная политика должна учитывать рыночные условия и

экономическую ситуацию в государстве, чтобы в случае определенных обстоятельствах ее можно было подкорректировать;

2) кредитная политика должна быть своевременной и актуальной, чтобы повышать эффективность работы банка. Для этого, ее необходимо постоянно анализировать и дополнять;

3) кредитная политика должна пересматриваться не менее одного раза в год и охватывать все филиалы банка, чтобы выстроить грамотное построение рабочего процесса, приносящего прибыль. В данном случае особое внимание следует уделять персоналу банка, который постоянно взаимодействует с клиентами и может помочь в разработке наиболее эффективной кредитной политики [3].

Важно учесть, что кредитная политика является основным звеном работы Сбербанка, так как она разрабатывается исходя из основной цели и стратегий банка. Кредитная политика полностью регулирует всю кредитную работу и кредитные процессы, поэтому она должна полностью отражать основные цели кредитования и подкрепляться определенными документами. Документы должны полностью отражать ее целенаправленность и конкретные задачи, кроме этого в ней должны быть инструкции по реализации ее обеспечения.

Положения кредитной политики необходимо подкреплять практикой, представляющей собой механизм осуществления кредитной политики. Все меры, которые реализовывают политику в банке необходимо рассматривать руководством банка, а соответствующие решения и положения оформлены во внутренних нормативных документах.

Для увеличения доходности в условиях макроэкономической нестабильности, санкций в финансовой сфере и усиливающегося давления со стороны Банка России и конкурентного окружения кредитная политика ПАО «Сбербанк России» реализует следующие меры:

1) укрепляет конкурентные позиции на большинстве рынков, посредством оптимизации реализуемых банковских продуктов и услуг за счет повышения скорости кредитного процесса, внедрения специализированных отраслевых решений и повышения качества, надежности платформы для осуществления транзакций;

2) внедряет комплексные продукты, соответствующие интересам и потребностям как розничных, так и корпоративных клиентов. Сегодня физическим лицам и малым предпринимателям нужен кто-то, кто поможет им разобраться в широком спектре финансовых продуктов и окажет поддержку при принятии финансовых решений;

3) создает эффективные механизмы комплексных продаж финансовых продуктов, основанных на индивидуальных предложе-

ниях, пакетирование продуктов и услуг, глубокой отраслевой и клиентской аналитике, анализе экономики каждого клиента и продукта;

4) повышает эффективность системы планирования, контроля и управления расходами.

Таким образом, кредитная политика является важнейшим звеном в ПАО «Сбербанк России», она учитывает рыночные условия и экономическую ситуацию в государстве, чтобы в случае определенных обстоятельствах можно было перенастроить процесс работы под необходимые экономические условия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт ПАО «Сбербанк России». <https://www.sberbank.ru/ru/person>.
2. Сайт «Банки». URL: <https://www.banki.ru>
3. *Мяжкова, М.В., Захаркина Р.А.* Разработка политики управления кредитными операциями коммерческого банка // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы II Международной научно-практической конференции. 2018. С. 128–132.

УДК 336.7

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Евгения Александровна Родина, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803957@ruc.su

ASSESSMENT OF THE STATE AND USE OF THE CAPITAL OF THE ORGANIZATION

Evgenia Aleksandrovna Rodina, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассмотрены сущность, состав и динамика капитала организации. Автор рассматривает капитал как значительную часть финансовых ресурсов организации, которая может быть направлена направляемая в текущую, финансовую и инвестиционную деятельность в целях получения прибыли. Автором рассмотрена динамика собственного и заемного капитала, изучены основной и оборотный капитал за 2018–2020 гг., сделаны выводы и предложения.

Ключевые слова: предприятие, капитал, собственные ресурсы, заемные ресурсы, основной капитал, оборотный капитал, прибыль.

The article considers the essence, composition and dynamics of the organization's capital. The author considers capital as a significant part of the organization's financial resources, which can be directed to current, financial and investment activities in order to make a profit. The author considered the dynamics of own and borrowed capital, studied the fixed and working capital for 2018–2020, made conclusions and suggestions.

К e y w o r d s: enterprise, capital, own resources, borrowed resources, fixed capital, working capital, profit.

Капитал организации – это значительная часть финансовых ресурсов организации, направляемая в текущую, финансовую и инвестиционную деятельность в целях получения прибыли.

Соответствие между привлеченным капиталом и величиной активов предприятия, которое достигается с помощью формирования бюджетов – операционных и финансовых. Структура капитала должна иметь в основе пропорциональное соотношение собственных средств к заемным. Желательно чтобы пропорция отвечала приемлемому отношению – 60:40. Следует минимизировать затраты на формирование капитала, рассчитав его средневзвешенную стоимость – удельный вес всех источников в общей сумме.

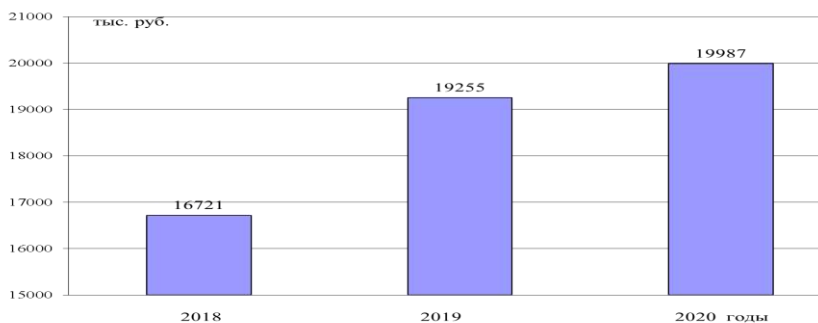
При формировании капитала стоит выяснить финансовую устойчивость организации, провести анализ рыночной и деловой активности, оценить платежеспособность, а также прибыльность предприятия.

Рассмотрим виды капитала организации. Капитал можно разделить на реальный и денежный. Первый существует в форме производственных средств, второй – непосредственно в виде денег, которые используются для приобретения средств производства и обеспечения бесперебойной работы предприятия. Величина капитала организации представляет собой разницу между общей суммой имущества на балансе или активами, в том числе долгами третьих лиц предприятию и всеми финансовыми обязательствами самой организации. Собственный капитал организации также включает в себя: уставной капитал, взносы и пожертвования, а также прибыль, которая зависит от результатов работы организации.

В свою очередь заемные средства – это различные источники финансирования, которые принадлежат сторонним лицам и используются предприятием на особых условиях: кредиты, суммы под залог и другие виды средств. С целью обеспечения финансовой безопасности организации, рассмотрим динамику собственного и заемного капитала ООО Торговый дом «СТМ» в 2018–2020 гг. [1].

За 2018–2020 гг. общая сумма финансовых ресурсов предприятия возросла на 3266 тыс. руб. (19,53 %). В целом за 3 года величина собственного капитала возросла на 5513 тыс. руб. (в 6,3 раза).

Величина долгосрочных источников за 2018-2020 гг. возросла на 25 тыс. руб. (1,27 %). Величина краткосрочных источников за 2018-2020 гг. снизилась с 13747 тыс. руб. до 11475 тыс. руб. или на 2272 тыс. руб. (16,53 %). Динамика источников деятельности ООО Торговый дом «СТМ» в 2018–2020 гг. представлена на рис. 1.



Р и с. 1. Динамика источников деятельности ООО Торговый дом «СТМ» в 2018–2020 гг., тыс. руб.

Данные расчетов показывают, что доля собственных источников за 2018-2020 гг. увеличилась с 5,97 % до 32,58 % или на 26,61 п.п. Доля долгосрочных обязательств снизилась с 11,81 % до 10,01 % или на 1,80 п.п. Доля краткосрочных обязательств сократилась с 82,21 % до 57,41 % или на 24,80 п.п. Увеличение доли собственных средств и снижении заемного капитала и обязательств является положительным процессом.

По степени мобильности капитал можно разделить на основной и оборотный. Первый охватывает имущество и средства длительного срока действия: постройки, помещения, производственная техника, инструменты многократного пользования и т. д.

Такой капитал служит предприятию долго и используется постоянно, в то время как оборотный обычно рассчитан на цикл производства. Оборотный капитал расходуется на зарплаты работникам, закуп материалов, средства производства и другие, временные, нужды. К основному капиталу причисляют также неоконченные постройки, принадлежащие организации, и инвестиции длительного срока.

В состав активов организации можно отнести основной и оборотный капитал. Основной капитал (основные фонды) – это средства труда, участвующие в производстве. Многократно, при этом постепенно физически и морально изнашиваются, постепенно перенося свою стоимость на стоимость произведенной продукции (амортизация).

Основные фонды в денежной форме называют основными

средствами. В структуре основного капитала выделяют активные фонды (непосредственно участвующие в производстве – станки, машины и другое оборудование) и фонды пассивные (которые создают необходимые условия для производства – производственные здания, сооружения и другие объекты).

В ходе анализа выявлено, что 2018-2020 гг. величина имущества предприятия увеличилась на 3266 тыс. руб. (19,53 %). Сумма внеоборотных активов снизилась на 1438 тыс. руб. (70,15 %).

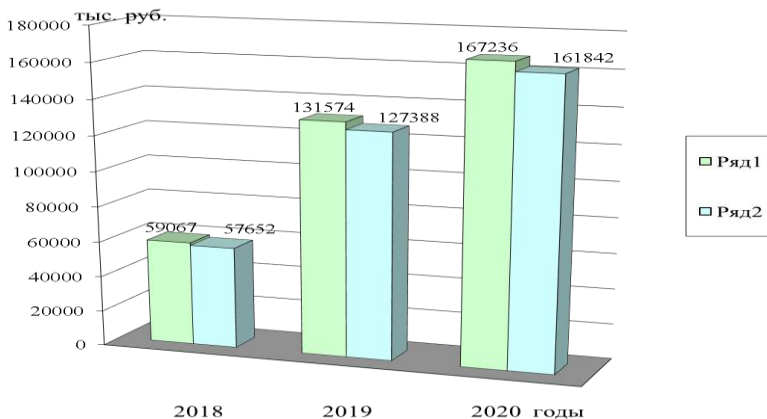
Величина оборотных активов увеличилась с 14671 тыс. руб. до 19375 тыс. руб. или на 4704 тыс. руб. (32,06 %). Данные расчетов показывают, что доля внеоборотных активов ООО Торговый дом «СТМ» за 3 года снизилась с 12,26 % до 3,06 % или на 9,20 п.п. Доля оборотных активов ООО Торговый дом «СТМ» возросла с 87,74 % до 96,94 % или на 9,20 п.п. Увеличение доли оборотных активов свидетельствует о повышении ликвидности ООО Торговый дом «СТМ» за 2018–2020 г.

Итак, средства организации могут быть размещены в оборотный капитал и основной капитал. При оценке капитала часто используют публикации, в которых отражены теоретические аспекты управления капиталом организации, оценки его состояния и возможных путей повышения эффективности функционирования, с учетом конъюнктурных факторов и возможных последствий.

В процессе оценки структуры капитала используют методологию прикладных исследований внеоборотного и оборотного капитала организации.

Также в процессе оценки структуры капитала организации происходит выработка мер, стратегий, позволяющих повысить эффективность функционирования внеоборотных и оборотных средств организации. По мнению ученых, технологические процессы должны перемещать биологический ритм для перехода от больших объемов к маленькому кварцу. С этой целью народы мира должны развиваться перед технологией, развивать ее, овладевать полным потенциалом своих способностей. Недавние исследования показывают, что экономический рост и развитие напрямую связаны с качеством человеческого капитала.

Важным показателем финансово-хозяйственной деятельности предприятия выступает анализ прибыли и рентабельности. Прибыль можно рассматривать в качестве положительного финансового результата деятельности ООО Торговый дом «СТМ». В ходе анализа выявлено, что за 2018-2020 гг. выручка возросла с 89067 тыс. руб. до 167236 тыс. руб. или на 108169 тыс. руб. (в 19,3 раза). Себестоимость продаж за 3 года увеличилась на 104190 тыс. руб. (рис. 2).



Р и с. 2. Динамика выручки (ряд 1) и себестоимости (ряд 2) ООО Торговый дом «СТМ» в 2018-2020 гг., тыс. руб.

В результате валовая прибыль возросла на 3979 тыс. руб. (в 2,9 раза). Коммерческие расходы отсутствовали. Управленческие расходы за 2018–2020 гг. увеличились с 191 тыс. руб. до 1531 тыс. руб. или на 1340 тыс. руб. (в 8 раз). Прибыль от продаж за 3 года возросла на 37406 тыс. руб. (в 31,6 раза) и в 2020 г. составила 38630 тыс. руб. Проценты к уплате на протяжении 2018–2020 гг. отсутствовали. Проценты к получению в 2018–2020 гг. отсутствовали. Прочие доходы и расходы отсутствовали.

Прибыль до налогообложения за 3 года возросла с 1224 тыс. руб. до 3863 тыс. руб. или на 2639 тыс. руб. (в 3,2 раза). Чистая прибыль ООО Торговый дом «СТМ» за 2018–2019 гг. увеличилась с 979 тыс. руб. до 390 тыс. руб. или на 2111 тыс. руб. (в 22,6 раза).

В 2018–2020 гг. в результате уплаты всех платежей ООО Торговый дом «СТМ» заканчивало каждый год с чистой прибылью, в 2020 г. показатели улучшились. Проанализируем рентабельность ООО Торговый дом «СТМ» за 2018-2020 гг. В ООО Торговый дом «СТМ» рентабельность продаж за 2018-2020 гг. возросла с 2,07 % до 23,10 % или на 21,03 процентных пункта, что является положительным изменением. Уровень рентабельности активов за 2018-2020 гг. возрос с 5,85 % до 15,46 % или на 9,61 п.п. За 3 года рентабельность оборотного капитала выросла с 6,67 % до 15,95 % или на 9,28 п.п. Увеличение рентабельности валовой прибыли за 3 года возросла с 2,40 % до 323 % или на 0,83 п.п.

В настоящее время в развитых странах мира инвестиции в человеческий капитал будут обсуждаться в будущем как бизнес-проект, который принесет выгодное будущее. Все элементы челове-

ского капитала (образование, условия труда, уровень жизни и др.) взаимосвязаны, например, путем увеличения их знаний, увеличения человеческого капитала и здоровья, а также увеличения процента их доходов и повышения общей культуры. Благодаря обучению и профессиональной подготовке работника его знания и навыки, в том числе его способность работать опыт, составляют определенную сумму капитала.

Источники формирования капитала организации выбираются с учетом множества факторов, среди которых: спецификация организации, размер предприятия и широта его деятельности, особенности производимого товара или услуг, технологическая специфика производства, форма организации, форма налогообложения, репутация и связи с другими предприятиями, срок существования организации на рынке, динамика роста и финансовые показатели. [2]

Все перечисленные факторы влияют на стоимость капитала организации в разной степени, однако важно оценивать все показатели в комплексе. То, как выглядит и из чего состоит капитал предприятия, определяет в дальнейшем многие аспекты рабочего процесса и экономической деятельности. Оценка результативности деятельности субъекта хозяйствования возможна лишь на осн

ове грамотного анализа хозяйственной деятельности компании. Финансовый результат – главный критерий оценки эффективности формирования и использования капитала для большинства организаций. Однако также как множественны цели и задачи компании, существуют и различные методики определения финансовых результатов. Кроме того, здесь следует вспомнить о различных интересах партнерских групп компании.

Для того чтобы собственники предприятий постоянно были уверены в эффективности своего бизнеса, необходимо проводить анализ финансовой структуры капитала, уделять внимание коммуникативной культуре профессионала.

Однако, так как такой анализ показывает результаты только на заданном этапе развития, для прогноза финансового состояния предприятия в будущем используются модели банкротства.

Основной задачей диагностики является своевременное обеспечение принятия управленческих решений в целях снижения влияния негативных финансовых процессов.

Итак, обобщая вышеизложенное, необходимо отметить, что структуру имущества организации и источников его формирования нельзя признать безоговорочно оптимальной в силу высокой доли заемного капитала, роста доли дебиторской задолженности, низкой доли собственных средств, наличия высокого интереса к привлечению долгосрочных и краткосрочных банковских кредитов [3].

Для дальнейшей деятельности организации нужно оптимизировать структуру капитала следующими методами: оценивать средневзвешенную цену собственного и заемного капитала организации, рассчитывать эффект финансового левиреджа [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маркова, А.А.* Обеспечение финансовой безопасности хозяйствующего субъекта // А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина, Л.А. Абельова. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 3-1. С. 68-75.

2. *Кузнецова, Е.Г.* Коммуникативная культура профессионала // Е.Г. Кузнецова, Т.Е. Кузнецова, Р.Р. Хайров. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки: 38.03.01 – «Экономика» / Саранск, 2017. 140 с.

3. *Keleïnikova, S.V.* Diagnostics and optimization of the vegetable market // S.V. Keleïnikova, S.M. Imyarekov, N.N. Kataikina, L.A. Abelova, D. Samygin, Yu.S. Artamonova. Ponte. 2017. Т. 73. № 3. С. 270–283.

4. *Зотова, Е.В.,* Деткина И.А. Методология оценки капитала предприятия // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Международная научно-практическая конференция научно-педагогических работников. 2019. С. 241–247.

УДК 330

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УПРАВЛЕНИЯ ИСТОЧНИКАМИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА

Екатерина Васильевна Рузанова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st03966@ruc.su

METHODOLOGY FOR ASSESSING THE MANAGEMENT OF SOURCES OF WELL FINANCING OF WORKING CAPITAL

Ekaterina Vasilyevna Ruzanova, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

От качества анализа и управления текущими активами и источниками их формирования зависит эффективность текущей производственно-хозяйственной деятельности организации. В ходе проведения анализа большое значение необходимо уделить изучению состояния оборотного капитала: запасов, дебиторской задолженности и денежных средств. Поступление, приобретение и создание оборотного капитала осуществляется за счет финансовых ресурсов

организации, в состав которых входят собственный капитал и приравненные к нему средства, а именно собственные оборотные средства, заемные и привлеченные ресурсы.

К л ю ч е в ы е с л о в а: оборотные средства, комплексная оценка эффективности, поступление, приобретение.

The effectiveness of the organization's current production and economic activities depends on the quality of analysis and management of current assets and sources of their formation. During the analysis, great importance should be given to studying the state of working capital: stocks, receivables and cash. The receipt, acquisition and creation of working capital is carried out at the expense of the financial resources of the organization, which include its own capital and funds equated to it, namely its own working capital, borrowed and attracted resources.

К e y w o r d s: working capital, comprehensive efficiency assessment, receipt, acquisition.

На сегодняшний день немаловажным условием для успешного функционирования той или иной компании является эффективное управление оборотным капиталом.

Для каждого хозяйствующего субъекта важно по мере своего развития реализовывать намеченные цели и получить выгоду. Примечательно, что на каждом этапе роста компании цели могут быть разными, но в большинстве случаев таковыми могут быть: получение прибыли, поддержание непрерывности производственного процесса и его эффективности, расширение производства, улучшение финансовых показателей, создание новых видов деятельности и т. д.

Таким образом, вышеуказанные цели невозможно осуществить без наличия оборотного капитала.

Однако следует отметить, что не только от наличия самого оборотного капитала, но и от его рационального формирования в большей степени будет зависеть скорость оборачиваемости и эффективности использования оборотных средств компании.

Кроме того, финансовое положение организации напрямую будет зависеть от правильности реализации финансовой политики в отношении источников формирования оборотного капитала.

Формирование оборотных средств происходит в момент создания организации, при этом формирование оптимального величины элементов оборотного капитала взаимосвязаны с условиями финансово-хозяйственной деятельности организации, поэтому из этого следует, что организации, занимающиеся разными видами деятельности, имеют различия в составе и структуре источников формирования капитала.

При этом у компаний не всегда есть возможность самостоятельно решать возникающие экономические проблемы за свой счет, поэтому и возникает вопрос о поисках и привлечении новых различных источников оборотного капитала.

Оптимальное соотношение источников формирования оборот-

ного капитала становится все более важной для организаций задачей, так как обеспечивает баланс между привлеченным и собственным капиталом в силу особенностей финансового оборота того или иного субъекта.

Источники формирования оборотного капитала организации структурно подразделяются на следующие группы:

- собственный капитал;
- заемный капитал;
- дополнительно привлеченный капитал – это средства, предоставляемые на постоянной основе с осуществлением выплат владельцам этих средств.

Эти источники находят отражение в пассиве бухгалтерского баланса организации.

Результаты анализа источников финансирования оборотного капитала и управления ими являются важнейшими характеристиками эффективности его воспроизводства.

От качества анализа и управления текущими активами и источниками их формирования зависит эффективность текущей производственно-хозяйственной деятельности организации. Большое внимание при проведении анализа состава и структуры оборотных средств необходимо уделить изучению движения денежных средств организации по причине неравномерности поступлений и выплат.

Анализ денежных средств организации необходим с целью раскрытия реального движения денежных средств, оценки синхронности поступлений и платежей, увязки полученного финансового результата с состоянием денежных средств, анализа всех направлений поступления и выбытия денежных средств.

Финансовая деятельность организаций связана с поступлением средств долгосрочных и краткосрочных кредитов, займов и бюджетных ассигнований, а также с расходованием средств на погашение задолженности по полученным ранее кредитам и займам, выплатой дивидендов, процентов.

Для выявления возможных резервов и тенденций деятельности хозяйствующего субъекта особое внимание следует уделить анализу формирования финансовых ресурсов и эффективности их использования.

Хотя с финансовой точки зрения повышение доли краткосрочных активов в имуществе и благоприятно для хозяйствующего субъекта, это не означает, что все источники должны направляться только на рост краткосрочных активов. У каждого хозяйствующего субъекта в зависимости от сферы его деятельности и материально-технического обеспечения возникают потребности в приобретении необходимых ему долгосрочных активов. Следовательно,

источники финансирования привлекаются для прироста всех материальных активов хозяйствующего субъекта.

Если финансирование было внешним, то возникает риск снижения мобильности и эффективности деятельности субъекта хозяйствования в будущем, так как в следующие периоды это финансирование может оказаться невозможным привлечь, по крайней мере, в размерах, адекватных предыдущим.

Следовательно, увеличение доли заемных финансовых ресурсов ведет к финансовой неустойчивости и риску возникновения неплатежеспособности субъекта. Также при этом растет предпринимательский риск, так как, независимо от наличия и роста величины обязательств, остальные обязательства хозяйствующего субъекта, должны исполняться.

Рисковость и доходность деятельности хозяйствующих субъектов, финансирующих свою деятельность из различных источников (собственных и заемных) будет различной.

Обычно наиболее рисковыми являются привлеченные извне источники финансирования, но и доходность их выше. Если же используемым источником финансирования являются собственные финансовые ресурсы, и доходность высока, значит субъект хозяйствования обладает высокой мобильностью активов и эта его мобильность или деловая активность рассматривается при его финансовой оценке как постоянный финансовый индикатор [1].

Особое внимание в процессе анализа источников финансирования заслуживают внешние источники: кредиторская задолженность, долгосрочные и краткосрочные кредиты. Изучается тенденция непогашения в срок существующих финансовых обязательств, что свидетельствует о снижении финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта.

Иными словами необходимо оценить мобильность и состоятельность организации, определить возможность хозяйствующего субъекта исполнять свои обязанности в связи с имеющимися ресурсами.

Целесообразность осуществленных вложений в активы хозяйствующего субъекта определяется путем ответа на вопрос – повысилась ли эффективность его деятельности.

Кроме того, большое значение имеет выявление за счет каких источников финансирования обеспечено повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

На следующем этапе оцениваются факторы, повлиявшие на существующее соотношение собственных и заемных источников финансирования.

К наиболее важным факторам, которые влияют на формиро-

вание финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта относятся:

- различие уровней процентных кредитных ставок и ставок дивидендов;
- рост либо увеличение объемов деятельности хозяйствующего субъекта;
- накопление излишних или слабо используемых запасов, отвлечение средств в образование сомнительных долгов;
- наличие большой дебиторской задолженности – приводит к использованию факторинговых операций [2].

Предлагаемая методика включает также расчет коэффициентов рентабельности. Данные показатели рассчитываются путем соотношения полученной суммы прибыли к показателю, который подлежит исследованию, и у которого нужно оценить эффективность.

С целью обоснования потребности в средствах для финансирования текущей деятельности необходимо провести анализ продолжительности операционного, производственного и финансового цикла организации, которые состоят из совокупности этапов.

Операционный цикл включает в себя приобретение сырья и путем оплаты счетов поставщиков, обработку сырья и материалов и выплата заработной платы, переход продукции в категорию готовая продукция, ее реализацию и выставление счетов покупателям, поступление денежных средств от покупателей.

Такой цикл в организации многократно повторяется, а все его этапы тесно связаны между собой. Приобретение сырья и материалов ведет к увеличению запасов и кредиторской задолженности, реализация продукции ведет к росту дебиторской задолженности и денежных средств.

Продолжительность производственного цикла организации определяется с момента поступления сырья и материалов, а заканчивается в момент реализации их покупателям. Разница между периодом обращения запасов и дебиторской задолженности и периодом обращения кредиторской задолженности называют финансовым циклом.

Поступление, приобретение и создание оборотного капитала осуществляется за счет финансовых ресурсов организации, в состав которых входят собственный капитал и приравненные к нему средства, а именно собственные оборотные средства, заемные и привлеченные ресурсы. Минимальная потребность организации в оборотном капитале покрывается за счет собственных источников, дополнительные потребности в оборотных средствах покрываются за счет привлечения заемных источников. В рамках оценки управления источниками финансирования оборотного капитала необходимо провести анализ их состава и структуры

Для нормального функционирования организации необходимы собственные оборотные средства, которые используются для покрытия оборотного капитала.

С целью оценки собственных оборотных средств организации в рамках предлагаемой методики необходимо провести анализ:

- собственных оборотных средств организации – показывают какая часть собственных средств используется для финансирования оборотного капитала;

- коэффициента обеспеченности оборотного капитала собственными оборотными средствами - характеризует, сколько рублей собственных оборотных средств приходится на один рубль оборотного капитала;

- коэффициента маневренности собственного капитала - показывает какая часть собственного капитала используется для финансирования текущей деятельности, а какая часть капитализирована;

- чистого оборотного капитала – показывает, какая часть оборотного капитала остается в обороте организации после расчетов по краткосрочным обязательствам.

Далее в рамках предлагаемой методики оценки управления источниками финансирования оборотного капитала необходимо провести анализ краткосрочных обязательств, которые также участвуют в формировании оборотных средств организации. С целью анализа качества выполнения обязательств организации необходимо рассчитать следующие показатели:

- общая степень платежеспособности – характеризует скорость выполнения совокупных обязательств организации;

- коэффициент платежеспособности по краткосрочным заемным средствам – характеризует возможные сроки погашения краткосрочных заемных средств за счет поступления выручки;

- коэффициент задолженности по кредитам банков – характеризует размер долгосрочных и краткосрочных кредитов банков на каждый рубль среднемесячной выручки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кочурова, Л.А., Шилкина Т.Е. Формирование финансовых результатов на малом предприятии // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.] 2020. С. 218–222.

2. Мягкова М.В., Захаркина Р.А. Повышение эффективности использования оборотного капитала организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.] 2020. С. 76–81.

УДК 336.7

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Никита Юрьевич Старкин, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803967@ruc.su

ASSESSMENT OF THE FINANCIAL STABILITY OF THE ORGANIZATION

Nikita Yuryevich Starkin, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассмотрены сущность и значение финансовой устойчивости организации. Финансовая устойчивость предприятия характеризуется размещением и эффективным использованием средств и источников формирования запасов. Автор рассматривает абсолютные и относительные показатели оценки финансовой устойчивости организации. Автором рассмотрена динамика финансовой устойчивости организации за 2016–2020 гг., сделаны выводы и предложения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: организация, коэффициенты, финансовая устойчивость, ликвидность, прибыль.

The article considers the essence and significance of the financial stability of the organization. The financial stability of the enterprise is characterized by the placement and effective use of funds and sources of stock formation. The author examines the absolute and relative indicators of assessing the financial stability of the organization. The author considered the dynamics of the financial stability of the organization for 2016–2020, made conclusions and suggestions.

К e y w o r d s: organization, coefficients, financial stability, liquidity, profit.

В современных условиях развития экономики и социальной сферы вопросам качества управления экономическим субъектом отводится большое внимание.

Эффективность управления предприятием выражается в расширении рынков сбыта, рентабельности деятельности, формировании финансовых показателей [1].

Остановимся более подробно на одном из них – финансовой устойчивости. Обеспечению финансовой устойчивости предприятия уделяется все большее значение.

Определение направлений повышения финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта предполагает анализ и оценку текущего положения предприятия, позволяет определить его силь-

ные и слабые стороны и выявить возможности для улучшения и поддержания его устойчивого финансового положения.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется размещением и эффективным использованием средств и источников формирования запасов [2].

Первое направление анализа финансовой устойчивости связано с оценкой динамики и структуры статей бухгалтерского баланса [3].

Второе направление анализа финансовой устойчивости позволяет охарактеризовать обеспеченность предприятия платежными средствами и дать характеристику ликвидности и платежеспособности хозяйствующего субъекта.

Третья группа характеризует долги предприятия привлеченные на долгосрочной основе, и четвертая группа показывает наличие у предприятия собственных источников финансирования.

Четвертое направление анализа финансовой устойчивости связано с оценкой эффективности использования ликвидных активов и источников формирования на основе данных о полученных финансовых результатах и величине рентабельности.

Пятое направление анализа финансовой устойчивости связано с анализом ее состояния и динамики. Таким образом, представленная методика анализа финансовой устойчивости позволяет установить взаимосвязь между основными финансовыми показателями, всесторонне и комплексно изучить степень устойчивости финансового развития предприятия.

Для установления типа финансовой устойчивости АО «Международный аэропорт «Саранск», воспользуемся данными таблицы.

Данные для определения типа финансовой устойчивости организации

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Отклонение 2020 г. от	
						2016 г.	2019 г.
СОС	-130606	-132042	-225789	-370967	-505099	-374493	-134132
СДЗИ	34019	32583	-61164	-206342	-339633	-373652	-133291
ОИФЗ	94456	57703	-23873	-25415	-8652	-103108	16763

В 2016–2020 гг. организация не имела достаточно собственных средств для формирования оборотных активов. Недостаток собственных оборотных средств (СОС) увеличился с –130606 тыс. руб. до –505099 тыс. руб. или на 374493 тыс. руб., а это отрицательные изменения. Выявлено наличие собственных и долгосрочных заёмных источников формирования запасов (СДЗИ) в 2016–2017 гг. в сумме 34019 тыс. руб. и 164625 тыс. руб. соответствен-

но, а в 2018–2020 гг. отсутствуют. За 2016–2020 гг. общая величина основных источников формирования запасов (ОИФЗ) сократилась на 103108 тыс. руб., а это отрицательные изменения.

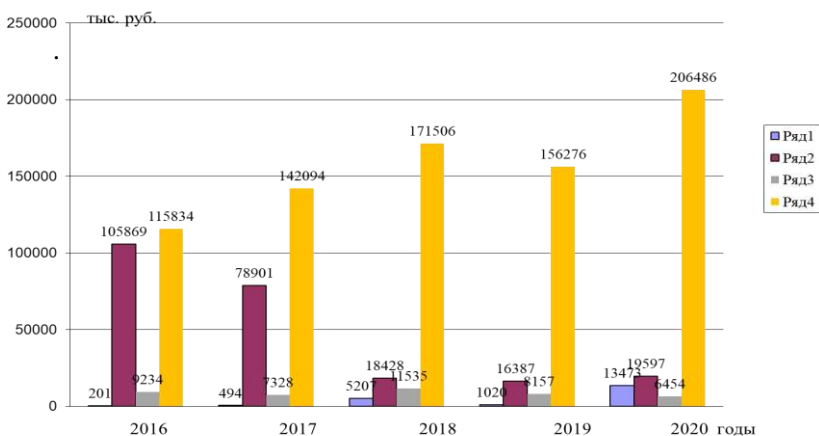
Каждому из трех, перечисленных выше, показателей наличия источников формирования запасов соответствует три показателя обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования:

1. В течение 2016–2020 гг. наблюдался недостаток собственных оборотных средств: в 2016 г. составил –139840 тыс. руб., в 2020 г. недостаток возрос до –511553 тыс. руб., т.е. за 5 лет недостаток увеличился на 371713 тыс. руб., а это отрицательный процесс.

2. За 2016–2020 гг. выявлено снижение недостатка собственных и долгосрочных источников с 24785 тыс. руб. до недостатка в сумме –346087 тыс. руб. или на 370872 тыс. руб., а это отрицательные изменения.

3. За 2016-2020 гг. общая величина основных источников формирования запасов (ОИФЗ) сократилась на 100328 тыс. руб., а это отрицательные изменения.

В ходе анализа выявлено, что в организации в 2016-2017 гг. выявлена нормальная финансовая устойчивость, а в 2018-2020 гг. наблюдается кризисное финансовое состояние. Данные расчетов показывают, что за 2016-2020 гг. наиболее ликвидные активы увеличились на 13473 тыс. руб. (в 67 раз). Быстро реализуемые активы за 5 лет снизились на 86272 тыс. руб. (81,49%) (рис. 1).

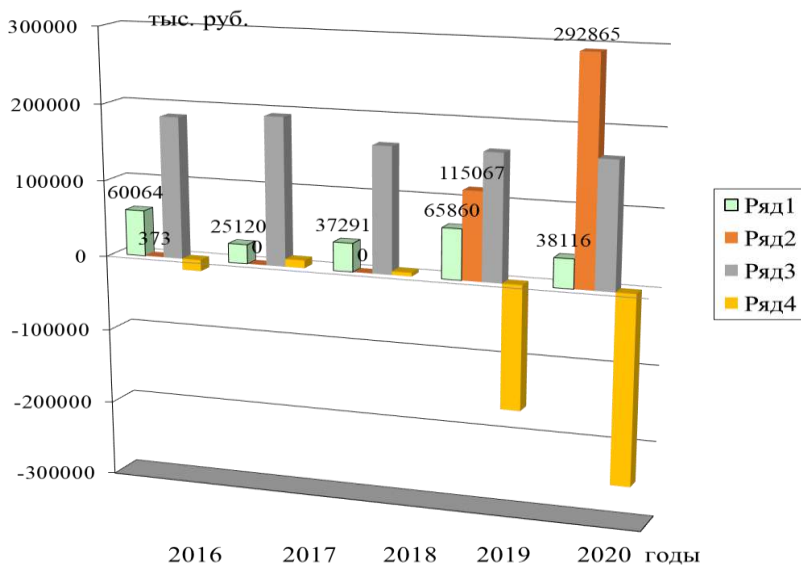


Ряд 1. Наиболее ликвидные активы А1 Ряд 2. Быстро реализуемые активы А2
 Ряд 3. Медленно реализуемые активы А3 Ряд 4. Трудно реализуемые активы А4

Р и с. 1. Динамика активов организации в 2016–2020 гг., тыс. руб.

Медленно реализуемые активы за указанный период увеличились на 6454 тыс. руб. (30,11 %). Трудно реализуемые активы увеличились на 206486 тыс. руб. (78,26 %). За 5 лет выявлено изменение пассивов организации.

Наиболее срочные обязательства за 5 лет снизились на 21948 тыс. руб. (36,54 %). Краткосрочные пассивы возросли на 292492 тыс. руб. (в 785 раз). Долгосрочные пассивы за указанный период снизились на 20849 тыс. руб. (11,24 %). Постоянные пассивы снизились с 234824 тыс. руб. (в 16 раз) (рис. 2).



Ряд 1 – Наиболее срочные обязательства
Ряд 3 – Долгосрочные пассивы

Ряд 2 – Краткосрочные пассивы
Ряд 4 – Постоянные пассивы

Рис. 2. Динамика активов организации в 2016–2020 гг., тыс. руб.

Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняются следующие неравенства: $A1 \geq П1$; $A2 \geq П2$; $A3 \geq П3$; $A4 \leq П4$.

Данные по организации за 2016 год.

$$A1 = 201 < 60064 = П1;$$

$$A2 = 105869 > 373 = П2;$$

$$A3 = 9234 < 185474 = П3;$$

$$A4 = 115834 > -14773 = П4;$$

Данные по организации за 2017 год.

$$A1 = 494 < 25120 = П1;$$

$$A2 = 78901 > 0 = П2;$$

$$A3 = 7328 < 193645 = ПЗ;$$

$$A4 = 142094 > 10052 = П4;$$

Данные по организации за 2018 год.

$$A1 = 5207 < 37291 = П1;$$

$$A2 = 18428 > 0 = П2;$$

$$A3 = 11535 < 164625 = ПЗ;$$

$$A4 = 171506 > 4760 = П4;$$

Данные по организации за 2019 год.

$$A1 = 1020 < 65860 = П1;$$

$$A2 = 16387 < 115067 = П2;$$

$$A3 = 8157 < 164625 = ПЗ;$$

$$A4 = 156276 > -163711 = П4;$$

Данные по организации за 2020 год.

$$A1 = 13473 < 38116 = П1;$$

$$A2 = 19597 < 292865 = П2;$$

$$A3 = 6454 < 164625 = ПЗ;$$

$$A4 = 206486 > -249597 = П4.$$

Таким образом, ликвидность баланса предприятия за 2016–2020 гг. можно охарактеризовать как недостаточную. Выполнение четвертого неравенства свидетельствует о минимальной финансовой устойчивости, сложившейся в организации. Для оценки финансовой устойчивости организации, были рассчитаны следующие показатели:

1. Коэффициент текущей ликвидности за 5 лет снизился с 1,9078 до 0,1413 или на 1,7884 пункта (при нормативе 2 и более), а это отрицательные изменения. Коэффициент абсолютной ликвидности увеличился с 0,0033 до 0,0407 (при норме $>0,20 - 0,25$) или на 0,0374 пункта, а это положительные изменения.

2. Коэффициент срочной ликвидности за 5 лет снизился с 1,7551 до 0,0999 (при норме 1,0 и выше) снизился на 1,6551 пункта, а это отрицательные изменения. Коэффициент покрытия нормативный за указанный период снизился с 1,1528 до 1,0195 (при норме 1.5 – 2.5) или на 0,1333 пункта, а это отрицательный процесс.

3. Уровень платежеспособности за 5 лет снизился с 165,50 % до 11,71 % или на 153,78 п.п., это отрицательные изменения. Данные расчетов показывают, что по большинству показателей выявлено ухудшение значение, а также отклонение от нормы, а это свидетельствует о неустойчивом финансовом состоянии организации.

4. Коэффициент концентрации собственного капитала в 2016 г. составил -0,0639, а в 2020 г. снизился до -1,2138 или на 1,1499 пункта, а это отрицательные изменения. Это снижение означает, что организация финансово неустойчива.

5. Коэффициент концентрации заемного капитала увеличился с 1,0639 до 2,2139 или на 1,1499 пункта, что говорит о большой доли привлечения краткосрочных заемных средств.

В АО «Международный аэропорт «Саранск» за 2016-2020 гг. коэффициент финансовой зависимости увеличился с -15,6460 до -0,8238 или на 14,8221 пункта, а это положительные изменения. Норма 0,5.

Коэффициент текущей задолженности за 5 лет увеличится с 0,3517 до 1,5412 или на 1,1895 пункта, а это положительные изменения. Норма от 0 до 0,5. Коэффициент показывает долю активов, сформированных в результате привлечения долгового финансирования.

Коэффициент устойчивого финансирования за анализируемый период снизился с 0,6483 до -0,5412 или на -1,1896 пункта, что свидетельствует об ухудшении ситуации. Норма 0,8-0,9. Показывает долю собственного капитала и долгосрочных обязательств к валюте баланса.

В АО «Международный аэропорт «Саранск» коэффициент финансового левериджа (риска) увеличился за 5 лет с -11,1689 до -1,5320 или на 9,6368 пункта, а норма коэффициента финансового риска находится в диапазоне от 0,5 до 0,8.

Коэффициент общей платежеспособности за 2016-2020 гг. снизился с 1,4009 до 0,5377 (при норме ≥ 2) или на 0,8631 пункта, а это отрицательный процесс. Коэффициент долгосрочной платежеспособности за 5 лет сократился с 1,2937 до 0,6448 (при норме > 1) или на 1,9382 пункта, а это отрицательные изменения. Коэффициент комплексной платежеспособности (норма > 1) за указанный период снизился с 0,4824 до 0,1078 или на 0,3746 пункта, а это тоже отрицательные изменения. Данные расчетов показывают, что в ближайшее время необходимо изменять финансовую стратегию организации, т.к. полученные результаты свидетельствуют о дальнейшей неэффективной деятельности организации.

Проведенный анализ финансовой устойчивости организации в 2016–2017 гг. выявил устойчивое финансовое состояние, а в 2018–2020 гг. выявлено кризисное финансовое состояние организации. Для повышения финансовой устойчивости предложим ряд мероприятий: снижение дебиторской задолженности, использования факторинга, увеличения собственного капитала, сокращение заемных средств, повышение квалификации работников [4], использование краудфандинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina // Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings.

2. *Зотова, Е.В., Дворецкая Т.В.* // Еправление рисками при разработке сбалансированной карты стратегических показателей экономической устойчивости // Внтеграция науки в условиях цифровизации. Материалы Национальной научно-практической конференции. В двух частях. Саранск, 2021. С. 217-222. Cham, 2022. С. 1171–1178.

3. *Маркова, А.А.* Корпоративные финансы // А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина, Р.А. Захаркина. Саранск, 2017. 120 с.

4. *Keleynikova, S.V.* Diagnostics and optimization of the vegetable market // S.V. Keleynikova, S.M. Imyarekov, N.N. Kataikina, L.A. Abelova, D. Samygin, Yu.S. Artamonova. Ponte. 2017. Т. 73. № 3. С. 270-283.

5. *Кузнецова, Е.Г.* Коммуникативная культура профессионала // Е.Г. Кузнецова, Т.Е. Кузнецова, Р.Р. Хайров. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки: 38.03.01 – «Экономика» / Саранск, 2017. 140 с.

УДК 368

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ

**Роман Раисович Хайров, кандидат экономических наук,
доцент**

**Татьяна Евгеньевна Шилкина, кандидат экономических наук,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: r.r.khairov@ruc.su; t.e.shilkina@ruc.su

FORMATION OF FINANCIAL RESULT OF ACTIVITIES OF AN INSURANCE COMPANY

**Roman Raisovich Hairov, PhD in Economics, Associate Professor
Tatyana Evgenievna Shilkina, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье раскрывается процесс формирования финансового результата деятельности страховой компании, приводятся данные ранжирования страховых организаций РФ по признаку начисленной страховой премии, дается описание технического результата деятельности, дается характеристика абсолютных и относительных показателей финансовой деятельности страховой компании.

Ключевые слова: финансовый результат, технический результат, рентабельность, страховая премия, компания.

The article reveals the process of forming the financial result of an insurance company, provides data on the ranking of insurance companies in the Russian Federation on the basis of the accrued insurance premium, describes the technical result of the activity, gives a description of the absolute and relative indicators of the financial activity of an insurance company.

Key words: financial result, technical result, profitability, insurance premium, company.

В настоящее время страховой рынок можно рассматривать, как стратегический сектор российской экономики, который «...занимает место необходимого инструмента, обеспечивающего как защиту имущественных прав граждан от социальных, экономических, природных, техногенных и иных рисков, так и реализацию государственных задач в социально-экономической сфере» [1].

Страхование позволяет не только возмещать понесенные убытки, но и является одним из наиболее стабильных источников финансовых ресурсов для инвестиций [2].

Под страхованием понимается система экономических отношений по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых из уплаченных страховых премий и иных средств страховщиков. С точки зрения страховой организации, основной целью ее деятельности является получение прибыли. Величина прибыли как конечного финансового результата деятельности страховой организации зависит от многих факторов.

Анализ страхового рынка за 2020 год показал, что на долю десяти ведущих страховых компаний приходится 71,2% от общего годового объема страховой премии. Рейтинг по валовым объемам сборов за 2020 год показывает небольшую, но положительную динамику деятельности несмотря на пандемию. В таблице представлена характеристика деятельности страховых компаний за период 2019–2020гг. Рейтинг составлен по показателям начисленной страховой премии.

В тройку лидеров по росту страховой премии в абсолютных показателях входят АО «СОГАЗ», АО «АльфаСтрахование», САО «РЕСО-Гарантия». Аутсайдерами в 2020 году стали ООО СК «Сбербанк страхование жизни» и САО «ВСК».

Рассматривая относительные показатели роста, необходимо отметить ООО «СК СОГАЗ-ЖИЗНЬ», ООО «СК «Ренессанс Жизнь», АО «СОГАЗ».

Среднероссийский показатель роста объемов страховой премии за 2020 год составляет 104% или 57,3 млн.руб. На долю прочих страховых компаний (с небольшим оборотом деятельности) за этот период приходится 28,8%. При этом можно констатировать спад объема страховой премии по сравнению с 2019 годом на

86 млн.руб. Таким образом лидеры страхового рынка продолжают свое развитие, а бизнес небольших компаний при формировании своих финансовых результатов явно ощущает влияние пандемии.

Ранжирование страховых компаний РФ по объемам начисленной страховой премии за 2019-2020гг., млн.руб.

Страховые организации	2020	2019	Отклонения	
			в сумме	в %
АО «СОГАЗ»	287,3	194,3	93,0	148
АО «АльфаСтрахование»	114,9	108,4	6,5	106
САО «РЕСО-Гарантия»	108,3	98,0	10,3	111
СПАО «Ингосстрах»	106,5	103,3	3,2	103
ООО СК «Сбербанк страхования жизни»	106,1	153,4	-47,3	69
ПАО СК «Росгосстрах»	85,3	78,0	7,3	109
ООО «АльфаСтрахование-Жизнь»	84,9	55,8	29,1	152
САО «ВСК»	80,8	82,2	-1,4	98
ООО «СК СОГАЗ-ЖИЗНЬ»	76,1	45,8	30,3	166
ООО «СК «Ренессанс Жизнь»	45,9	33,6	12,3	137
Прочие компании	442,5	528,5	-86,0	84
Итого	1 538,6	1 481,3	57,3	104

Страховая компания в процессе своей деятельности несет определенные расходы, которые при сопоставлении с полученными доходами определяют окончательный результат – прибыль или убыток, характеризующий ее успешность на рынке. Превышение доходов над расходами формирует прибыль страховой компании, а отрицательная разница характеризует размер убытком.

Особенность страхового бизнеса проявляется в неоднородности проводимых операций, одни из которых могут приносить большую прибыль, а некоторые при неумелом менеджменте приводят к убыткам и могут спровоцировать банкротство страховщика. Поэтому страховому рынку отводится важная роль в создании условий устойчивого функционирования региональной экономики [3].

Финансовый результат рассматривается традиционно как разница между полученными доходами и произведенными расходами по всем видам деятельности, с учетом инвестиционной и прочей деятельности.

Максимизация данного показателя является основной задачей деятельности страховой компании. Компоненты, влияющие на ее размер, являются ключевыми слагаемыми успеха. Именно их пра-

вильное сочетание позволяет максимизировать финансовый результат.

Доход страховой организации формируется из трех показателей:

- технического результата деятельности по видам страхования в разрезе подразделений компании;
- инвестиционного дохода;
- прочих доходов.

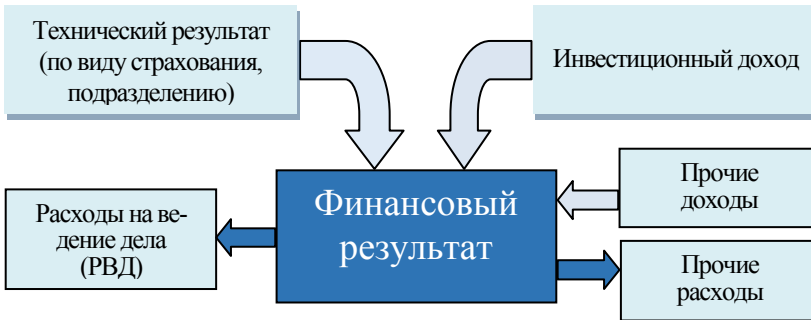
На уменьшение доходов страховой компании влияют:

- расходы на ведение страховых дел;
- прочие расходы.

Расчет финансового результата производится путем сложения технического результата деятельности, инвестиционного дохода и прочих доходов, и дальнейшего вычитания из полученной суммы расходов на ведение дела и прочих затрат.

Показатель финансового результата используется с целью оценки результативности деятельности отдельных подразделений, филиалов и принятия соответствующих управленческих решений.

На рис. 1 представлен процесс формирования финансовых результатов страховой компании.



Р и с. 1. Процесс формирования финансового результата деятельности страховой организации

Финансовый результат может выражаться в прибыли (положительный результат) или убытках (отрицательное значение показателя).

Полученный финансовый результат является итогом деятельности по виду страхования до налогообложения и отчислений в стабилизационный резерв. Страховые компании вкладывают свой капитал в наиболее доходные и устойчивые отрасли; за счет страхового капитала финансируются крупнейшие корпорации в промышленности, транспорте и торговле [4].

Для оценки отдельных направлений деятельности страховой

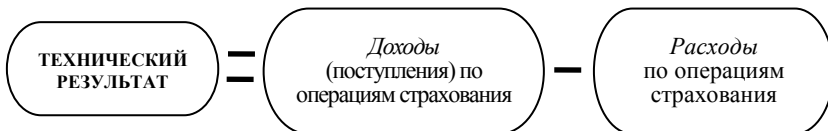
компании в практической деятельности используется показатель - технический результат.

Данный индикатор рассчитывается путем сопоставления доходов, полученных по виду страхования, с расходами, осуществленными в рамках этого страхования.

Технический результат является показателем деятельности для подразделений, осуществляющих страховые операции (продажи, андеррайтинг, урегулирование убытков). Он отражает эффективность работы таких подразделений и дает ответ на вопрос: насколько прибыльными или убыточными они являются для страховой компании.

Технический результат деятельности подразделения страховой организации может быть детализирован и рассчитан отдельно по каждому виду страхования.

Технический результат определяется только по страховым операциям, и отражает эффективность деятельности оперативного состава страховой компании (продавцов и андеррайтеров, специалистов по урегулированию убытков). При этом, следует учитывать, что за счет технического результата покрываются расходы на содержание страховой компании. Схематично определение технического результата деятельности подразделения страховой компании представлена на рис. 2.



Р и с. 2. Определение технического результата по подразделению компании или видам страхования

Помимо технического результата финансовая деятельность страховой организации может быть охарактеризована и другими показателями. В российской практике получили широкое распространение абсолютные и относительные индикаторы.

Абсолютные показатели финансового результата деятельности страховой организации характеризуются количеством заключенных договоров, страховой суммой, величиной страхового возмещения, размером страховой премии.

Показатель «количество заключенных договоров» применяется для оценки страхового портфеля и степени охвата страхового рынка. Через динамику данного показателя можно определить рейтинг страховой компании в регионе, спрос на данную страховую услугу.

Страховую сумму застрахованных объектов для принятия правильного управленческого решения целесообразно рассматривать

в двух измерениях: в совокупной величине; в размере средней страховой суммы на один договор.

Данный абсолютный показатель, в любом из перечисленных измерении отражает степень ответственности, которую страховщик принимает на себя. Однако, для пользователя страховых услуг важно, как исполняются компанией взятые на себя обязательства.

Оценку исполненной ответственности страховой организации дают размеры выплат страхового возмещения. Кроме того, через выплаты страхового возмещения характеризуется действительный уровень платежеспособности компании.

Результат хозяйственной деятельности страховой организации зависит от наличия у нее текущих финансовых средств. Они выражаются в величине поступивших страховых премий. Таким образом, поступившая страховая премия является финансовыми средствами, которыми располагает страховая организация для ведения своей деятельности.

К относительным показателям, характеризующим финансовые результаты организации, можно отнести рентабельность, уровень расходов и структуру прибыли.

Особенностью методики определения рентабельности в страховых организациях является многовариантность. В практической деятельности получили распространение методики, рассматривающие рентабельность: как отношение балансовой прибыли к собственному капиталу; как отношение прибыли от страховой деятельности к сумме расходов включая сумму налога на прибыль; как отношение прибыли, полученной от соответствующего вида страхования к полученной страховой сумме.

Для анализа показателей финансовой деятельности страховой компании применяется такой индикатор, как уровень расходов. Сравниваются расходы страховой организации с объемом собранных страховых премий. Более детальную характеристику финансовых результатов деятельности организации можно получить рассчитав коэффициент убыточности и уровень накладных расходов.

Коэффициент убыточности выражается в соотношении страховых выплат и расходов на ведение дела и суммы собранных страховых взносов. Уровень накладных расходов рассчитывается как отношение выплаченных комиссионных вознаграждений к общей сумме страховых взносов по страховой организации.

Формирование финансового результата страховой компании происходит под влиянием эффективности как основной, так и нестраховой деятельности. Индикатором в этом случае выступает соотношение прибыли от нестраховой к страховой деятельности.

Таким образом, финансовый результат деятельности страховой

компания выражает реализацию на практике профессиональной компетенции страховщиков [5].

Вышеперечисленные его показатели обеспечивают своевременность и правильность принятия управленческих решений, оперативность изменений в стратегии развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кузнецова, Т.Е.* Система андеррайтинга в современных условиях страхового рынка России // Вестник № 2(36), том 2 Волжского университета имени В.Н. Татищева. Научный журнал; ВУиТ. Тольятти 2016. С. 55–60.

2. *Кузнецова, Е.Г.*, Кузнецова Т.Е. Основы страхования: Учебно-методическое пособие/ Е.Г. Кузнецова, Т.Е. Кузнецова: Саран. кооп. ин-т РУК.- Саранск.2016. 80 с.

3. *Кузнецова, Т.Е.* Страхование в Республике Мордовия : проблемы и позитивные тенденции развития // Интеграция образования в условиях инновационной экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Саранск, 8–9 апр. 2014 г.) : в 2 ч. / [редкол.: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.)) и др.] ; Саран. кооп. ин-т РУК. Саранск : ЮрЭксПрактик, 2014. Ч. 1. С.160–163.

4. *Кузнецова, Е.Г.* Порядок и особенности формирования страховых фондов // в сборнике: Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Мат-лы II Междунар. науч.-практ. конф. 2018. С. 117–120.

5. *Кузнецова, Е.Г.*, Кузнецова Т.Е. Формирование профессиональной компетенции студентов при изучении дисциплины «Страхование»: активные методы обучения: учеб-метод пособие / Е.Г. Кузнецова, Т.Е. Кузнецова; Саран. кооп. ин-т РУК. Саранск: Принт-Издат,2014. 52 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

УДК 338.2

ИНСТРУМЕНТЫ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Андрей Юрьевич Аверин, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st801409@ruc.su

INSTRUMENTS OF CUSTOMER ORIENTATION IN THE BANKING SECTOR

Andrey Yurievich Averin, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Для оценки уровня клиентоориентированности в банковской сфере необходимо наличие системы показателей, которая даст возможность своевременно принимать меры для дальнейшего повышения эффективности деятельности организации. При этом критерии оценки управления клиентоориентированностью организаций отражаются в индикаторах оптимизации структуры реализации продукции, затрат, а также согласованности операционных и сбытовых процессов в пространстве и времени.

К л ю ч е в ы е с л о в а: клиентоориентированность, маркетинговая политика, методические и организационные инструменты, потребности клиентов, эффективность бизнеса.

To assess the level of customer focus in the banking sector, it is necessary to have a system of indicators that will make it possible to take timely measures to further improve the efficiency of the organization. At the same time, the criteria for assessing the management of organizations' customer orientation are reflected in indicators of optimizing the structure of product sales, costs, as well as the consistency of operational and marketing processes in space and time.

K e y w o r d s: customer focus, marketing policy, methodological and organizational tools, customer needs, business efficiency.

Успешность функционирования банковского сектора в эконо-

мике страны напрямую зависит от качества управления им. Эффективный менеджмент и маркетинг обеспечивает устойчивое развитие экономического субъекта [1].

Клиентоориентированный маркетинг тесно связан с процессом управления впечатлениями клиентов. Так, достаточно важным аспектом клиентоориентированного подхода в деятельности организаций банковской сферы является психологическая составляющая. Как показывает практика, при выборе того или иного банковского продукта, клиент потенциально оценивает ценность и качество уровня обслуживания. Учитывая это, следует заметить, что определенные положительные впечатления клиент должен получать не только во время потребления банковского продукта, но и в процессе его создания и реализации, то есть непосредственно во время взаимодействия с персоналом банка.

Все современные методические подходы к формированию индикаторов оценки управления клиентоориентированностью организаций можно объединить в две большие группы, а именно подходы экспертных и экономических оценок [2].

Анализ клиентоориентированности банка проводится в сочетании с оценкой его финансового состояния, в частности стоимости капитала банка [3].

Количественные показатели характеризуют общую величину результата управления клиентоориентированностью организации, а качественные – относительную, определяющую тенденции эффективности. Для эффективного управления клиентоориентированностью в банковской сфере целесообразно использование ряда инструментов, формирующих организационно-методическое обеспечение клиентоориентированного маркетинга, из смежных функциональных областей менеджмента, в частности, проектного менеджмента, операционного управления персоналом, что отражено в таблице.

**Методические и организационные инструменты
клиентоориентированного маркетинга
в сфере банковских услуг**

Инструменты	Содержание	Цель
Целевая идентичность	Формирование целевой идентичности, трансляция целевой идентичности через когнитивные детерминанты, аудит целевой идентичности	Формирование целевого образа организации в когнитивном эфире
Маркетинг взаимоотношений	Обеспечение высокой конкурентоспособности и рыночных предложений организации, формирование круга постоянных клиентов, развитие отношений с клиентами до повышения лояльности	Создание долгосрочных отношений с клиентами

Инструменты	Содержание	Цель
Работа с жалобами и претензиями	Формирование системы сбора жалоб и предложений, определение форм реагирования на них, обеспечение процесса обслуживания на базе анализа жалоб и предложений	Формирование эффективной системы обратной связи с клиентами и учета их жалоб и предложений в сфере банковских услуг
Стандартизация обслуживания	Формирование требований к «идеальному» процессу обслуживания, описание эталонного процесса обслуживания на базе анализа жалоб и предложений	Формирование эффективной системы обратной связи с клиентами и учета их жалоб и предложений в работе организации банковского сектора
Кайдзен	Обнаружение резервов совершенствования процессов предоставления услуг, определение причин недостатков в предоставлении услуг, формирование системы сбора, оценки и внедрение усовершенствований в предоставлении услуг	Обеспечение постоянного совершенствования процесса предоставления банковских услуг
Внутренний маркетинг	Разработка программы внутреннего маркетинга, формирование системы подбора работников, построение системы обучения кадров, определение форм и методов мотивации и контроля	Воспитание ориентированного на клиента персонала
Управление точками контакта	Аудит точек контакта, оценка точек контакта, определение корректирующих мер, реализация усовершенствований	Обеспечение положительного восприятия клиентами организации во всех возможных точках контакта
Проектирование услуги	Описание существующего процесса предоставления услуги, перепроектирование процесса предоставления услуги, внесение изменений в процесс предоставления услуги	Планирование оптимального процесса предоставления услуги
Проектный подход	Создание сводного плана проекта, комплектование команды проекта, управление реализацией проекта, контроль реализации проекта	Обеспечение клиентоориентированного подхода в определенные сроки в рамках бюджета

Перечисленные инструменты охватывают основные аспекты внедрения клиентоориентированного маркетинга и позволяют до-

стичь высокой эффективности реализации данного комплекса организационных изменений.

Банки, в большинстве своем, под лояльностью подразумевают ряд мер маркетингового и рекламного характера, которые создают у клиента доверительное отношение к кредитной организации.

Задачей лояльности значитс я удержание клиента в одном финансовом учреждении и поощрение в виде возможности клиенту расширять собственную линейку банковских продуктов [4].

Понятие лояльности включает ряд составляющих: эмоциональную, поведенческую, рациональную лояльность. Наиболее долгосрочную эмоциональную лояльность формирует индивидуальный позитивный опыт, полученный при взаимодействии с клиентоориентированной компанией и её представителями.

Поведенческая лояльность связана с объемом и частотой покупок, временным интервалом взаимодействия с компанией. Рациональная лояльность формируется с использованием программ лояльности, обеспечивается ориентацией на финансовую выгоду, ввиду чего недолговечна и длится примерно столько, сколько и сама стимулирующая программа.

Тем не менее, следует отметить, что отечественные программы лояльности имеют определенные несовершенства и специфику реализации, существенно снижающие их эффективность, что не позволяет достичь поставленных целей, в частности [5]:

- фокус только на VIP-обслуживании состоятельных клиентов, для получения большего дохода;
- отсутствие высоко инновационных и ориентированных на конкретный сегмент клиентов кредитной организации системных программ лояльности;
- обладая недостаточно высоким уровнем обслуживания, низкая и эффективность реализации отмеченных программ лояльности;
- неограниченность обратной связи с потребителем, низкая осведомленность финансовых учреждений о проблемах, связанных с потребностями и интересами клиентов [6].

Безусловно, удержание клиента для финансового учреждения менее затратно, нежели привлечение нового. Вследствие низкого качества предоставленного сервиса, большая часть клиентов переходит в другие банки. Каждый потерянный клиент не исключено, что негативно повлияет на имидж банка. Ввиду данного факта, важно привлечь клиента для повторного обращения и поднять уровень его удовлетворенности, тем самым лояльности [7].

Для постановки реалистичных целей и результативного управления лояльностью потребителей важное значение приобретает анализ клиентов организации. С этой целью в рамках исследования был адаптирован классический инструмент маркетинга и спе-

циалистов по сбыту — «воронка продаж», которая представляет собой графическую иллюстрацию распределения клиентов по стадиям готовности к покупке. На основе обобщения данных подходов был сформирован авторский вариант «углубленной воронки продаж», проиллюстрированный на рисунке.



«Углубленная воронка продаж»

В основу данного инструмента заложен принцип распределения клиентов по стадиям процесса продаж от первого контакта до совершения акта купли и далее к превращению клиента в «адвоката» организации (клиенты, которые не только обслуживаются, но и рекомендуют организацию окружающим).

Данный вариант «воронки» продаж качественно отличается от других по причине того, что она не заканчивается в момент покупки, а продолжается через ряд стадий до момента превращения покупателя в лояльного, чем и обусловлено ее название «углубленная».

Представленный вариант «воронки» лучше соотносится с логикой клиентоориентированности, так как отражает полный путь клиента от потенциального до лояльного. Подобное понимание данного

инструмента открывает новые возможности для создания максимально персонализированных средств воздействия на потребителей для расширения клиентской базы организации сферы услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina //В сборнике: Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. P. 1171–1178.
2. *Мальшев, А.А.* Организация системы клиентоориентированности компании / А. А. Мальшев, Т. И. Кошелева. // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. № 11. С. 119–123.
3. *Зотова, Е.В., Дворецкая Т.В.* Оценка стоимости капитала банка // Studium. 2016. № 1 (38). С. 7.
4. Клиентоориентированность банка и лояльность его клиентов / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32471885> (дата обращения: 25.02.2022).
5. *Воронцова, Ю.В., Тихонов А.И., Чиняева С.В.* Методические аспекты управления стоимостью проекта//Московский экономический журнал. 2020.№ 5. С. 47.
6. *Тихонов, А.И.* Основные факторы удержания сотрудников в российских компаниях // Московский экономический журнал. 2020. № 7. С. 28.
7. Редька Сергей Иванович Полтавский, университет экономики и торговли Клиентоориентированность, как главная составляющая современной инновационной стратегии коммерческого банка на рынке банковских услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа:// <http://web.snauka.ru/issues/2013/08/26004> (дата обращения: 23.02.2022).

УДК 338.2

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ: МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Андрей Юрьевич Аверин, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st801409@ruc.su

CUSTOMER ORIENTATION OF THE ORGANIZATION OF THE SERVICE SPHERE: METHODOLOGICAL ASPECTS

Andrey Yurievich Averin, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматриваются различные методические инструменты, которые

можно использовать для оценки уровня клиентоориентированности организации сферы услуг. Сделаны выводы о необходимости наличия системы показателей, которая даст возможность своевременно принимать меры для дальнейшего повышения эффективности деятельности организации.

Ключевые слова: клиентоориентированность, методические и инструменты, потребности клиентов, эффективность бизнеса.

The article discusses various methodological tools that can be used to assess the level of customer orientation of a service organization. Conclusions are drawn about the need for a system of indicators, which will make it possible to take timely measures to further improve the efficiency of the organization.

Keywords: customer orientation, methodological and tools, customer needs, business efficiency.

Увеличивая уровень удовлетворенности, банки стремятся повысить лояльность клиента и направить его к совершению следующей покупки. Поэтому изучение подходов в повышении лояльности в кредитных организациях является актуальной проблемой на сегодняшний день. Лояльный клиент является индикатором клиентоориентированной компании.

У дефиниции «клиентоориентированность» не существует единого истолкования, одним из основополагающих подходов к рассмотрению клиентоориентированности является ее объяснение в рамках более широкой концепции рыночной ориентации.

Рассмотрим иные подходы российских исследователей к трактовке понятия «клиентоориентированность» (таблица) [1].

Подходы российских исследователей к трактовке сущности клиентоориентированности

Подход к клиентоориентированности	Сущность клиентоориентированности	Автор, год
Процесс	Инициация хороших эмоций и восторга у потенциальных и существующих клиентов	[Манн, 2012]
	Учитывание потребностей клиентов, внимательное отношение в процессе обслуживания, использование сервисным персоналом всех необходимых ресурсов и компетенций	[Рожков, Ребязина, Смирнова, 2014]
	Процесс, направленный на увеличение жизненного цикла сольвации компании с клиентом	[Русанова, 2008]
Характеристика	Концепция бизнеса, включающая комплекс процедур, направленных на удовлетворение и формирование потребностей клиентов	[Резник, Яшина, 2013]
	Маркетинговая культура	[Юлдашева, Ширшова, 2013]
	Бизнес-культура	[Семёнов, Кубахов, Малкова, 2009]

Подход к клиентоориентированности	Сущность клиентоориентированности	Автор, год
	Способность организации получать доп. прибыль по причине глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов	[Лошков, 2008]
Инструмент	Инструмент управления взаимоотношениями с клиентами Инструмент партнерского взаимодействия организации и клиента	[Рыжковский, 2005] [Бусаркина, 2007]

В целом клиентоориентированность определяют такие составляющие, как: ориентация на содержание клиентов (основополагающая идея); индивидуальные коммуникации с клиентами (реализуются через личное общение персонала с клиентами); сотрудничество, основанное на отношениях, а не на продукте (формируются отношения между организацией и клиентом, выходящие далеко за пределы общепринятого взаимодействия в рамках акта экономического обмена).

Возможно выделение следующих основных групп задач по оценке клиентоориентированности [2]:

- оценка поведения клиентов/сотрудников;
- оценка мотивации, ценностей, установок, личностных качеств клиентов/сотрудников;
- оценка знаний, умений, навыков сотрудников

На основе концепции маркетинга отношений возникли клиентоориентированные организации, которые в отличие от традиционных, выбирали инновации и развитие, концентрацию внимания на удовлетворении потребностей потребителей, качественном сервисе и обслуживании [2].

Клиенториентированный маркетинг является новой парадигмой управления эмоциями и впечатлениями клиентов, его внедрение позволит по-другому взглянуть на каждого клиента, воспринять его как личность, творчески подойти к процессу выявления и удовлетворения его потребностей. Все это в результате повысит уровень лояльности клиента и, на этой основе, доходность организации.

Клиентоориентированная деятельность дает преимущества организации в виде экономии на расходах, увеличения прибыли, удержания существующих позиций на рынке и увеличения количества клиентов путем роста положительного имиджа. Налаженные связи клиентоориентированных организаций, их опыт в привлечении и удержании потребителей формируют основу для

успешной деятельности организации и эффективному ведению бизнеса [3].

Для обеспечения возможности сознательного управления и контроля клиентоориентированного маркетинга «клиентоориентированность» требует создания специальных методик измерения и контроля. К сожалению, на данный вопрос нет однозначного ответа, как в среде ученых, так и в среде практиков, а определение уровня клиентоориентированности организации остается одним из самых проблемных вопросов в данной концепции [4].

Для решения данной проблемы на практике широко применяются различные показатели, характеризующие отношение потребителей к организации, например, индекс удовлетворенности потребителей, индекс чистой поддержки, коэффициент лояльности и т.п. В основном данные методы основываются на полевых маркетинговых исследованиях потребителей, они являются дорогостоящими в финансовом плане процедурой и требуют длительного времени для реализации.

Несмотря на то, что компетентность – это способность использовать усвоенные знания, умения и навыки для эффективного достижения результатов как в обычных, так и в экстремальных условиях, индикаторы оценки эффективности клиентоориентированности организации должны включать такие показатели, которые дают возможность оценить результаты и эффективность программы по удовлетворению потребностей клиентов, что определяется прибыльностью организации.

Удовлетворенность клиентов и эффективность бизнеса достигаются при условии эффективного менеджмента и маркетинга [5].

Использование современных инструментов управления банковской сферы, а именно реализация заранее спланированной программы, которая направлена на поиск потенциальных потребителей, разработка продуктов (товаров и услуг) организации, наработка каналов сбыта и эффективную их реализацию с учетом объективных данных относительно спроса целевых групп, основой которой является применение наработанных алгоритмов работы и установка устойчивых и взаимовыгодных связей с потребителями, отражающих фактическое удовлетворение интересов на всех этапах взаимодействия как внутренних, так и внешних клиентов организации позволит максимально выполнить требования их клиентов.

Особенно следует отметить систему стимулирования персонала, поскольку немотивированный персонал вряд ли будет эффективно удовлетворять потребности клиентов. Как правило, эффективная система реализации охватывает практически все структурные подразделения организации, а ее качество определяет эффективность деятельности организации в целом. Комплексный подход

к определению эффективности клиентоориентированного подхода в организации должна учитывать как качество собственно продукта организации, так и качество обслуживания клиента.

Индикаторами эффективности бизнес-процессов, как отмечают ряд экспертов [5], могут быть несколько групп показателей:

- показатели процесса, характеризующие выполнение и затраты на него, которые могут быть как абсолютными, так и относительными;

- показатели продукта процесса, характеризующие продукт (услугу) как результат выполнения процесса;

- показатели удовлетворенности клиентов процесса, характеризующие степень удовлетворенности потребителя (внутреннего и внешнего) результатами процесса (выходом, услугой, продукцией и т. д.), который, в частности, может оцениваться количеством рекламаций.

Таким образом, для оценки уровня клиентоориентированности нужна система показателей, которая даст возможность своевременно принять меры для дальнейшего повышения эффективности деятельности организации. Критерии оценки управления клиентоориентированностью организаций отражаются в индикаторах оптимизации структуры реализации продукции, затрат и согласованности операционных и сбытовых процессов в пространстве и времени.

Отсутствие целостной клиентоориентированной стратегии для организации создает значительные недостатки в администрировании сотрудничества с клиентами, ведь залогом его успешного осуществления является персонализация сотрудничества. Персонализация работы с клиентами выражается следующими составляющими: процессы, которые обеспечивают индивидуальность предложения и коммуникаций, исходя из ценностей конкретного клиента и проанализированного массива данных относительно него; продажи, предусматривающие придание продукции уникальных свойств под потребности конкретного клиента и использование персонализированных каналов и методов сбыта; обслуживание, которое характеризуется удобством и высоким качеством послепродажного сервиса, мониторингом удовлетворенности и лояльности клиента.

Важным направлением усовершенствования администрирования сотрудничества с клиентами организации является выявление существующего уровня клиентоориентированности ее работников, в частности тех, кто осуществляет непосредственное обслуживание потребителей. Ключевыми критериями клиентоориентированного работника является наличие широкого спектра теоретических знаний и практических навыков по работе с различными категори-

ями клиентов, высокая мотивированность по привлечению потенциальных потребителей, возможность идентифицировать индивидуальные особенности клиентов, возможности к согласованию интересов клиентов посредством удовлетворения их потребностей и благодаря достижениям нужных экономических показателей.

При избрании курса на достижение клиентоориентированности работника, необходимо учитывать вид этой ориентированности, что позволит обоснованно выбрать метод для ее достижения.

Многие организации, как правило, не проводят классифицирование клиентоориентированности. Также организации обычно не проводят оценки уровня клиентоориентированности действующих работников и не устанавливают критерии при поиске и отборе потенциальных сотрудников. Поэтому важно внедрение практики оценки характеристик работников и мотивация их к улучшению.

Реализуя вышесказанное, необходимо отметить, что для эффективного управления клиентоориентированностью в банковской сфере целесообразно использование ряда инструментов, формирующих методическое обеспечение клиентоориентированного маркетинга, из смежных функциональных областей, в частности, проектного управления.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Шавровская, М.Н.* Эффективность методов формирования клиентоориентированности персонала // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2011. № 4. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https:// https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-metodov-formirovaniya-klientoorientirovannosti-personala](https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-metodov-formirovaniya-klientoorientirovannosti-personala) (дата обращения: 27.02.2022).

2. *Воронцова, Ю.* Подходы к формированию методического обеспечения для повышения уровня клиентоориентированности организации сферы услуг / Ю.В. Воронцова, Ю.Н. Кафиятуллина // Московский экономический журнал. 2021. № 1. С. 15–22.

3. *Горячева, Я.* Методическое обеспечение оценки клиентоориентированности организации // Актуальные направления повышения доходности бизнеса – 2019. Сборник научных трудов по материалам I Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 100–102.

4. *Воронцова, Ю.* Проблемы управления клиентоориентированностью организации / Ю.В. Воронцова, Я.В. Горячева // Вестник университета. 2018. № 9. С. 5–10.

5. *Marabaeva L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina //В сборнике: Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. С. 1171–1178.

6. *Тухонов, А.И.* Основные факторы удержания сотрудников в российских компаниях // Московский экономический журнал. 2020. № 7. С. 28.

УДК 339.137.22

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ООО «БЕРТА» НА РЫНКЕ ОПТОВО-РОЗНИЧНОЙ
РЕАЛИЗАЦИИ ОДЕЖДЫ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ**

Галина Владимировна Архипова, преподаватель
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*
E-mail: galina.arh.359@yandex.ru

**ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS
OF BERTA LLC IN THE WHOLESALE AND RETAIL
CLOTHING MARKET OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA**

Galina Vladimirovna Arkhipova, Lecturer
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Необходимым условием развития предпринимательской деятельности является конкуренция. С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла. Для большинства предприятий общего взаимодействия, конкурентоспособность можно оценивать как возможность предприятий, отраслей и территорий сохранять значительный уровень прибыли и оплаты труда, будучи, при этом, достаточно открытыми для мирового состояния конкуренции.

К л ю ч е в ы е с л о в а: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность, предпринимательская деятельность, экономическая жизнь общества.

A necessary condition for the development of entrepreneurial activity is competition. With the transition of Russia to market methods of management, the role of competition in the economic life of society has increased significantly. For most enterprises of common interaction, competitiveness can be assessed as the ability of enterprises, industries and territories to maintain a significant level of profit and wages, while being sufficiently open to the global state of competition.

К e y w o r d s: competition, competitive environment, competitiveness, entrepreneurial activity, economic life of society.

Конкуренция стала неотъемлемой частью рыночной среды и является необходимым условием развития предпринимательской деятельности.

С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль управления предприятием в экономической жизни общества значительно возросла. Менеджмент и маркетинг как наука широко вошла в практическую деятельность экономических субъектов [1, с. 1171].

При этом поддержание конкурентной среды в Российской Федерации, как и во всех развитых странах, стало важной задачей государственного регулирования экономики.

Из практики большого количества отечественных предприятий следует, что они не в полной мере готовы к активному ведению конкурентной борьбы. В результате многие отрасли оказались в достаточно тяжелом положении, что сколько-нибудь инновационные разработки, направленные на усиление конкурентных позиций предприятий, стали практически невозможны. При этом, выход из сложного экономического положения возможен лишь в создании конкурентоспособного производства, ориентированного на удовлетворение нужд потребителей. Из этого следует, что повышение конкурентоспособности является ключевым условием для отечественных предприятий не только полностью сохранить свои рыночные позиции, но и улучшить их.

Необходимо отметить, что под таким определением как конкурентоспособность, следует представлять возможность организаций конкурировать на современных рынках продукции и услуг. Для большинства предприятий общего взаимодействия, конкурентоспособность можно оценивать как возможность предприятий, отраслей и территорий сохранять значительный уровень прибыли и оплаты труда, будучи, при этом, достаточно открытыми для мирового состояния конкуренции.

Наибольшее влияние на развитие и сохранение конкурентных преимуществ окажет выход на новые рынки сбыта. Также немаловажную роль сыграет покупка импортного оборудования и расширение ассортимента производимой продукции [2, с. 20].

Следовательно, под конкурентоспособностью организации следует понимать способность выполнения конкретной работы и её эффективного и доходного сбыта в условиях конкуренции [3, с. 63].

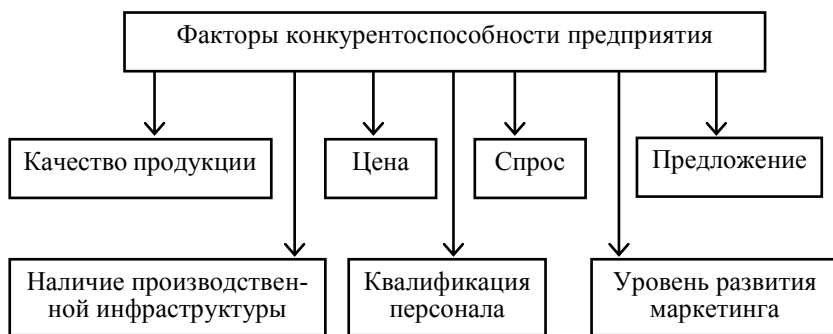
Как правило, сбыт осуществляется с помощью использования всех находящихся в организации ресурсов, в том числе и маркетинговых. Повышение выпуска товаров и оптимальный сбыт конкурентоспособной продукции и услуг является совокупным значением возможностям организации отвечать внешним опасностям, её способности грамотно применять производственные, кадровые, также материальные и экономические направления.

Для владельцев организаций требуется полноценный маркетинговый инструментарий, который сможет осуществлять контроль над своей возможностью к конкуренции, также управлять ею. При этом, в виде обозначенного инструмента маркетинга может быть представлена оценка и корректирование состояния конкурентоспособности организации.

Прежде всего, сама конкурентоспособность представляет собой оптимальную деятельность организации, а также рентабельность применения большинства средств. При этом, конкурентоспособность организации не обладает лишь одним показателем, поскольку она может оцениваться как по одной, так и нескольким характеристикам работы предприятия. Ознакомившись с определением «конкурентоспособность», следует перейти к исследованиям факторов, определяющих конкурентоспособность [4, с. 77].

В этой связи, факторами, определяющих конкурентоспособность организации могут быть события производственной работы организации и социального поведения населения, которые обуславливают существенное регулирование как абсолютных, так и относительных расходов на сам процесс производства, а в итоге уровня конкуренции организации.

В. А. Кондратьев к уже представленным факторам конкурентоспособности организации добавляет существование производственной деятельности, профессионального персонала и маркетинговой службы (рис. 1) [5, с. 196].

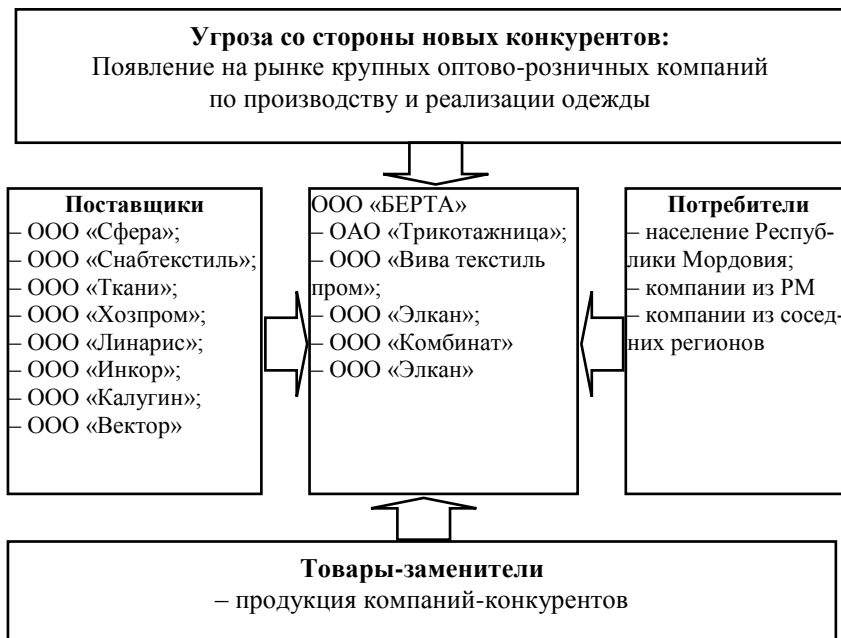


Р и с. 1. Факторы конкурентоспособности по В. А. Кондратьеву

Объектом исследования является ООО «БЕРТА». ООО «БЕРТА» является коммерческой организацией, основная цель которой заключается в предпринимательской деятельности и и извлечение прибыли. Общество может осуществляет следующие виды деятельности и:

- оптовую и розничную торговлю постельным бельем;
- оптовую и розничную торговлю детским бельем;
- оптовую и розничную торговлю бельем для взрослых людей.

Проведем сравнительный анализ конкурентов ООО «БЕРТА», построив Модель М. Портера (рис. 2).



Р и с. 2. Модель М. Портера ООО «БЕРТА»

Помимо факторов, представляющих макросреду, важной составляющей внешней среды ООО «БЕРТА» является его микроокружение – факторы и субъекты рынка, с которыми исследуемая компания имеет непосредственные отношения и которые оказывают влияние на ее конкурентоспособность. Основными из них являются потребители, конкуренты, поставщики.

В процессе осуществления реализации продукции основным потребителям исследуемая компания стремится улучшить свою рыночную долю в сравнении с основными конкурентами (табл. 1).

Таблица 1

**Изменение рыночной доли ООО «БЕРТА»
и основных конкурентов в РМ за 2016-2020 гг.**

Компании	2016	2017	2018	2019	2020	Изменение рыночной доли в 2020 к 2016, %
ОАО «Трикотажница»	8,9	9,0	9,2	9,4	9,5	0,6
ООО «Вива текстиль пром»	5,6	5,5	6,3	6,5	6,7	1,1
ОАО «Комбинат»	26,8	27,1	27,4	28,8	29,0	2,2
ООО «Элкан»	27,1	28,4	29,9	30,1	31,2	4,1

Компании	2016	2017	2018	2019	2020	Изменение рыночной доли в 2020 к 2016, %
ООО «Рузаевская Фабрика РВ»	19,1	20,2	20,8	22,7	23,0	3,9
Прочие производители	12,5	9,8	6,4	2,5	0,6	11,9
Итого	100	100	100	100	100	–

Из табл. 1 следует, что ООО «БЕРТА» увеличил свою рыночную долю за 2016-2020 гг. на 3,9 %. Кроме того, оно занимает 3-е место на рынке РМ по реализации одежды с рыночной долей в 2020 году 23,0 %.

Также оценить эффективность конкурентных позиций ООО «БЕРТА» можно посредством оценки изменения количества крупных покупателей, которым отгружается продукция, т. е. если количество крупных покупателей растёт, то рыночные позиции компании укрепляются (табл. 2).

Таблица 2

Динамика изменения количества крупных покупателей ООО «БЕРТА» за 2018-2020 гг.

Количество крупных покупателей ООО «БЕРТА»	2018	2019	2020	Изменение за 2018–2019		Изменение за 2019–2020	
				(+, –)	%	(+, –)	%
1. Количество крупных покупателей которым уже реализуется продукция, ед.	126	141	161	+15	+111,9	+20	+127,7
2. Количество новых крупных покупателей продукции, ед.	15	21	29	+6	+140	+8	+193

При этом можно выделить ряд причин, снижающих эффективность конкурентоспособность ООО «БЕРТА», во-первых, увеличением количества конкурирующих компаний, во-вторых, конкуренты могут предлагать более широкий ассортимент, в-третьих, конкуренты (частные предприниматели на потребительских рынках) изменяют цены в зависимости от платежеспособности потребителей, в-четвертых, потребителей не всегда устраивает качество некоторых видов продукции компании. Недостатком прямого метода сбыта можно назвать рост расходов (например, материальные и коммерческие расходы, др.).

В связи с этим, одним из основных направлений совершенствования конкурентоспособности ООО «БЕРТА» является дальнейшее снижение расходов прямого канала сбыта, путем повышения

объемов реализации и оптимизации расходов на реализацию продукции.

Продукция компании поставляются во многие районы РМ. Такую географию рынков сбыта компания завоевала, прежде всего, высоким качеством реализуемой продукции, применением современных технологий в области реализации продукции и последующей ее обработке.

Таким образом, оценка конкурентоспособности ООО «БЕРТА» показала следующее: компания реализует свою продукцию через прямой и косвенный каналы сбыта. Показатели реализации продукции ООО «БЕРТА» недостаточно высокие, что требует оптимизации сбытовой деятельности в рамках дальнейшего повышения конкурентоспособности. Также для дальнейшего роста объемов реализации продукции ООО «БЕРТА» должна быть направлена на расширение географии потребителей, поиск более крупных потребителей. Причем у компании еще много перспектив в этой области на рынках нашей республики, есть неохваченные регионы, доля на некоторых очень мала.

Учитывая характер реализуемой продукции, нарастающую конкуренцию, можно сделать вывод, что руководство ООО «БЕРТА» необходимо уделить должное внимание повышению конкурентоспособности компании, а отделу продаж необходимо совершенствовать все элементы сбытовой деятельности, поскольку затраты могут приносить действенный эффект только в случае непрерывного воздействия на целевой рынок.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina // Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. С. 1171–1178.
2. *Скворцова, М. А.,* Малясова М. М. роль внешней среды торгового предприятия и ее влияние на конкурентоспособность // Сборник научных статей по материалам научно-практической конференции преподавателей и студентов «Экономика и управление: вызовы, проблемы перспективы» Москва, 24 апреля 2020. С. 19–23.
3. *Бочкарева, О.А.* Анализ отдельных составляющих потенциала конкурентоспособности предприятий. Текст: непосредственный // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2019. № 1. С. 62–67.
4. *Фатхутдинов, Р.А.* Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. Москва: Изд-во ЭКСМО, 2019. 544 с.
5. *Кондратьев, В.А.* Модель управления конкурентоспособностью функционального промышленного кластера // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. № 1. С. 195–202.

УДК 330.342.2

**ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС
И ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА РОССИИ И БЕЛАРУСИ**

**Валерий Федорович Байнев, доктор экономических наук,
профессор**

Белорусский государственный университет

E-mail: baynev@bsu.by

**TECHNICAL AND TECHNOLOGICAL PROGRESS
AND TECHNOLOGICAL SAFETY
OF THE UNION STATE OF RUSSIA AND BELARUS**

Baynev Valeriy Fedorovich, Doctor of Economics, Professor
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В условиях четвертой индустриальной революции технологическая безопасность государства выступает ключевым фактором его экономической и, соответственно, национально безопасности. В связи с этим актуализируются задачи политико-экономического исследования технологического прогресса и анализа его нынешней фазы, связанной с цифровой индустриализацией экономики и социума. На основе данного анализа выявлены проблемы обеспечения технологической безопасности Союзного государства России и Беларуси, а также определены направления ее обеспечения в нынешних условиях осложнения мировой политико-экономической ситуации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: технико-технологический прогресс, индустриализация, четвертая индустриальная революция, шестой технологический уклад, технологическая безопасность.

In the conditions of the fourth industrial revolution, the technological security of the state is a key factor in its economic and, accordingly, national security. In this regard, the tasks of the political and economic study of technological progress and the analysis of its current phase associated with the digital industrialization of the economy and society are being updated. Based on this analysis, the problems of ensuring the technological security of the countries of the Union State of Russia and Belarus are identified, as well as the directions for its provision in the current conditions of the complication of the world political and economic situation.

Key words: technological progress, industrialization, fourth industrial revolution, sixth technological mode, technological security.

Сегодня много говорят о цифровизации экономики и социума. К сожалению, до самого последнего времени, когда в России и Беларуси всецело господствовала идеология нашего «вхожденчества в западную цивилизацию», под цифровизацией подразумевался

преимущественно процесс массового импорта произведенных в технологически развитых державах цифровых технических устройств (микроэлектронных компонентов, компьютеров, средств телекоммуникаций и т.п.) и оснащения ими всех сфер жизнедеятельности современного общества.

Беспрецедентное санкционное давление западных стран на Россию и Беларусь показало, что оказываемое на нас технико-технологическое эмбарго имеет своей главной целью подрыв технологической, а значит, экономической и национальной безопасности наших стран. В связи с этим до предела актуализируются задачи:

а) политико-экономического исследования технико-технологического прогресса в целом и анализа его нынешней фазы, связанной с цифровой индустриализацией экономики и социума, в частности;

б) выявления нынешних проблем обеспечения технологической безопасности Союзного государства России и Беларуси, обусловленных резким осложнением геополитической обстановки вокруг наших стран, включая оказываемое на них санкционное давление и развертывание Западом боевых действий в непосредственной близости от наших границ;

в) верификации концептуальных основ обеспечения технологической безопасности России и Беларуси с учетом указанных выше условий, а также определения основных направлений и мер ее обеспечения.

Прежде всего, следует отметить, что набирающая силу прямо на наших глазах цифровая трансформация является всего лишь очередным этапом (продолжением) начавшейся в XVII–XVIII веке индустриализации, понимаемой в качестве ключевого этапа технико-технологического прогресса цивилизации как процесса производства все более и более современных технических устройств и оснащения ими всех сторон жизнедеятельности человека [1, 2, 3].

Изучение эволюции земной цивилизации с этой точки зрения позволяет выделить два принципиально различных периода ее технико-технологического развития (прогресса) – доиндустриальный и индустриальный этапы развития человечества (таблица) [4, 5].

Прежде, чем раскрыть сущность выделенных периодов, введем несколько ключевых определений. Так, под техническим устройством (техникой) следует понимать созданный человеком материальный объект (артефакт), который он помещает между собой и преобразуемой в экономические блага материей в форме вещества и (или) поля.

При этом все технические устройства делятся на две большие группы:

1) простые технические устройства, использующие не преобра-

зованную природную энергию (отвертка, лопата, топор, грабли, гужевая повозка, ветряная мельница, водяная мельница, парусное судно и т. д.);

2) сложные технические устройства – машины и аппараты, преобразующие природную энергию из одного ее вида в другой (паровоз, пароход, автомобиль, троллейбус, трактор, прокатный стан, прожектор, телевизор, радиостанция, компьютер и т. д.).

Периоды, этапы и фазы технико-технологического прогресса цивилизации

Периоды и этапы технико-технологического прогресса (его примерные исторические рамки)		Этапы и фазы индустриализации (характерные технические устройства)		Базовый вид природной энергии	Политико-экономическое предназначение техники
Доиндустриальный период – первый технологический уклад (до первой половины XVIII в.)		Доиндустриальный этап (простые технические устройства: ручные орудия труда, гужевой транспорт, парусное судно, ветряная и водяная мельницы и т.п.)		Непреобразованная природная энергия, в том числе мускульно-двигательная энергия людей и животных	Повышение производительности труда за счет его облегчения
Индустриальный период	Первая индустриальная революция – второй технологический уклад (XVIII-XIX вв.)	Энергетическая индустриализация	Теплоэнергетическая фаза (тепловые машины и аппараты – теплотехника: паровой двигатель, отопительная печь, керосиновая лампа и т.п.)	Тепловая энергия сжигаемого топлива	Рост производительности труда человека на основе механизации через замещение его мускульно-двигательных функций тепловыми машинами, а также расширение производственных возможностей тепловыми аппаратами
	Вторая индустриальная революция – третий технологический уклад (конец XIX – первая половина XX вв.)		Электроэнергетическая фаза (электротехнические машины и аппараты – электротехника: электродвигатель, электролампа,	Силовое (энергетическое) электричество	Рост производительности труда человека на основе электрификации через замещение его мускульно-двигательных функций электротехническими машинами, а также

		электронагреватель, электролизер и т. п.)		расширение его производственных возможностей электроаппаратами
Третья индустриальная революция – четвертый-пятый технологические уклады (вторая половина XX – начало XXI вв.)	Информационная индустриализация	Информационно-коммуникационная фаза (электронные машины и аппараты – электроника: ЭВМ (вычислительный процессор), радио, телевидение и т.п.)	Информационное электричество	Рост производительности труда человека на основе информатизации через замещение его отдельных интеллектуальных функций, а также расширение его производственных возможностей электронными аппаратами.
Четвертая индустриальная революция – шестой технологический уклад (с первой половины XXI в.)		Информационно-интеллектуальная фаза (микропроцессор (микроконтроллер), цифровые электронные машины и аппараты с искусственным интеллектом – цифровая интеллектуальная)	Интеллектуальное электричество	Масштабное замещение физического и интеллектуального труда человека, включая его когнитивные, творческие способности.

При этом под машиной следует понимать техническое устройство, которое: а) потребляет стороннюю (то есть такую, источником которой является не человек) природную энергию; б) преобразует ее из одного вида в другой; в) замещает те или иные мускульно-двигательные и (или) интеллектуальные способности (труд) человека.

Так, к машинам относятся автобус, эскалатор, подъемный кран, локомотив, электронно-вычислительная машина (ЭВМ) и т.д. Аппаратом же следует считать техническое устройство, которое а) потребляет стороннюю природную энергию; б) преобразует ее из одного вида в другой; в) не замещает труд (способности, функции) человека, поскольку реализует процессы, которые человек принципиально не может осуществить без применения техники. При-

меры аппаратов – электрокамин, фонарь, эхолокатор, электролизер, сварочный аппарат и т.п.

Поначалу индустрию полностью отождествляли с промышленностью. Позднее индустрией стали именовать промышленный сектор, использующий, а затем – продуцирующий технику, в том числе для других секторов и отраслей.

Таким образом, индустриализация – это процесс оснащения техническими устройствами ключевых сфер жизнедеятельности человека. В результате в наши дни, говоря об индустрии, имеют в виду любую сферу национальной экономики, которая будучи оснащена высокопроизводительной техникой позволяет осуществлять массовое производство экономических благ (индустрия моды, питания, красоты, туризма и т.д.).

Таким образом, доиндустриальный период развития цивилизации – это такой этап ее развития, который характеризуется господством простых технических устройств, функционирующих на основе необработанной природной энергии. Индустриальный период связан с производством и массовым использованием сложных тепловых, электротехнических, электронных, цифровых интеллектуальных технических устройств, фундаментальное предназначение (миссия) которых заключается в повышении производительности труда человека через замещение (высвобождение, экономию) его мускульно-двигательной и интеллектуальной энергии [6].

В зависимости от видов используемой техники и приводящей ее в действие энергии индустриальный период, в свою очередь, делится на охарактеризованные в таблице этапы и фазы, в том числе:

- этап энергетической индустриализации, включающий в себя тепло- и электроэнергетическую фазы;

- этап информационной индустриализации, делящийся на информационно-коммуникационную и нынешнюю информационно-интеллектуальную фазы.

Исходя из иллюстрируемой таблицей логики технико-технологического прогресса, сегодня человечество вступает в современную информационно-интеллектуальную фазу индустриализации, которую упрощенно именуем цифровизацией экономики и социума.

Данная фаза связана с массовым продуцированием и повсеместным использованием машинной и аппаратной техники, управляемой цифровыми микропроцессорами и микроконтроллерами, которые на основе технологий промышленного интернета имеют возможность взаимодействовать друг с другом.

Благодаря указанному взаимодействию современные цифровые технические устройства позволяют не только замещать мускульно-двигательную энергию человека, но и выполнять многие свои собственные ему интеллектуальные, в том числе творческие функции.

Как известно, продуцирование техники и ее поставку в прочие сферы жизнедеятельности человека осуществляет индустриально-промышленный комплекс, его состояние и уровень развития всецело определяют уровень технологичности, а значит, конкурентоспособности национальной экономики (рисунок).



Индустриально-промышленный комплекс как фактор технологической безопасности и конкурентоспособности национальной экономики [5, с. 126]

Таким образом, осуществленный нами политико-экономический анализ сущности технико-технологического прогресса и его нынешней связанной с цифровой индустриализацией, фазы позволил прийти к следующим выводам:

1) под технологической безопасностью социально-экономической системы следует понимать такое ее состояние, при котором она может сколь угодно длительное время поддерживать уровень своей технологичности, обеспечивающий ей достаточную конкурентоспособность как возможность обеспечивать себя необходимыми для выживания и развития ресурсами в условиях активного противодействия со стороны конкурентов. Заметим, что сегодня нами разработаны методологические и методические основы, позволяющие объективно оценивать уровень технологичности экономических систем. В частности, согласно нашим расчетам, уровень технологичности белорусской экономики в 2020 году составлял значение 3,51 (по шкале от 1 до 6 по числу выделяемых отечественной наукой технологических укладов), что соответствует средне технологичной экономике низкого уровня и заметно уступает аналогичным показателям лидеров технико-технологического прогресса;

2) технологическая безопасность – важная составная часть конкурентоспособности, а значит, экономической и национальной безопасности государства, во многом определяемая состоянием

его индустриально-промышленного комплекса, производящего и поставляющего во все сферы экономики и социума современные технические устройства, которые собственно и реализуют прогрессивные (передовые) технологии. В связи с этим формирование и осуществление согласованной промышленной политики в рамках Союзного государства России и Беларуси и ЕАЭС выступает ключевым аспектом национальной безопасности входящих в указанные союзы стран [7];

3) в нынешних условиях технико-технологического эмбарго для Союзного государства России и Беларуси актуализируется опережающее развитие прогрессивных технических средств производства, используемых для продуцирования требуемых людям экономических благ. Это означает, что стратегическим приоритетом для наших стран должна быть официально определена новая (цифровая) индустриализация как процесс производства современных технических устройств и массового оснащения ими всех сфер жизнедеятельности человека. При этом ключевая роль в ее осуществлении должна быть придана станкостроению и машиностроению, а также способствующих их развитию видов экономической деятельности (исследования и разработки, электроника, приборостроение, металлургия, производство полимеров и т. п.);

4) первостепенное внимание при осуществлении новой (цифровой) индустриализации необходимо уделить развитию (возрождению) отечественной микроэлектронной промышленности, поскольку подавляющее большинство современных технических устройств имеет цифровое управление на основе использования микропроцессоров (микроконтроллеров). Как известно, в рамках объявленного России и Беларуси технологического эмбарго западные страны наложили запрет сначала на поставки технологического оборудования для производства микроэлектронных устройств, а затем и самих этих устройств – микропроцессоров и микроконтроллеров. В связи с этим у нас обозначилась острейшая потребность в развитии производства современного технологического оборудования для изготовления полупроводниковых приборов, которое и должно быть обозначено в качестве главного приоритета обеспечения технологической безопасности Союзного государства России и Беларуси;

5) новая (цифровая) индустриализация требует благоприятных для инновационной деятельности макроэкономических условий, прежде всего, стимулирующей технико-технологический прогресс денежно-кредитной политики, которая в России и Беларуси, к сожалению, не вполне соответствует масштабу и сложности возникших в последние годы проблем. Приведение макроэкономических условий хозяйствования (целевая денежная эмиссия под осу-

шествление национальных проектов по технико-технологической модернизации экономики, бюджетно-налоговые и кредитные преференции высокотехнологичным промышленным производствам и т. п.) в соответствии требованиям осуществления новой (цифровой) индустриализации должно стать целевым ориентиром деятельности руководства Союзного государства России и Беларуси.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глазьев, С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М.: ВлаДар, 1993. 310 с.
2. Глазьев, С.Ю. Рынок в будущее. Россия в новых мирохозяйственном и технологическом укладах. М.: Книжный мир, 2018. 768 с.
3. Губанов, С.С. Державный прорыв. Неоиндустриализация России и вертикальная интеграция. М.: Книжный мир, 2012. 224 с.
4. Байнев, В.Ф. История экономики знаний: технико-технологический и политико-экономический анализ. Минск: Право и экономика, 2020. 158 с.
5. Чжан, Б., Байнев В.Ф. Промышленный и технико-технологический прогресс Китая: китайская цивилизация на пути к экономике знаний. Минск: Право и экономика, 2021. 290 с.
6. Ельмеев, В.Я. Социальная экономия труда: общие основы политической экономии. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. 576 с.
7. Гурский, В.Л. Организационно-экономический механизм согласования промышленной политики государств-членов ЕАЭС. Минск: Белорусская наука, 2019. 321 с.

УДК 338

ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Татьяна Анатольевна Девяткина, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: t.a.devyatkina@ruc.su

CONSEQUENCES OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

Tatiana Anatolyevna Devyatkina, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье проведено исследование особенностей возможных последствий пандемии COVID-19 на состояние экономики России, а также рассматри-

ваются основные направления, нацеленные на поддержку экономического роста.

К л ю ч е в ы е с л о в а: последствия COVID-19, экономический кризис, экономическое развитие, экономика.

This article examines the features of the possible consequences of the COVID-19 pandemic on the state of the Russian economy, and also examines the main directions aimed at supporting economic growth.

K e y w o r d s: consequences of COVID-19, economic crisis, economic development, economy.

Коронавирусная инфекция, с которой столкнулось все человечество, уникальна, масштабна и не предсказуема. Как показывает практика, пандемия COVID-19 затронула абсолютно все сферы нашей жизни. Вместе с этим, невозможно не подчеркнуть, что Россия оказалась наиболее подготовленной к возникшему потрясению по сравнению с подавляющим большинством стран мира, в частности, относящимся к экономически развитым.

Невысокий уровень внешнего государственного долга, накопления финансовых ресурсов Фонда национального благосостояния помогло значительно сгладить негативное влияние возникшей экономической ситуации, в том числе в части сохранения стабильного уровня устойчивости национальной валюты.

Пик пандемии в России пришелся на весну 2020 года, ведь именно в это время были реализованы меры для борьбы с COVID-19, а именно: закрытие границ РФ, транспортное сообщение сведено до минимума, приостановлена работа предприятий и организаций, закрытие детских площадок и парков, объявление самоизоляции, в связи с чем, большинство людей осталось без средств к существованию и уровень безработицы в России достиг своего максимума.

Таким образом, ограничительные меры оказали колоссальное влияние на следующие отрасли: авиаперевозки, культура, спорт, туризм, гостиничный бизнес, сфера образования, бытовые услуги, отдельные области в здравоохранении, розничная торговля и иные. Вместе с тем, в целях поддержки экономики государством были приняты следующие меры: кредитные каникулы, льготные кредиты, налоговые льготы, льготы по арендным платежам, субсидии для частичной компенсации потерь некоторых предприятий, и иные виды поддержки различных уровней. Даже учитывая вышеперечисленные меры, многие организации не смогли справиться с условиями реалити и ликвидировались. Особо актуальным становится обеспечение безопасности финансовой безопасности хозяйствующих субъектов [1].

В нынешней атмосфере неопределенности и непредсказуемости, когда споры о постпандемичном мировом порядке разгораются снова и снова, ситуация в мировой экономике не выглядит более обнадеживающей. Уровень мировой экономики разделился на

«До и после пандемии», которая затронула все страны мира. Согласно данным Всемирного банка, ведущие экономики мира сократили уровень ВВП по ПСС в текущих ценах в разы после глобальной пандемии (таблица).

Уровень ВВП по ПСС ведущих стран мира в 2019-2020 гг., млрд. долл.

Страна	2019 год	2020 год	Изменение, %
Китай	23460	24162	2,99
США	21374	20807	-2,65
Индия	9612	8681	-9,69
Япония	5459	5236	-4,08
Германия	4660	4454	-4,4
Россия	4282	4021	-6,06

Исходя из данных в таблице, наибольшее падение ВВП по ПСС пришлось на Индию и составило 9,69% в 2020 г. Несмотря на положительную динамику ВВП по ППС в Китае на 2,99% в 2020 г. по сравнению с 2019 г. это является негативным фактором, поскольку за последние 5 лет положительная динамика минимального значения достигала в 2015 г. и составила 3,95%, когда с 2016 по 2019 г. средняя положительная динамика составляла 7%.

ВВП в текущих ценах в РФ с 2019 по 2020 гг. имел отрицательную динамику и сократился с 109241,5 млрд. руб. в 2019 г. до 106967,5 млрд. руб. в 2020 г., т.е. на 2274 млрд. руб. Сокращение ВВП в текущих ценах говорит о том, что в экономике России наблюдается экономический спад, который связан с ограничительными мерами, введенными в связи с пандемией COVID-19.

Правительство Российской Федерации определило перечень наиболее пострадавших от коронавируса отраслей экономики. К ним относятся: авиа- и автотранспорт, аэропортовая деятельность, культура, организация досуга и развлечений; физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт; туризм; гостиничный бизнес; общепит; образование; организация конференций и выставок; оказание бытовых услуг населению; стоматология; розничная торговля непродовольственными товарами; СМИ и производство печатной продукции [3].

Говоря о экономическом развитии РФ, эксперты и аналитики указывают на различные варианты развития экономической ситуации и процессов, среди которых можно выделить разрушение партнёрских взаимоотношений России с другими странами (следствие трансформации микро- и макроэкономических процессов), возможность недополучения финансовых ресурсов в государственный бюджет. Третья тенденция – отток капитала из страны и,

наконец, ужесточение различного рода государственных мер в отношении населения и бизнес-единиц. Немаловажным является, с другой стороны, снижение доверия бизнеса к органам государственной власти.

Если же говорить о трендах социально-экономического и общественного развития, то их можно выделить несколько:

1. Корректирование функционирования рынка рабочей силы. Здесь немаловажным являются такие тенденции, с одной стороны, как сокращение оплаты труда [3], а с другой – переход на новые формы взаимодействия, в том числе сопряжённые со стремительным развитием цифровых технологий и дистанционных форматов организации рабочих процессов.

2. Дистанцирование персонала от мест работы формирует и несколько иной вектор развития городов и процессов урбанизации. Можно в определённой степени сказать, что система достигла пика своего развития, и в настоящее время стал наблюдаться процесс деурбанизации, когда престижным становится проживание не в центре городов, а в более экологических районах за пределами мегаполиса с одновременной работой на дистанте.

3. Сложившееся положение вещей в сфере здравоохранения во многих странах будет требовать пересмотра подходов не только к процессам подготовки медицинского персонала, но и ко всем процессу организации медицинского обслуживания. Ведь примечательным является и то, что отрасль столкнулась с беспрецедентной на первых порах нехваткой средств индивидуальной защиты, а также дезинфектантов. Немаловажным является и пересмотр процессов изготовления вакцин и проведения серьёзных исследований в области иммунологии, вирусологии и т.п.

4. Изменение отношения правительств государств к изменениям в климате и переходу на концепцию зелёной экономики. Безусловно, даже тот факт, что в период карантина наблюдалось резкое улучшение окружающей среды в условиях снижения промышленной нагрузки на биоту и атмосферу, может косвенно свидетельствовать о негативном антропогенном влиянии деятельности человека и не радужных перспективах в части загрязнения окружающей среды.

В случае отсутствия принятия соответствующих мер и стратегий, продолжающееся негативное воздействие на природу может привести к точке невозврата и ставить под угрозу сам факт жизни на земле. В этой связи ряд стран

принимают инновационные экономики воспроизводства и рециклинга. К подобным концепциям, например, можно отнести концепцию «пончиковой экономики», изложенной в исследовании Кейт Раворт [4].

Теория пончиков, конечно же, поддерживает круговую экономику, переработку, найм услуг, а не покупку товаров, маркетинг товаров длительного пользования и наконец запланированного устаревания, управление «общим достоянием».

Ссылаясь на мнение уважаемых экспертов и аналитиков, можно сделать вывод, что вся ситуация обернется для России в так называемые 5 «потрясений» [5].

Первое «потрясение» представляет из себя отрицательное влияние пандемии на макро- и микроэкономические процессы, что может вылиться в разрушение внешнеэкономических отношений между Россией и странами-партнерами.

Второй вариант развития событий несет в себе потенциал на более разрушительные последствия, ибо, как уже упоминалось ранее, социальные и экономические эффекты от пандемии дополняются падением цен на нефть, а так называемой особенностью нашей страны является прямая зависимость пополнения государственного бюджета от реализации продаж нефти на мировых рынках.

Третье «потрясение» можно кратко охарактеризовать оттоком капитала из страны. Эксперты утверждают, что уже не раз за историю во время кризисных событий, протекающих на территории России, происходит уход капитала в другие страны с более устойчивой экономикой.

Не стоит недооценивать четвертый возможный сценарий – усиление ограничительных мер со стороны государства для населения и бизнес-сферы, соответственно. В подобных условиях полной изоляции и ограничительных мер касательно передвижения товаров, закономерностью является понижение всех активностей, в том числе инвестиционной, предпринимательской, покупательской.

Пятым и параллельно одним из самых серьезных «потрясений» аналитики считают низкий уровень доверия между предпринимателями и органами государственной власти, что несет под собой некую неопределённость в бизнес-среде.

Мировой кризис, войны, пандемия в определенной мере несут в себе как угрозу, так и определенные возможности для дальнейшего развития. Поэтому, для дальнейшего развития страны в постпандемический период крайне необходимо принимать неотложные меры по поддержке экономики.

Президент РФ В.В. Путин в своем обращении 25 марта 2020 года сделал акцент на ряде мер, нацеленных на поддержку экономического роста в условиях распространения коронавирусной инфекции в России. Эти меры обозначены четырьмя направлениями [6].

Первое направление: подразумевает обеспечение товарами первой надобности и поддержку населения.

Второе направление: подразумевает поддержку отраслей экономики, подверженных особому риску.

Третье направление: подразумевает поддержку малого и среднего бизнеса.

Четвертое направление: подразумевает введение общесистемных мер.

Независимо от всех принятых мер, в настоящее время очень трудно понять реальные масштабы и последствия от COVID-19 для экономики России. Как наша страна в долгосрочной перспективе перенесет эту пандемию, наверное, покажет только время.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Зотова, Е.В.* Финансовая безопасность - основа функционирования хозяйствующего субъекта // Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук. материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т., 2017. С. 373–375.

2. Какие отрасли экономики признаны наиболее пострадавшими от пандемии? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pravo.ru/news/220243/>.

3. *Дмитриева, А.Д.* Экономические последствия эпидемии COVID-19 // Молодой ученый. 2020. № 24 (314). С. 174–177.

4. *Кейт Раворт.* Ключевые идеи книги: Экономика пончика: семь способов мыслить как экономист XXI века. – М.: Смарт Ридинг. Цифровая аудиокнига, 2021.

5. Экономике России ждут пять шоков в результате пандемии коронавируса /NEWS// [электронный ресурс]. <https://www.newsru.com/finance/09apr2020/rus5shocks.html>.

6. План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции / Минэкономразвитие РФ/[электронный ресурс]. - <https://www.economy.gov.ru/material/news/>.

УДК 336.146

**МИРОВОЙ ОПЫТ АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ**

Надежда Викторовна Демяшкина, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: demyashkina.nadya13@mail.ru

**WORLD EXPERIENCE IN ANALYSIS AND CONTROL
OF THE EFFICIENCY OF THE USE OF BUDGET FUNDS**

Nadezhda Viktorovna Demyashkina, Master's Degree student
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В научной статье представлены результаты исследования мирового опыта анализа и контроля эффективности использования бюджетных средств. Актуальность выбранной проблематики обусловлена необходимостью поиска инструментов и механизмов, способных повысить эффективность использования бюджетных средств на примере государственного бюджета Российской Федерации. Проведен обзор обеспечения эффективности использования бюджетных средств различными странами.

К л ю ч е в ы е с л о в а: бюджетные расходы; государственный бюджет; бюджетные средства; использование бюджетных средств; эффективность бюджета.

The scientific article presents the results of a study of world experience in the analysis and control of the effectiveness of the use of budgetary funds. The relevance of the chosen problem is due to the need to search for tools and mechanisms that can improve the efficiency of the use of budgetary funds on the example of the state budget of the Russian Federation. A review was made of ensuring the efficiency of the use of budgetary funds by various countries.

К e y w o r d s: budget spending; the state budget; budget resources; use of budget funds; budget efficiency.

Одним из главных аспектов устойчивого функционирования государства является грамотная бюджетная политика, позволяющая эффективно управлять бюджетной системой. Бюджетная политика имеет повышенный уровень актуальности в периодах, когда национальная экономическая система сталкивается с кризисными макроэкономическими и микроэкономическими процессами.

Актуальность научного исследования на выбранную проблематику «мировой опыт анализа и контроля эффективности использования бюджетных средств» обусловлена необходимостью поиска

инструментов и механизмов, способных повысить эффективность использования бюджетных средств на примере государственного бюджета Российской Федерации.

По этой причине, целью научной работы выступает проведение исследования характеристики и особенностей мирового опыта анализа и контроля эффективности использования бюджетных средств. Для этого необходимо решение следующих задач:

- рассмотрение характеристики бюджетирования, ориентированного на результат;
- обзор подходов к обеспечению эффективности использования бюджетных средств различными странами;
- рассмотрение характеристики принципов концепции «нового государственного финансового менеджмента».

Повышение эффективности использования и расходования бюджетных средств федерального бюджета России является одной из главных задач в совершенствовании бюджетной политики государства.

Решение данной проблематики позволит увеличить эффективность функционирования всего сектора общественных финансов, обеспечивая стимулы социально-экономического развития [1].

Анализируя зарубежный опыт и практику в анализе и контроле эффективности использования бюджетных средств, стоит отметить, что главным направлением совершенствования данного механизма выступает применение принципов бюджетирования, ориентированного на результат.

В мировой практике бюджетирование, ориентированное на результат, давно и успешно применяется. Пионерами в области данного механизма использования бюджетных средств являются США, Новая Зеландия, Австралия, Нидерланды, Великобритания и Швеция. Позже всех на модель бюджетного планирования, ориентированного на результат, стали переходить Франция и Германия [2].

Наиболее эффективное использование принципов бюджетирования, ориентированного на результат, в бюджетной системе Великобритании, показатели экономической и социальной эффективности использования средств бюджета которой на максимально высоких значениях.

Бюджетное планирование расходов государственного бюджета Великобритании начинается с разработки стратегического плана развития государства. Устанавливаются национальные приоритеты, интересы и ценности на долгосрочный период социально-экономического развития. Исходя из этих приоритетов и ценностей определяются наиболее важные статьи расходов бюджетных средств.

Стратегический план Великобритании включает в себя установку целевых показателей и ориентиров, которые необходимо достигнуть при помощи выделения бюджетного финансирования на важные статьи расходов средств государственного бюджета. Каждое министерство обязали разрабатывать стратегический план (минимум на пять лет) и план работы на год. При этом должно происходить разбитие целей и стратегических задач бюджетного финансирования не только на уровне государства, но и на уровне региональных субъектов и муниципальных образований.

Практика внедрения принципов бюджетирования, ориентированного на результат, в таких странах, как США, Австралия и Новая Зеландия, отражает наиболее общие характеристики бюджетирования в среднесрочной, а не долгосрочной перспективе. Характеристики выступают [3]:

1. Система индикаторов и необходимость предоставления информации не закрепляются законом, однако существуют профессиональные объединения, рекомендации которых строго и неукоснительно выполняются всеми субъектами общественных финансов.

2. Все отчеты по системе индикаторов являются открытыми и публикуются в СМИ

3. Установленные системы индикаторов служат формой отчетности администраций перед населением.

4. Результаты расчетов индикаторов эффективности и результативности бюджетных средств используются при планировании и бюджетировании на следующий период.

Помимо бюджетирования, ориентированного на результат, есть другая форма анализа и контроля использования бюджетных средств под названием «NPFM», которая расшифровывается как новый государственный финансовый менеджмент. Данный метод зачастую используется странами Западной и Центральной Европы.

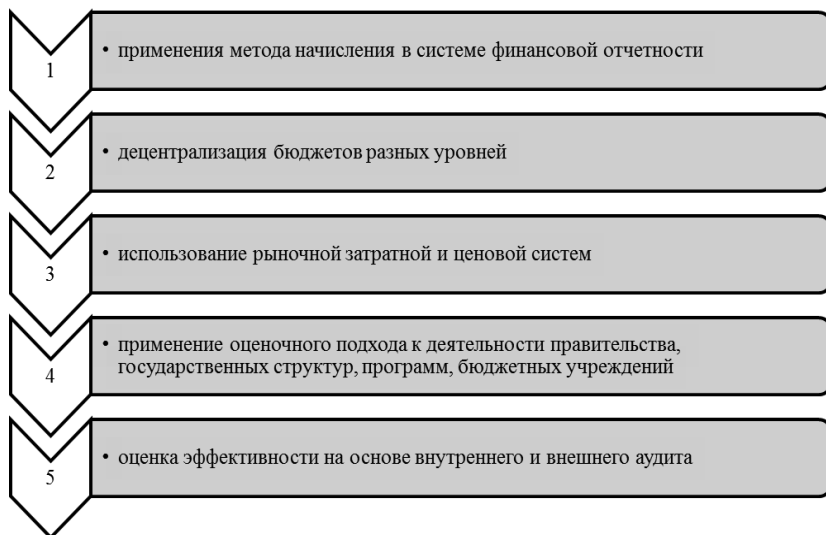
Применение модели нового государственного менеджмента началось в 1980-х гг. и предполагало:

- реализация прав всех участников бюджетного процесса;
- повышение прозрачности финансовой отчетности и увеличение подотчетности всех участников бюджетного процесса.

В основе подхода NPFM лежат пять ключевых компонентов, которые формируют ее как систему анализа и контроля эффективности использования бюджетных средств (см. рисунок 1) [4].

Еще одна модель, которая активно используется в мировой практике при анализе и контроле эффективности использования бюджетных средств – концепция «управление государственными расходами» (PEM). Она используется не столько для контроля всей бюджетной политики государства, сколько для повышения эффективности и прозрачности использования бюджетных

средств, выделяемых для финансирования национальных программ и проектов.



Компоненты эффективности использования бюджетных средств по подходу нового государственного финансового менеджмента

Модель «управления государственными расходами» характеризуется наличием следующих отличий от традиционного подхода к бюджетному регулированию и управлению средствами бюджета:

1. Модель фокусируется на достижение результатов, отражающих эффективность использования бюджетных средств при достижении целей и общих эффектов. Таким образом, ставка делается на достижение результатов при обеспечении социальных потребностей общества.

2. Модель подчеркивает важность наличия правил и принципов, соблюдение которых обязательно с целью достижения положительного эффекта и результата использования бюджетных средств.

3. В рамках этой модели деятельности органов государственной власти обеспечивается через установку целей и миссии, которые должны быть реализованы при помощи эффективного использования бюджетных средств.

Таким образом, мировой опыт анализа и контроля эффективности использования бюджетных средств предполагает использования принципов бюджетирования, ориентированного на результат, внедрение концепции нового государственного финансового ме-

неджмента, а также применения модели «управления государственными расходами».

Заимствование их принципов и концепций позволяют формировать условия для повышения эффективности бюджетных расходов в обеспечении достижения целей социального развития и экономического роста [5].

С целью совершенствования российской системы анализа и контроля эффективности использования бюджетных средств федерального бюджета Российской Федерации необходимо принятие таких решений и мероприятий, как:

- проведение реформы организации бюджетного процесса, ориентированного на повышение эффективности управления государственными и муниципальными финансами;
- использование в организации бюджетного процесса научно обоснованных процедур и инструментов;
- применение новых стандартов учета и отчетности в государственном секторе.

Благодаря вышеперечисленным мероприятиям вероятно обеспечения совершенствования системы анализа и контроля за эффективностью использования бюджетных средств государственного бюджета России.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Каширина, М.В.* Перспективы развития бюджетной системы РФ // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. №4(21). С. 101–103.
2. *Чимаев, М.Т.* Международный опыт применения инструментов эффективного расходования средств федерального бюджета // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2015. № 1. С. 69–73.
3. *Плещеева, О.Н., Крадинов П.Г., Хабаев С.Г.* Зарубежный опыт долгосрочного бюджетного прогнозирования // Бюджет. 2014. № 2. С. 90–94.
4. *Шмиголь, Н.С.* Современные подходы к совершенствованию бюджетного процесса в зарубежных странах // Финансы и кредит. 2015. № 14 (638). С. 55-68.
5. *Зотова, Е.В.* Финансовый контроль при формировании финансовых ресурсов государственных учреждений // Инновационные технологии в кооперативном образовательном процессе. материалы международной заочной научно-практической конференции, посвященной 40-летию Саранского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации. 2016. С. 253–257.

УДК 336.146

**АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ
БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Надежда Викторовна Демяшкина, магистрант
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*
E-mail: demyashkina.nadya13@mail.ru

**ANALYSIS OF THE DYNAMICS AND STRUCTURE
OF BUDGET EXPENDITURES
IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Nadezhda Viktorovna Demyashkina, Master's Degree student
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В научной статье представлены результаты анализа динамики и структуры бюджетных расходов Российской Федерации. Актуальность исследования на выбранную проблематику обусловлена, в первую очередь, необходимостью оценки социальной и экономической эффективности использования бюджетных расходов федерального бюджета страны. В работе установлены тенденции изменения объема бюджетных расходов по основным статьям.

К л ю ч е в ы е с л о в а: бюджетные расходы; структура бюджета; динамика бюджета; государственный бюджет; бюджет России

The scientific article presents the results of the analysis of the dynamics and structure of the budget expenditures of the Russian Federation. The relevance of the study on the selected issue is due, first of all, to the need to assess the social and economic efficiency of the use of budget expenditures of the federal budget of the country. The paper establishes trends in the volume of budget expenditures for the main items.

К e y w o r d s: budget expenditures; budget structure; budget dynamics; the state budget; Russian budget.

Одним из главных аспектов устойчивого функционирования государства является грамотная бюджетная политика, позволяющая эффективно управлять бюджетной системой. Бюджетная политика имеет повышенный уровень актуальности в периодах, когда национальная экономическая система сталкивается с кризисными макроэкономическими и микроэкономическими процессами. Поэтому в 2022 году популярной областью научных исследований и аналитических записок экспертов выступает проведение анализа динамики и структуры бюджетных расходов федерального бюджета Российской Федерации.

Актуальность научного исследования на выбранную проблематику «анализ динамики и структуры бюджетных расходов в РФ» обусловлена, в первую очередь, необходимостью оценки социальной и экономической эффективности использования бюджетных расходов федерального бюджета страны.

По этой причине, целью научной работы выступает проведение анализа динамики и структуры бюджетных расходов Российской Федерации. Для этого необходимо решение следующих задач, как:

- рассмотрение актуальных проблем бюджетной политики России в современный постковидный период;
- анализ динамики и структуры основных статей расходов бюджетных средств федерального бюджета;
- определение направлений и способов обеспечения устойчивости и сбалансированности бюджетной системы России.

Формирование расходов бюджетов, всех уровней бюджетной системы Российской Федерации, базируется на единых методологических основах, нормативах минимальной бюджетной обеспеченности, финансовых затрат на оказание государственных услуг, устанавливаемых Правительством РФ.

Расходы бюджетов в зависимости от их экономического содержания делятся на текущие расходы и капитальные расходы, устанавливаемые экономической классификацией расходов бюджетов РФ [1].

Целью бюджетных расходов является финансовое обеспечение деятельности субъекта РФ по исполнению его функций. Формирование расходов бюджетов всех уровней бюджетной системы Российской Федерации базируется на единых методических основах, нормативах бюджетной обеспеченности, финансовых затрат на оказание государственных услуг.

В 2021 году экономика нашей страны имела трудный период, связанный с последствиями пандемии коронавирусной инфекции. В еще большей степени начали проявляться проблемы регионального управления, которые связаны с увеличением социально-экономического неравенства между регионами и обеспечения финансовой устойчивости муниципальных образований [2].

Обусловлено это, в первую очередь, формированием дефицита бюджетных средств для обеспечения государственной, региональной и муниципальной бюджетной политики. Из-за такой ситуации создаются возможные риски и угрозы дальнейшего обеспечения бюджетных расходов свободными средствами из консолидированного бюджета.

Современное состояние бюджетной системы России требует применение инструментов, направленных на совершенствование регулирования бюджетной областью финансовой политики госу-

дарства. Причиной тому выступают наличие следующих острых проблем, актуальных не только в периоде кризиса пандемии 2020-2021 гг., но и на сегодняшний день [3]:

1. Негативное влияние кризиса пандемии на экономическую безопасность национальной экономической системы и макроэкономической конъюнктуры.

2. Увеличение расходов на социальную политику с целью борьбы против бедности, которая образовалась из-за кризиса пандемии.

3. Увеличение уровня безработицы на рынке труда, что снижает поступление новых доходов в консолидированный бюджет России и требует большего обеспечения выплат по социальным пособиям.

4. Высокий уровень коррупционных преступлений и проявлений коррупции в органах власти, из-за чего неэффективной выступает государственная политика по управлению закупочной деятельностью.

5. Наличие регионального протекционизма и бюджетного федерализма, как фактора неэффективности государственной политики по управлению социально-экономическим развитием регионов (подтверждением данной проблемы является то, что 1,1 трлн рублей федерального бюджета направлены на обеспечение межбюджетных трансфертов, цель которых выравнивание бюджетного неравенства между региональными субъектами России).

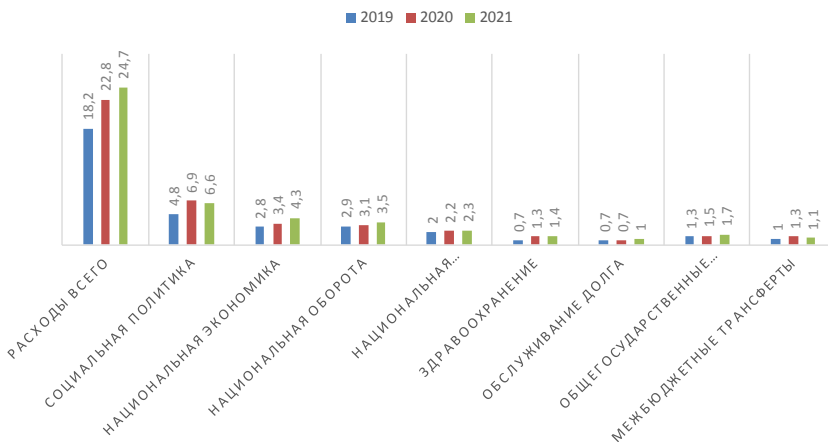
Чтобы проанализировать эффективность бюджетной политики в РФ необходимо провести оценку динамики и структуры бюджетных расходов (рисунок 1).

Нами взят период последних трех лет – с 2019 по 2021 гг. Данные за 2021 год еще предварительные и могут быть изменены, но сами изменения могут оказаться минимальными. Например, за аналогичный период в 2020 году пересмотр показателей федерального бюджета России продемонстрировал рост дефицита бюджетных средств лишь на 4 млрд рублей.

В периоде с 2019 по 2021 гг. общие бюджетных расходы федерального бюджета России увеличились с 18,2 трлн рублей до 24,7 трлн рублей. Основную долю занимают расходы на социальную политику, которые увеличились на 1,8 трлн рублей.

На втором месте идут расходы национальной экономики, которые увеличились на 1,5 трлн рублей до 4,3 трлн рублей.

Расходы по данной статье федерального бюджета включают в себя бюджетное финансирование развития предпринимательства и финансовое обеспечение реализации различных национальных программ и федеральных проектов, направленных на стимулирование интенсивного экономического развития государства.



Динамика и структура расходов федерального бюджета РФ за период 2019–2021 гг., в трлн рублей [4]

Далее идут бюджетные расходы на национальную оборону (рост на 0,6 трлн рублей), а также национальная безопасность (рост на 0,3 трлн рублей). Значительно бюджетные расходы увеличились по статье здравоохранения – произошел двухкратный рост с 0,7 трлн рублей до 1,4 трлн рублей. Рост последней статьи бюджетных расходов в федеральном бюджете РФ, в первую очередь, связан с кризисом пандемии и необходимостью выделения дополнительных средств на обеспечение надежного функционирования и работы учреждений здравоохранения в борьбе с распространением коронавирусной инфекции.

Огромные ресурсы выделяются из бюджета на поддержку малого и среднего бизнеса [5].

Целью долгосрочной бюджетной политики России в постковидный период является обеспечение устойчивости и сбалансированности бюджетной системы и безусловное исполнение принятых обязательств наиболее эффективным способом.

Данная цель будет достигаться через решение следующих задач:

- увеличение доходов бюджетной системы;
- повышение эффективности бюджетных расходов;
- проведение ответственной долговой политики;
- повышение эффективности финансовых взаимоотношений с региональными и местными бюджетами;
- повышение качества внутреннего финансового аудита.

Кроме того, в целях повышения эффективности бюджетных

расходов России можно применять проектный подход. Результатами его практического внедрения будут:

– формирование федерального бюджета с учетом реализации всех национальных проектов, которым необходимо выделять бюджетное финансирование, где каждый рубль средств должен быть обоснованным и целесообразно использованным;

– формирование эффективности бюджетной политики в виде сбалансированности государственного бюджета становится аксиомой;

– оптимизация структуры расходов бюджетов становятся более актуальными, поскольку задача по обеспечению эффективного управления бюджетными расходами становится наиболее важной в рамках бюджетной политики Правительства РФ.

Таким образом, федеральный бюджет РФ – это главный источник финансирования при удовлетворении общественного сектора экономики. Так, бюджетный процесс обеспечивает органы государственной, региональной и муниципальной власти бюджетными средствами, используемых в дальнейшем при предоставлении государственных и муниципальных услуг. Основная доля бюджетных расходов используется с целью реализации социальной политики государства и обеспечения развития национальной экономической системы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1998. № 3. ст. 3823.
2. *Кохан, А.Н.* Исследование формирования и использования доходов и расходов бюджетов регионов / Сборник статей по итогам Всероссийской научно-практической конференции. Тюмень. Стерлитамак: АМИ, 2021. С. 43–48.
3. *Копеин, В.В.* Расходы бюджета региона минерально-сырьевого кластера как критерий финансовой безопасности // Сборник научных статей 6-й Всероссийской национальной научно-практической конференции. 2021. С. 208–210.
4. Статистика федерального бюджета // Минфин РФ. URL: <https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/> (дата обращения: 25.03.2022).
5. *Зотова, Е.В.*, Каргин Ю.И., Дворецкая Т.В. Проблемы развития малого и среднего бизнеса и принимаемые меры по его поддержке на государственном уровне // Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 1 (43). С. 51–55.

УДК 330.4

**БИЗНЕС-АНАЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ
УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ**

**Ирина Викторовна Драгунова, кандидат экономических наук,
доцент**

Наталья Анатольевна Кеняйкина, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: idragunova@ruc.su; st803981@ruc.su

**BUSINESS ANALYTICS AS A TOOL
FOR ECONOMIC RESOURCE MANAGEMENT**

**Irina Viktorovna Dragunova, PhD in Economics, Associate
Professor**

Natalya Anatolyevna Kenyaykina, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Современные условия ведения бизнеса, требуют переработки значительного объема информации, которую необходимо учитывать для формирования оптимальных обоснованных решений. Это приводит к ситуации, когда становится невозможно эффективно управлять экономическими ресурсами компании без использования современных средств информационного обеспечения, а именно, методов, средств и инструментов бизнес-анализа.

К л ю ч е в ы е с л о в а: экономические ресурсы, бизнес-аналитика, бизнес-анализ, цифровизация, инструменты бизнес-аналитики.

Modern business conditions require the processing of a significant amount of information that must be taken into account in order to form optimal informed decisions. This leads to a situation where it becomes impossible to effectively manage the company's economic resources without the use of modern information support tools, namely, methods, tools and business analysis tools.

К e y w o r d s: economic resources, business intelligence, business analysis, digitalization, business intelligence tools.

Современные условия ведения бизнеса, характеризующиеся нестабильностью экономической среды и возрастающей жесткой конкуренцией, предъявляют повышенные требования к оперативности и качеству принимаемых решений на всех уровнях управления экономическими ресурсами.

При этом объем информации, которую необходимо учитывать для формирования оптимальных обоснованных решений, неуклонно растет. Это приводит к ситуации, когда становится невозможно

эффективно управлять экономическими ресурсами компании без использования современных средств информационного обеспечения, а именно, методов и средств автоматизации бизнес-анализа.

Эти технологии бизнес-аналитики, дающие организациям возможность превращать накапливаемые данные в информацию о бизнесе, а затем информацию – в знания для управления бизнесом, объединяются под термином Business Intelligence или BI (бизнес-аналитика) [1].

Бизнес-аналитика, машинное обучение, искусственный интеллект, глубокое обучение, робототехника и облачные технологии произвели революцию в том, как мы смотрим, воспринимаем и обрабатываем информацию. Несмотря на то, что в некоторых из этих передовых областей все еще продолжаются разработки, бизнес-аналитика приобрела статус универсальной для всех функций и секторов.

Переходя к более техническому определению бизнес-аналитики, вполне очевидно, что это практическое применение статистического анализа и технологий бизнес-данных для выявления и прогнозирования тенденций и бизнес-результатов. Например, исследовательская компания Gartner определяет бизнес-аналитику, как «решения, используемые для построения аналитических моделей и симуляций для создания сценариев, понимания реальности и прогнозирования будущих состояний» [2].

Согласно Harvard Business School Online, существует три основных типа бизнес-аналитики:

1. Описательная аналитика: что сейчас происходит в вашем бизнесе? Описательная аналитика использует исторические и текущие данные для описания текущего состояния организации путем выявления тенденций и закономерностей. Это сфера деятельности BI (business intelligence).

2. Прогнозная аналитика: что может произойти в будущем? Прогнозная аналитика — это использование таких методов, как статистическое моделирование и машинное обучение, для прогнозирования будущих результатов.

3. Предписательная аналитика: что нам нужно делать? Предписательная аналитика — это применение тестирования и других методов для рекомендации конкретных решений, которые принесут желаемые бизнес-результаты.

Компания Simplilearn по обучению цифровым навыкам добавляет четвертый метод:

4. Диагностическая аналитика: почему это происходит? Диагностическая аналитика использует аналитические методы для выявления факторов, причин прошлой или текущей производительности [3].

По мнению многих специалистов в области бизнес-аналитика может помочь бизнесу следующими способами [4]:

1. Повышение операционной эффективности за счет повседневной деятельности.
2. Помогает более точно понимать своих клиентов.
3. Предоставление визуализаций данных, которые предлагают прогнозы будущих результатов.
4. Предоставление информации для помощи в принятии решений и планировании на будущее.
5. Измерение эффективности и стимулирование роста.
6. Выявление скрытых тенденций, поиск потенциальных клиентов и помощь в масштабировании вашего бизнеса в правильном направлении.

В условиях цифровизации количество данных, которыми приходится оперировать современным бизнес-аналитикам огромное количество. Очень сложно взять под контроль поток информации, простирающийся через инструменты планирования, цепочку поставок, систему менеджмента клиентов и массу других подсистем. Для этого нужно специализированное программное обеспечение, позволяющее организовать информацию так, чтобы из нее можно было получить полезные цифры и факты, влияющие на развитие бизнеса и прибыль компании.

В этой связи, правильный выбор инструментов бизнес-аналитики позволяет упростить сбор нужных данных и визуализировать их таким образом, чтобы можно было понять, что они означают. Но насколько простым становится этот процесс и как возможно визуализировать данные, зависит от выбранного инструмента бизнес-анализа.

Проведем обзор наиболее «топовых» на сегодняшний день инструментов бизнес-аналитики.

Microsoft Excel и его аналоги.

Подобные приложения достаточно востребованы, таблицам просто нет альтернатив, способных в полной мере заменить их функциональность и удобство.

Аналитики часто используют функцию СУММЕСЛИ (позволяет выполнять расчеты при соблюдении определенных условий в переданных данных), СРЗНАЧ для получения среднего значения, фильтры и опции для формирования графиков.

На рис. 1 представлен пример проведения бизнес-анализа в табличном редакторе.

Trello и аналоги.

Трекеры задач напрямую не связаны с деятельностью аналитиков, но есть два аспекта, в которых они могут быть полезны:

- работа с данными команды: сбор показателей, хранение и

синхронизация задач, наблюдение за показателями компании через призму поставленных и выполняемых целей;

– контроль планов компании, хранение данных, необходимых для решения задач, поставленных непосредственно перед бизнес-аналитиком.



Р и с. 1. Пример бизнес-анализа в табличном редакторе

Базы данных.

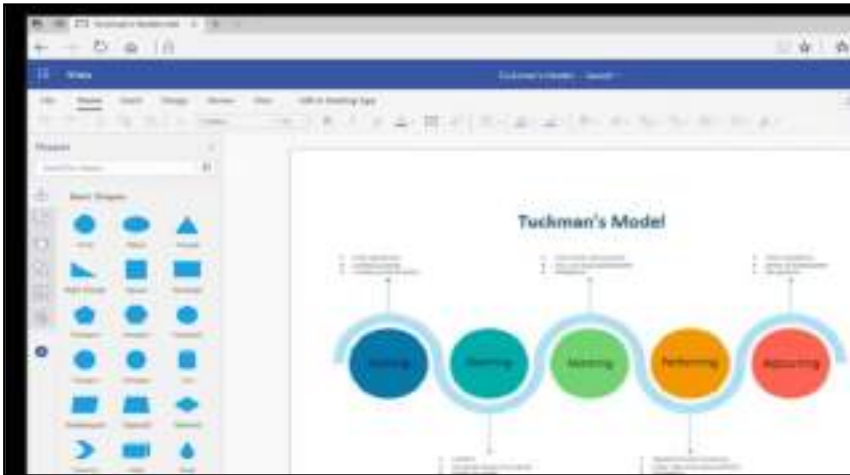
Бизнес-аналитик должен уметь работать с базами данных и знать язык структурированных запросов для выполнения операций в пределах баз данных SQL.

Языки структурированных данных позволяют запрашивать из БД данные по строгим фильтрам. Например, можно получить информацию в разрезе «Объем продаж смартфонов Apple в июне прошлого года в городе Саранск». И это только один пример. Поискные возможности SQL огромны и с лихвой перекрывают те, что предлагает Excel.

Microsoft Visio и аналоги.

Инструменты, позволяющие визуализировать данные. Бизнес-аналитики, готовя отчеты, пользуются не только презентациями, но и подробными интерактивными графиками.

Microsoft Visio – популярная программа для быстрого создания таких графиков. Она входит в пакет приложений Office 365, поэтому снискала популярность у крупных корпораций, подписанных на сервисы Microsoft. На рис. 2 представлен фрагмент визуализации данных в Microsoft Visio.



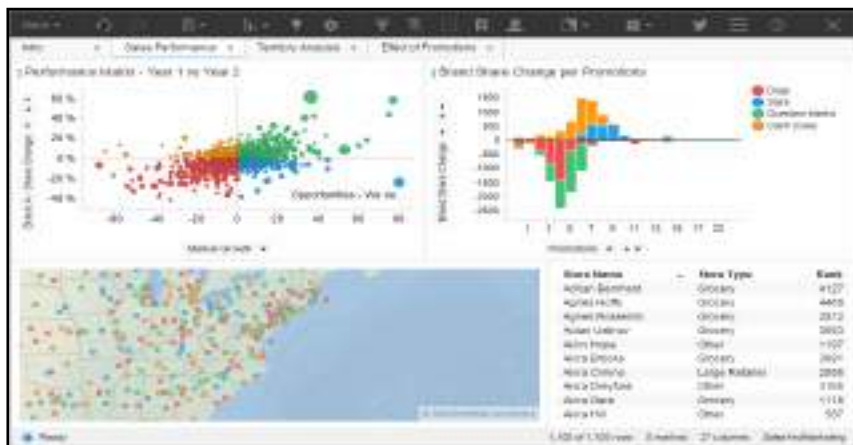
Р и с. 2. Фрагмент визуализации данных в Microsoft Visio

MicroStrategy.

MicroStrategy – это популярное в корпоративной среде программное обеспечение, созданное для быстрой сборки дашбордов («умные» панели управления, отображающие данные в реальном времени) всех возможных вариаций. Оно включает в себя облачный сервис и искусственный интеллект для «умной» обработки данных. Кроме того что MicroStrategy позволяет эффективно организовать данные, утилита (сервисная программа) также дает возможность отобразить их в наглядном дашборде. Благодаря этому инструменту бизнес-аналитики могут идентифицировать тренды (позитивные и негативные), улавливать новые возможности для бизнеса, в целом повышать производительность команды и компании. К MicroStrategy можно подключить несколько источников информации, и сервис обработает все быстро и качественно.

TIBCO Spotfire.

Spotfire – не инструмент, а скорее коллега. Такой же аналитик, способный не только представлять данные в удобном формате, но и делать на основе полученных знаний целесообразные выводы, позитивно сказывающиеся на деятельности бизнеса. Spotfire – это еще и платформа для модификаций. Достаточно давно зародилась такое явление, как Spotfire Mods. Это внешние плагины, позволяющие изменять алгоритмы основного инструмента, адаптировав его возможности под свои нужды. Например, добавив новые виды показателей, недоступные в Spotfire по умолчанию. На рис. 3 представлен фрагмент проведения бизнес-анализа в Spotfire.



Р и с. 3. Фрагмент проведения бизнес-анализа в Spotfire Domo

Универсальная платформа для параллельного извлечения информации из нескольких источников. Domo функционирует исключительно как облачное решение и требует размещения на сервере.

Сервис хорош тем, что легко адаптируется как под нужды крупного бизнеса, так и под требования мелких компаний. Domo оснащен искусственным интеллектом. Он анализирует показатели и делает акцент на наиболее значимых параметрах.

Необходимо отметить, что современные инструменты бизнес-анализа не ограничиваются рассмотренными выше, на сегодняшний день их достаточно много и систематически разрабатываются новые. Но все они обеспечивают финансовую безопасность хозяйствующего субъекта [5]. Выбор конкретного инструмента для аналитики и визуализации зависит от нужд бизнеса и компетенции специалиста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бариленко, В.И. Методология бизнес-анализа : учебное пособие. М.: КноРус, 2019. 200 с.
2. Официальный сайт компании Gartner [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/business-analytics> (дата обращения 15.02.2022)
3. Гарвардская школа бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://online.hbs.edu/blog/post/importance-of-business-analytics> (дата обращения 10.02.2022).
4. Официальный сайт компании Simplilearn [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.simplilearn.com/what-is-business-analytics-article> (дата обращения 22.02.2022).
5. Зотова, Е.В. Финансовая безопасность – основа функционирования хозяйствующего субъекта // Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук. материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т., 2017. С. 373–375.

УДК 33.338

**МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**

**Ирина Викторовна Драгунова, кандидат экономических наук,
доцент**

Екатерина Евгеньевна Пивкина, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: idragunova@ruc.su; st803986@ruc.su

**METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS
OF AN ENTERPRISE: COMPARATIVE CHARACTERISTICS**

**Irina Viktorovna Dragunova, PhD in Economics, Associate
Professor**

Ekaterina Evgenievna Pivkina, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Реалии сегодняшнего дня таковы, что предприятия заинтересованы в увеличении доли рынка, занимаемой ими, в расширении возможностей предприятия и клиентской базы, в повышении конкурентоспособности предприятия. Это приводит к усилению конкурентной борьбы между предприятиями. Такая тенденция является положительной, так как в конечном счете повышается конкурентоспособность отрасли и страны в целом. Для реализации такой цели приходится анализировать немалое количество внутренних и внешних факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия.

К л ю ч е в ы е с л о в а : конкурентоспособность, анализ, матричные методы, математические методы, графические методы.

Today's realities are such that enterprises are interested in increasing the market share they occupy, in expanding the capabilities of the enterprise and customer base, and in increasing the competitiveness of the enterprise. This leads to increased competition between enterprises. This trend is positive, because ultimately the competitiveness of the industry and the country as a whole increases. To achieve this goal, it is necessary to analyze a considerable number of internal and external factors that affect the competitiveness of the enterprise.

K e y w o r d s : competitiveness, analysis, matrix methods, mathematical methods, graphical methods.

Эффективное управление предприятием обеспечивает увеличение доли рынка, занимаемой ими, расширение возможностей и своей клиентской базы. Эффективный менеджмент напрямую отражается на повышении конкурентоспособности компании [1].

Целевым назначением диагностики конкурентоспособности яв-

ляется решение таких задач как установление определенных закономерностей, путей развития и управления предприятием, эффективного использования потенциала предприятия. Для соблюдения принципа системности следует использовать наиболее полную систему показателей предприятия.

Существует множество методов оценки конкурентоспособности, отличающихся по формированию исходной информации, по отображению полученных результатов, по видам показателей и т.д. Многообразие методов оценки конкурентоспособности можно условно разделить на качественные и количественные, а также на экспертные методы и методы, основанные на различных критериях. Последние являются достаточно точными при наличии достоверного информационного обеспечения.

Разработка проблем стратегического планирования было начата в 60-тые годы специалистами Boston Consulting Group, в результате которой построена модель, основанная на состоянии производимого товара, который может находиться в одной из стадий: «собака», «звезда», «дойная корова» или «трудные дети». Технология оценки конкурентоспособности матричным методом представляет собой выявление соотношений между относительной долей предприятия на рынке и темпами роста рынка. Предприятие, занимающее большую долю рынка, имеет и наибольшие финансовые потоки. Темп роста рынка влияет на величину необходимых финансовых вложений для развития бизнеса. Конкурентоспособность в данном случае можно рассматривать как отношение дохода на вкладываемый капитал.

Таким образом, основными факторами будут темпы роста рынка, рентабельность предприятия на рынке. В результате проведения портфельного анализа реализуются стратегические шаги в направлении достижения сбалансированности портфеля.

К группе матричных методов относится матрица McKinsey/General Electric «привлекательность рынка – конкурентоспособность», получившая распространение в 70–80 годы. В результате портфельного анализа получают многофакторную модель с весовыми коэффициентами выбранных критериев привлекательности и конкурентных преимуществ в сегментах рынка.

В те же годы были предложены матрица И.Ансоффа «товарыноку» (стратегии проникновения на рынок, развития рынка, развития товара и диверсификации) [2], матрица Д.Абея в трехмерном представлении (сегменты рынка, характеристика потребностей, технологии).

Матрица эластичности конкурентной реакции на рынке предложена Ж.Ж. Ламбенем как взаимосвязь конкурирующих сторон с отражением эластичности или вероятности реакции одной из сто-

рон на действия другой стороны, то есть вскрыт механизм ценовой борьбы [3].

К матричным методам можно отнести и SWOT-анализ, а также модели, основанные на теории эффективной конкуренции (Шумпетер) и на теории сравнительных преимуществ.

Реализация конкурентных преимуществ путем управления качеством получила развитие в модели Норияки Кано, основанной на теории привлекательного качества. Модель Кано чаще используют как инструмент для вхождения на новые рынки. При диагностике конкурентоспособности с точки зрения стратегического маркетинга предпочтителен динамический подход, который предполагает прогнозирование на основе предыдущего периода.

На данный момент нет общепринятой методики оценки конкурентоспособности предприятия [4]. Чтобы установить стратегические и тактические факторы повышения конкурентоспособности, необходимо проводить анализ:

- внутренних слабых и сильных сторон, внешних угроз и возможностей предприятия в информационном, ресурсном, правовом и другом обеспечении;

- внутренних слабых и сильных сторон, внешних угроз и возможностей конкурентов предприятия;

- механизма действия закона о конкуренции, антимонопольного законодательства в отрасли и среди поставщиков предприятия;

- эффективности использования ресурсов, рентабельности, устойчивости функционирования предприятия.

Фатхутдиновым Р.А. предложено рассчитывать стратегическую и фактическую конкурентоспособность предприятия [5].

С учетом весомости товаров (услуг) и значимости рынков фактическая конкурентоспособность может быть вычислена по формуле (1):

$$K_{\text{факт}} = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n a_i b_j K_{ij}, \quad (1)$$

где – a_i весомость i -того товара (услуги) предприятия, b_j – значимость j -того рынка из m рынков реализации товаров. Существующие на данный момент методы оценки конкурентоспособности и соответствующие им формулы сведены в таблицу.

Комплексный метод оценки конкурентоспособности основан на применении комплексных показателей или сопоставлении удельных полезных эффектов анализируемого товара и образца.

В результате рассчитывается интегральный показатель конкурентоспособности относительно образца (2):

$$K = I_{\text{нп}} * \frac{I_{\text{тп}}}{I_{\text{сп}}} \quad (2)$$

Анализ интегрального показателя: если $K < 1$, то анализируемый товар уступает образцу по конкурентоспособности, а если $K > 1$, то превосходит, при равной конкурентоспособности $K = 1$. Интегральный показатель конкурентоспособности продукции относительно группы образцов (3):

$$K = \sum_{i=1}^N \beta_i * K_i \quad (3)$$

где K_i – показатель конкурентоспособности относительно i -го образца, β_i – весовой коэффициент i -го образца в группе образцов, N – количество образцов.

Методы оценки конкурентоспособности

Метод оценки конкурентоспособности	Расчетные формулы
Дифференциальный метод оценки конкурентоспособности, основан на использовании единичных параметров анализируемой продукции, базы сравнения и их сопоставления	Единичный параметрический показатель конкурентоспособности по i -му параметру: $q_i = \frac{P_i}{P_{oi}} * 100\%$, где P – значение i -го параметра анализируемой продукции; P_{oi} – оптимальное значение i -го параметра, $i = \overline{1, n}$, n – количество параметров
Смешанный метод оценки конкурентоспособности	В данном случае используется часть параметров, рассчитанных дифференциальным методом и часть параметров, рассчитанных комплексным методом
Индикаторный метод рассчитывается с помощью средней геометрической взвешенной (данную методику применяет ВЭФ)	$J = \sqrt{(a_1 + a_2 + \dots + a_n) k_1^{a_1} * k_2^{a_2} * k_3^{a_3}}$, где k_1, k_2, \dots, k_n – оценки выбранных показателей, а a_1, a_2, a_n , соответственно их весовые коэффициенты

Групповой показатель по нормативным параметрам (4):

$$I_{\text{нп}} = \prod_{i=1}^n q_{ni} \quad (4)$$

где q_{ni} единичный показатель конкурентоспособности по i -му нормативному параметру

Групповой показатель по техническим параметрам (5):

$$I_{\text{тп}} = \sum_{i=1}^n \alpha_i * q_i \quad (5)$$

где где α_i вес i -го параметра в общем наборе из n технических параметров, характеризующих потребность.

Групповой показатель по экономическим параметрам (6):

$$I_{\text{Эп}} = \frac{3}{3_0} \quad (6)$$

где 3 , 3_0 – полные затраты потребителя соответственно по оцениваемой продукции и образцу. При необходимости учета коэффициента приведения к расчетному году эксплуатационных затрат формула примет вид (7):

$$I_{\text{Эп}} = \frac{3_c + \sum_{l=1}^n \alpha_l * C_l}{3_0 + \sum_{i=1}^n \alpha_i * C_{oi}} \quad (7)$$

где C_i и C_{oi} – суммарные затраты на эксплуатацию или потребление, соответственно анализируемой продукции и образца в i -ом году, 3_c , 3_0 – начальные затраты на приобретение соответственно анализируемой продукции и образца, T -срок службы товара.

Дифференциальный метод используют только для выявления недостатков или преимуществ с товаром – образцом.

Чаще применяется смешанный метод оценки конкурентоспособности, где используется часть параметров, рассчитанных дифференциальным методом и часть параметров, рассчитанных комплексным методом [5].

Согласно приведенным формулам в таблице можно предположить, что улучшение некоторого показателя повысит его конкурентоспособность. Но на практике улучшение характеристик товара по сравнению с базовым образцом не всегда приводит к появлению или усилению конкурентных преимуществ – решающая роль в оценке преимуществ или недостатков товара принадлежит потребителю.

Таким образом, методы оценки конкурентоспособности товара имеют существенные недостатки: во-первых, характеристические параметры товара определяются без учета спроса на товар, то есть мнение потребителя. Итак, конкурентоспособность можно рассматривать как функцию $K(V, V_k, S)$, где V – определяется свойствами анализируемого товара, V_k – обусловлен свойствами товара конкурентов, S – соответствует влиянию спроса или свойству рынка.

В современных исследованиях последний элемент практически не учитывается.

При определении конкурентоспособности товара недостаточно простого сравнения его свойства со свойствами конкурентов, необходимо также учитывать влияние поведения потребителей и их реакцию на товар.

Некоторые авторы предлагают оценивать конкурентоспособность по уровню финансовых рисков [6].

В целом обобщая вышеизложенное были выделены следующие основные проблемы в методах оценки конкурентоспособности предприятия:

- сложность сбора необходимой информации, получения исходных данных ввиду их закрытости;
- использование преимущественно экспертных методов;
- отсутствие модели «идеального» предприятия для применения методов сравнительной оценки;
- результаты методов не приводят к конкретным указаниям для выработки или усиления конкурентных преимуществ.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina //В сборнике: Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. С. 1171–1178.

2. *Ансофф, И.* Стратегическое управление // Экономика. 1989. 453 с.

3. *Ламбен, Ж.Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг // пер. с англ., 2-изд., СПб Питер, 2010. 720 с.

4. *Michael Coveney, Dennis Ganster, Brian Hartlen, Dave King;* Майкл Ковени, Деннис Гэнстер,Брайан Хартлен, Дейв Кинг (перевод П.Лушин, Д. Цирулева, Ю.Ульянова Стратегический разрыв. Технологии воплощения корпоративной стратегии в жизнь) «The Strategy Gap: Leveraging Technology to Execute Winning Strategies», // издательство Альпина Бизнес Букс, Publisher: Wiley, 2004. 240 с.

5. *Фатхутдинов, Р.А.* Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2000. 312 с.

6. *Дворецкая Т.В., Зотова Е.В.* Оценка финансовых рисков предприятия по абсолютным показателям // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 152–156.

УДК 338.242.2

**ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ СИСТЕМЫ
СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
ДЛЯ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ**

**Елена Викторовна Зотова, кандидат экономических наук,
доцент**

Виктория Владимировна Митронина, магистрант

Ольга Юрьевна Муратова, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: ezotova@ruc.su; st803983@ruc.su; i.v.muratova@ruc.su

**BUILDING A BALANCED INDICATOR
SYSTEM MODEL FOR BUSINESS ANALYSIS**

Elena Viktorovna Zotova, PhD in Economics, Associate Professor

Viktoriya Vladimirovna Mitronina, Master's Degree student

Olga Yurievna Muratova, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье проводится ретроспективный анализ имеющихся в экономической теории моделей системы сбалансированных показателей, выявлены их преимущества и недостатки. Исследован механизм разработки сбалансированной карты стратегических показателей для хозяйствующего субъекта. Выбор стратегических показателей направлен на достижение и сохранение баланса между производственным, финансовым, инновационным и социальным потенциалом предприятия.

К л ю ч е в ы е с л о в а: показатели, сбалансированная карта, стратегия развития, система сбалансированных показателей, сбалансированная карта стратегических показателей.

The article provides a retrospective analysis of the balanced scorecard models available in the economic theory, reveals their advantages and disadvantages. The mechanism for developing a balanced map of strategic indicators for an economic entity has been studied. The choice of strategic indicators is aimed at achieving and maintaining a balance between the production, financial, innovative and social potential of the enterprise.

К e y w o r d s: indicators, balanced scorecard, development strategy, balanced scorecard, balanced scorecard of strategic indicators.

Проблема построения сбалансированной карты стратегических показателей (далее СКСП) на протяжении нескольких десятилетий активно изучается отечественными и зарубежными учеными. Чаще в экономической литературе можно встретиться с изучением

© Зотова Е.В., Митронина В.В., Муратова О.Ю., 2022

проблемы построения сбалансированной системы показателей (далее ССП). Построение СКПС и ССП в первую очередь направлено на достижение стратегических целей предприятия, обеспечение эффективной его работы на конкурентном рынке.

СКПС и ССП – это один из альтернативных вариантов реализации стратегии, разрабатываемой на предприятии. Каждая организация самостоятельно устанавливает систему стратегических показателей, при помощи которых достигается цель, а также осуществляется контроль за реализацией стратегии [1].

Сегодня, как показывает практика, отсутствует механизм реализации стратегии хозяйствующего субъекта на основе построенных моделей ССП.

В экономической литературе предлагаются разные альтернативные модели ССП, представляющие собой системы управления, позволяющие оценивать разные виды деятельности, регулировать ее наиболее важные стороны, принимать управленческие решения с целью достижения наилучшего результата по основным направлениям развития хозяйствующего субъекта, а также осуществлять контроль по выполнению стратегических показателей.

Наиболее известные модели ССП, разработаны Р.С. Капланом и Д.П. Нортаном, Х.Р. Фридагом и В. Шмидтом, Н. Г. Ольве, Ж. Роя и М. Веттером и др. В работах Р.С.Каплана и Д.П. Нортана, опубликованных в период с 1980 по 1992 гг. предлагается стратегическая управленческая модель, в основе системы сбалансированных показателей.

Предлагаемая модель может применяться как инструмент оценки эффективности деятельности организации и акцентирует внимание на ключевых моментах системы стратегического управления. Включенные в модель показатели отражают миссию и стратегию организации, цели и задачи ее развития. Индикаторами данной модели являются финансовые и нефинансовые показатели, которые охватывают клиентскую, финансовую базы, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие. Каждая модель имеет свои преимущества и недостатки. Практически все модели разработаны для хозяйствующих субъектов с численностью до 250 человек.

Преимуществом модели ССП, разработанной Р.Капланом и Д.Нортаном является возможность формирования миссии, политики и стратегической системы показателей руководством компании в одностороннем порядке. Данная модель легко может быть модифицирована, дополнена актуальными стратегическими показателями. К недостаткам этой модели можно отнести то, что в основе ССП преимущественно используются финансовые показатели.

Подход Х.Фридага и В. Шмидта в создании модели ССП основывается исследовании интеллектуального капитала. Авторы этой

модели исходят из того, что не финансовый капитал определяет развитие организации, а умение управлять им, рационально использовать финансовые ресурсы. Модель не требует создания сложных иерархических структур.

Методология построения моделей не зависит от организационно-правовых форм организаций. Авторы подхода считают необходимым обсуждать стратегические цели, разделение ответственности всех действующих структурных подразделений и лиц, обсуждение всех включенных в систему показателей, т.е. используется прозрачность показателей. Недостатком данного подхода является противоречивость личных и стратегических целей, они часто не согласуются. При создании такой модели и внесении новшеств в систему отсутствует мотивация, нет ни материальной, ни социальной заинтересованности. Реализация данной модели ограничивается бюджетом за рамки которого организация не может выходить, поэтому желание что-либо изменить сводится к минимуму.

Х. Рамперсад при создании модели предлагает учитывать требования международного стандарта (раздел 7 – средства обеспечения и раздел 10.3 – улучшение). Преимуществом данной модели является возможность постоянного, последовательного и регулярного совершенствования всех блоков и процессов тесно взаимосвязанных между собой, способность устанавливать причинно-следственные связи между процессами.

Недостатком данной модели является сильная ориентация только на финансовую составляющую. Для каждого сотрудника разрабатывается своя система сбалансированных показателей, что делает модель очень сложной и негибкой, затрудняет достижение цели и выполнения миссии.

Особый интерес вызвала система сбалансированных показателей Д.Парментера, в которой четко представлены показатели финансовых результатов и показатели, характеризующие эффективность производственного потенциала. Но все-таки преимущество отдается финансовым показателям.

Стратегическая карта Л. Мейселя также ориентирована на финансовую составляющую предприятия, при этом он включает в карту и др. составляющие: производственную, кадровую, инновационную, инвестиционную, социальную и корпоративную.

Развитие организации по мнению автора возможно только при формировании базисной компетенции фирмы и корпоративной культуры. Данная модель соответствует требованиям международных стандартов

П.Нивен предлагает разрабатывать систему сбалансированных показателей для государственных и неприбыльных организаций. Но он не берет в расчет интеллектуальный капитал, не разграни-

чивает показатели эффективности по блокам: производственный, рыночный, финансовый, не рассматривает процесс постоянного совершенствования системы.

Изучая опыт создания моделей сбалансированных систем показателей можно заключить, что практически все авторы приоритет отдают финансовым показателям, как основной составляющей устойчивого развития хозяйствующего субъекта.

Выбор стратегических показателей определяется стратегией, миссией и целями предприятия, для достижения которых требуется обоснование используемых в сбалансированной карте показателей. Выбор показателей направлен на достижение и сохранение баланса между производственным, финансовым, инновационным и социальным потенциалом.

Проведенный анализ, существующих моделей разработки системы сбалансированных показателей, позволил обобщить и предложить методологию разработки сбалансированной карты стратегических показателей отражающую финансовый, производственный, инновационный и социальный потенциал.

Соответственно каждый блок должен обеспечиваться своими стратегическими и вспомогательными для их расчета показателями. В частности, предлагаем финансовый потенциал организации оценивать с помощью показателей: чистые активы, соотношение активов и пассивов по степени ликвидности, платежный излишек (недостаток), относительные коэффициенты ликвидности, абсолютная и относительная финансовая устойчивость, платежеспособность, коэффициенты финансовой независимости.

Финансовый потенциал предлагаем оценивать со структуры активов и пассивов организации. Структурный анализ дает общую оценку активам предприятия, для этого определяется доля оборотных и внеоборотных активов, оценивается динамика их изменения в целом и по структуре. Выявляются причины снижения активов. Аналогичным образом проводится оценка пассивов предприятия, изучаются основные источники финансирования в целом и по структуре.

Показатель чистых активов дает первичные заключения об увеличении или снижении собственного капитала за счет капитализации нераспределенной прибыли, добавочного и резервного капитала. Он является ключевым показателем при оценке капитала. В сбалансированную систему стратегических показателей включаем показатели, отражающие соотношение активов и пассивов по степени ликвидности.

Не менее важными показателями сбалансированной карты являются относительные коэффициенты ликвидности. Каждый коэффициент имеет рекомендуемые нормы, отклонение от которых

является заставляет устанавливать причины образования отклонения и принимать управленческие решения. Все отклонения относительных показателей ликвидности от норм говорят о возможных проблема погашения разного рода обязательств: срочных, краткосрочны и долгосрочных.

Следующим стратегическим показателем блока финансового потенциала в сбалансированной карте предприятия является абсолютная финансовая устойчивость и платежеспособность организации.

К стратегическим показателям устойчивого развития относятся показатели, характеризующие состояние оборотных и основных средств: коэффициент маневренности; коэффициент обеспеченности оборотных (текущих) активов собственными оборотными средствами; коэффициент маневренности функционального капитала; индекс постоянного актива; коэффициент реальной стоимости имущества и др.

В сбалансированную карту необходимо включить стратегические показатели, отражающие финансовую независимость организации: коэффициент автономии; мультипликатор собственного капитала, коэффициент иммобилизации имущества; коэффициент финансовой зависимости; коэффициент покрытия инвестиций.

Методология построения модели сбалансированной карты стратегических показателей включает в себя показатели, отражающие производственный, инновационный и социальный потенциал предприятия [2].

К показателям, отражающим, производственный потенциал применяются следующие показатели: показатели эффективности использования основного и оборотного капитала, показатели интенсивности использования капитала, соотношение дебиторской и кредиторской задолженности, диверсификацию, соотношение реализованной и товарной продукции; темп изменения физического объема продаж.

Изучение структуры заемного капитала позволяет оценить долю долгосрочных заемных ресурсов и краткосрочной задолженности в общей сумме всех привлеченных ресурсов.

Затем анализируется структура долгосрочных заемных ресурсов и краткосрочных ресурсов, при этом особо выделяя кредиторскую задолженность предприятия. Если кредиторская задолженность снижается, это свидетельствует об улучшении финансовой устойчивости предприятия, и наоборот, ее рост ухудшает финансовое состояние организации и приближает ее к состоянию банкротства.

Превышение кредиторской задолженности над дебиторской, свидетельствует об отсутствии возможности мобилизации собственного капитала в дебиторскую задолженность, что резко со-

крашает потенциальные возможности предприятия по наращиванию объемов своей деятельности.

Инновационный потенциал в сбалансированной карте позволяют оценивать стратегические показатели: коэффициенты инвестиционной привлекательности; доля инновационной продукции; темп изменения объема инвестиций в основной капитал; темп изменения объема инвестиций в НИОКР, в нематериальные активы.

Не менее важным в сбалансированной карте является оценка социального потенциала, предлагаем для его оценки следующие показатели: коэффициент текучести; численность персонала за рассматриваемый период; коэффициент стабильности кадров; соотношение социальных выплат к фонду оплаты труда; соотношение средней заработной платы по компании и по региону; производительность труда и др.

Излагая выше сказанное можно заключить, что предлагаемая модель формирования сбалансированной карты стратегических показателей основана на оценке показателей финансовой, производственной, инновационной и социальной деятельности.

Комплексный расчет всех показателей сбалансированной карты позволит всесторонне оценить деятельности организации и принять соответствующие управленческие решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Объедкина, Е.В.* Экономическая эффективность деятельности предприятий потребительской кооперации (на примере АПК Республики Мордовия) // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Саранск, 2001.
2. *Зотова, Е.В.* Проблемы формирования системы сбалансированных показателей // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. В 2 ч. Саранск, 2020. С. 54–56.

УДК 364.66

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВВЕДЕНИЯ
БИЗНЕСА ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ВСЕМИРНОЙ ПАУТИНЫ – ИНТЕРНЕТ**

**Юрий Иванович Каргин, кандидат экономических наук,
доцент**

Алексей Юрьевич Каргин, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: karginyui@yandex.ru; st805389@ruc.su

**IMPROVING THE EFFICIENCY OF BUSINESS
INTRODUCTION THROUGH THE USE
OF THE WORLD WIDE WEB – INTERNET**

Yuri Ivanovich Kargin, PhD in Economics, Associate Professor

Alexey Yurievich Kargin, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Актуальность выбранной темы выражается в том, что в условиях современной действительности, в настоящее время проблемой ведения малого и среднего бизнеса стала пандемия новой коронавирусной инфекции – COVID-19. Переход предприятий малого и среднего бизнеса, ввиду пандемии, на удаленный режим работы повлекло за собой ряд проблем. Ведение предпринимательской деятельности в условиях удаленного доступа стало основным фактором замедления и прекращения ее ведения. Многие российские предприятия оказались совершенно не подготовлены к такому режиму работы. Перед руководителем как никогда встал актуальный вопрос о перспективе развития предприятия. Как и самое главное, за счет чего не потерять или хотя бы удержать уровень дохода на рынке? Поиск и привлечение клиентов до пандемии был весьма ограничен, клиенты привлекались локально, в основном рядом с точкой сбыта продукта. Методы привлечения были примитивны: наружная и транзитная рекламы, листовки и каталоги.

К л ю ч е в ы е с л о в а: факторы внешней среды косвенного и прямого воздействия, поставщики, заказчики, конкуренты, деловые партнеры, трудовые ресурсы, политические и правовые факторы, экономические факторы, социальные и культурные факторы, технологические факторы.

The relevance of the chosen topic is expressed in the fact that in the conditions of modern reality, currently the pandemic of a new coronavirus infection - COVID-19 has become a problem of running small and medium-sized businesses. The transition of small and medium-sized businesses, due to the pandemic, to a remote mode of operation entailed a number of problems. Conducting business in remote access conditions has become the main factor in slowing down and terminating its conduct. Many Russian enterprises were completely unprepared for such a mode of operation. More than ever, the manager faced an urgent question about the prospects for the development of

© Каргин Ю.И., Каргин А.Ю., 2022

the enterprise. As well as the most important thing, at the expense of what not to lose or at least keep the level of income in the market? The search and attraction of customers before the pandemic was very limited, customers were attracted locally, mainly near the point of sale of the product. The methods of attraction were primitive: outdoor and transit advertising, leaflets and catalogs.

Key words: environmental factors of indirect and direct impact, suppliers, customers, competitors, business partners, labor resources, political and legal factors, economic factors, social and cultural factors, technological factors.

В настоящее время проблемой ведения малого и среднего бизнеса стала пандемия новой коронавирусной инфекции – COVID-19. Переход предприятий малого и среднего бизнеса, ввиду пандемии, на удаленный режим работы повлекло за собой ряд проблем. Ведение предпринимательской деятельности в условиях удаленного доступа стало основным фактором замедления и прекращения ее ведения. Многие российские предприятия оказались совершенно не подготовлены к такому режиму работы.

Перед руководителем как никогда встал актуальный вопрос о перспективе развития предприятия. Как и самое главное, за счет чего не потерять или хотя бы удержать уровень дохода на рынке? Поиск и привлечение клиентов до пандемии был весьма ограничен, клиенты привлекались локально, в основном рядом с точкой сбыта продукта. Методы привлечения были примитивны: наружная и транзитная рекламы, листовки и каталоги [1, с. 224–226].

Неофициальные данные свидетельствуют о том, что коммерческие усилия в Интернете более эффективны и, возможно, даже более действенны, чем усилия, предпринимаемые в традиционных каналах. Первоначальные предположения об эффективности, создаваемой коммерческими усилиями в Интернете, предполагают, что маркетинг в Интернете приводит к «в 10 раз большему количеству [проданных] единиц с 1/10 рекламного бюджета» (Potter, E. (1994). WELL topic “Commercialization of the World Wide Web” in the Internet conference on the WELL. November 16.).

Осуществление прямого маркетинга через Интернет примерно на четверть дешевле, чем через обычные каналы (Verity, J. W., Hof, R. D., Baig, E. C., & Carey, J. (1994). The Internet: How it will change the way you do business. Business Week, November 14, 80–88.). Этот факт становится особенно критичным в условиях сокращения технологического цикла и жизненного цикла продукта, а также увеличения технологической сложности (ИТА (1994). Electronic commerce and the NII. Information Infrastructure Technology and Applications Task Group, National Coordination Office for High Performance Computing and Communications, February, 13–4.).

Выгоды для фирм частично возникают из-за использования Интернета в качестве канала распространения.

Во-первых, Интернет потенциально предлагает определенным

классам поставщиков участие в рынке, на котором издержки распространения или себестоимость продаж сокращаются до нуля. Например, цифровые продукты могут быть доставлены немедленно, поэтому такие предприятия могут столкнуться с массовым отказом от посредников или даже с возможным устранением посредников (Michalski, J. (1995). *People are the killer app*. *Forbes ASAP*, June 5, 120–122.). Более того, покупатели и продавцы могут иметь доступ и связываться друг с другом напрямую, потенциально устраняя некоторые маркетинговые затраты и ограничения, налагаемые такими взаимодействиями в земном мире [5, с. 149].

Это также может иметь эффект сокращения канала и повышения эффективности распределения (в основном за счет снижения накладных расходов за счет таких результатов, как единообразие, автоматизация и крупномасштабная интеграция процессов управления). Время на завершение бизнес-операций также может быть сокращено, что приведет к дополнительной эффективности для фирмы.

Однако такая потенциальная эффективность должна соответствовать рыночным реалиям (Kline, D. (1995). *'Friction-free' foolishness*. *HotWired*, September 11. [URL: <http://www.hotwired.com/market/95/37/index1a.html>].).

Во-вторых, Интернет-бизнес передает покупателю большую часть функции продажи посредством онлайн-заказа и использования заполняемых форм (Michalski, J. (1995). *People are the killer app*. *Forbes ASAP*, June 5, 120–122), помогая тем самым завершать транзакции.

Это дает третье преимущество в виде сбора информации о клиентах. Эта технология предлагает фирме возможность собирать рыночную информацию и отслеживать выбор потребителей на основе выявленных ими предпочтений в отношении навигации и покупательского поведения в сети [2, с. 54].

Определение конкретных интересов клиентов, их возраст, поведение, география, уровень дохода и так далее позволяет настроить таргетированную рекламу [3, с. 248].

Введение таргетированной рекламы является наиболее актуальным инструментом продвижения продукта. Основная цель таргета это выделить заинтересованную аудиторию и продемонстрировать рекламу конкретно ей.

Таргетинг (от англ. «target» – цель) – рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей (Записки маркетолога. Таргетинг. [<https://zen.yandex.ru/id/5bee87439974e500a91b2ec81>]).

Ключевым моментом таргетированной рекламы является то,

что продукт будет предложен пользователю исходя из его запроса в поисковой системе, а значит спрос уже сформирован.

Одна из платформ, которая позволяет настроить таргетированную рекламу в системе Интернет является социальная сеть «Инстаграм». «Инстаграм» основан в 2010 году и вырос до 800 миллионов пользователей по всему миру, из которых 500 миллионов ежедневно получают доступ к мобильному приложению для просмотра и обмена фотографиями (Instagram Press (2017b, 26 September 2017). *Strengthening our commitment to safety and kindness for 800 million*. Ссылка на электронный ресурс [<https://instagram-press.com/blog/2017/09/26/strengthening-our-commitment-to-safety-and-kindness-for-800-million/>]).

Платформа «Инстаграм» привлекательна для рекламодателей, потому что дает возможность охватить аудиторию в пространстве, где она относительно заинтересована (Sarah, N., & Shaul, M. (2016). *Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance*. *Mobile Media & Communication*, 4, 69–84). В сети насчитывается более 8 миллионов бизнес-аккаунтов, и более 1 миллиона клиентов платят за размещение спонсируемых постов (Instagram Press (2017a, March 22). *Welcoming 1 million advertisers* Электронный ресурс [<https://instagram-press.com/blog/2017/03/22/welcoming-1-million-advertisers/>]). Хотя пользователи, как правило, могут избегать рекламы в социальных сетях (Kelly, Kerr, & Drennan, 2010. *Avoidance of advertising in social networking sites: The teenage perspective*. *Journal of Interactive Advertising*, 10, 16–27.), влияние сообщения может быть усилено, если сообщения бренда следуют правилам платформы для пользовательского контента (UGC). Благодаря различным методам спонсируемые коммерческие предложения интегрируются в не рекламный контент (Wojdynski, 2016b *Native advertising: Engagement, deception and implications for theory*. In R. Brown, V. K. Jones, & M. Wang (Eds.), *The new advertising: Branding, content, and consumer relationships in a data-driven social media era* (Vol. 1, pp. 203–236)), чтобы максимизировать эффективность сообщения и минимизировать сопротивление аудитории.

Таргетированная реклама обычно более эффективна для получения желаемых результатов убеждения, чем традиционные рекламные объявления. Это связано с тем, что таргетированная реклама менее навязчива, более органично вписывается в носитель, в который она встроена, и может даже не распознаваться как реклама, несмотря на наличие ее представления. Таргетированная реклама стремится использовать убедительный потенциал не спонсируемых коммуникаций, таких как общая реклама, редакционные обзоры или обычный рассказ от пользователей [4, с. 150].

Таким образом мы можем сделать вывод что таргетированная

реклама отличается как от публикаций в социальных сетях, так и от традиционной рекламы в той степени, в которой они были признаны попытками платного убеждения.

Мы предлагаем новое видение развития бизнеса в сложное время. За основу коммерческого успеха стоит всемирная паутина – Интернет. Внедрение таргетированной рекламы гарантирует бурный рост коммерческой активности. Настраиваемый таргет может радикально изменить способ взаимодействия предприятий со своими клиентами. Интернет освобождает клиентов от их традиционно пассивной роли получателей маркетинговых коммуникаций, дает им гораздо больший контроль над процессом поиска и сбора информации и позволяет им стать активными участниками маркетингового процесса.

Однако значительные препятствия на пути к коммерциализации препятствуют предсказуемому и плавному развитию коммерческих возможностей в этой новой среде. Коммерческое развитие Интернета должно следовать за спросом, а не основываться на «золотой лихорадке». Фирмы извлекут выгоду из инноваций в области интерактивности, будучи ближе к клиенту, чем когда-либо прежде.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Каргин, Ю.И.*, Каргин А.Ю. Экономическая сущность и значение оборотных активов предприятия // Материалы Национальной научно-практической конференции. 2021. С. 223–229.

2. *Зотова, Е.В.*, Каргин Ю.И., Дворецкая Т.В. Проблемы развития малого и среднего бизнеса и принимаемые меры по его поддержке на государственном уровне. // Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 1 (43). С. 51–55.

3. *Каргин, Ю.И.* Экономические методы оценки социально-экономического развития // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Международная научно-практическая конференция научно-педагогических работников. 2019. С. 247–251.

4. *Имяреков, С.М.*, Четайкина Ю.В., Каргин Ю.И. Особенности инновационного развития агропромышленного комплекса Республики Мордовия // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. 2016. № 3 (39). С. 139–145.

5. *Каргин, Ю.И.*, Хорошева А.В. Оценка капитала промышленного предприятия в условиях экономического оздоровления // Материалы Международной научно-практической конференции. 2021. С. 147–152.

УДК 334.01

**СИСТЕМНАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ
УСТОЙЧИВЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ФИРМЫ**

Ольга Юрьевна Муратова, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: i.v.muratova@ruc.su

**A SYSTEM MODEL FOR DEVELOPING
SUSTAINABLE ADVANTAGES OF A COMPANY**

Olga Yurievna Muratova, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Предложена базовая системная модель формирования устойчивых конкурентных преимуществ фирмы в современных условиях. Разработка данной модели осуществлялась на основе уточнения терминологии и исследования эволюции подходов к источникам и сущности устойчивых конкурентных преимуществ фирмы. Проведен сравнительный анализ отраслевого, процессного, ресурсного и отношенческого подходов к формированию устойчивых конкурентных преимуществ фирмы.

Ключевые слова: стабильные конкурентоспособные достоинства, общепромышленный подход, системный доступ, высокоресурсный расклад, отношенческий подход.

A basic system model for the formation of sustainable competitive advantages of a company in modern conditions is proposed. The development of this model was carried out on the basis of clarifying the terminology and studying the evolution of approaches to the sources and essence of the company's sustainable competitive advantages. A comparative analysis of the industry, process, resource and relational approaches to the formation of sustainable competitive advantages of the company has been carried out.

Key words: stable competitive advantages, industry-wide approach, systemic access, high-resource alignment, relational approach.

Уже целые десятилетия перед экономикой стоит главная задача – отыскать альтернативы устойчивому развитию фирмы и ее долгосрочному пребыванию на рынке.

Для компаний, регионов и областей, стран, отдельных рынков и разделов экономики содержание конкурентоспособности всегда и остается актуальной. По словам Дж. Барни, «единственная константа деловой активности ... это постоянные изменения».

Ключевой целью предоставленного изучения является разработка базисной стратегической модели для формирования стойкого конкурентного преимущества фирмы в передовых аспектах [1].

Именно достижение предоставленной цели определяет решение следующих, взаимосвязанных задач:

- 1) детализация терминов;
- 2) исследование эволюции источника стойкого конкурентного положительного качества компании, а также подхода к сути;
- 3) разработка системной модели для формирования стойкого конкурентного преимущества компании.

Интерпретация определения «конкурентное преимущество компании» имеет большое значение в том, как достичь конкурентного преимущества фирмы, но также не маловажны причины конкурентной дифференциации.

Согласно Дж. Барни, конкурентное преимущество возникает, когда фирма воплощает стратегию создания стоимости и распределения доходов (используются ресурсы, которые являются ценными и ограниченными в количестве, а также организационные навыки).

Это понятие дает нам классифицировать конкурентные преимущества как относительные и стабильные.

Рассмотрим, когда возникают относительные конкурентные преимущества:

- 1) происходит ограничение определенным рынком (отраслевым, товарным или же географическим);
- 2) имеются истинные конкуренты (не идут в счет зарубежные фирмы);
- 3) когда не принимается во внимание динамический характер экономики (т. е. полученное конкурентное преимущество считается постоянным и неизменным).

Конкурентное преимущество, которое непросто убрать или же воспроизвести и которое ведет к экономической ренте является стойким.

Научные экономические школы дают ряд объяснений для создания устойчивых конкурентных преимуществ. Существуют 2 фактора, от которых находится в зависимости прибыль фирмы:

- 1) привлекательности сети;
- 2) создание весомых выдающихся качеств перед конкурентами.

Если фирма быстро адаптируется к переменам внешней среды, то с помощью этого можно достичь конкурентоспособности. Приспособление к переменам во внешней среде может помочь фирме добиться необходимой конкурентоспособности.

При разработке стратегического анализа и определении стратегических вариантов основные выводы сосредоточены на взаимосвязи между стратегией и внешней средой: методы дизайна упаковки, циклы знаний, модель RIMS (положительное влияние на маркетинговую стратегию).

На примере многих компаний можно наблюдать положительное влияние модели Портера, которая называется «пять сил». К открытию других источников конкурентного преимущества привело резкое изменение в институциональной среде и эмпирические противоречия в создании сетей. Рассмотрим подробно:

1. Исследования нам показывают, что между рентабельностью сектора и структурой сектора нет прямой зависимости. Опыт показывает, что организационные факторы перевешивают факторы бизнеса из-за разницы в прибыли между предприятиями.

2. Взаимодействие между доходом фирмы и типом сети посредственно связана. Это вытекает в связи с тем, что экономичный обстановка в настоящее время показывает сильное «рыночное сочетание» управления сетью и зависимости ранжирования.

3. Почти все конфигурации, которые случились с совместными финансовыми преобразованиями и развитие некоторых рынков, разрешили дефицит сетевой группировки.

По причине провального фурора департаментов группировок взыскания долгосрочного управления перешел с ликвидации угроз и употребления рыночных возможностей на существование и фиксирование колоссальных направлений компании.

Особенно «арбитражная» и рациональная техническая эстетика того времени, описывающая жизнь состязательного выдающегося качества с точки зрения внутрифирменных моментов, – это М. Хаммер и Дж. Чампи «Реинжиниринг Компании. Манифест революции в бизнесе». Важнейшей концепцией точных авторов была потребность перераспределения от основы деления усилия к основе бизнес-процессов.

Основатели системной группировки (BRM) извлекли гипотезу, что важным устройством достоинства надежной, состязательной стороны, является использование резервов, реализованный в комплексе целей, регулирование и действие, какого - либо собрания преобразуют недостатки в результат. Воедино с профессиональной группировкой к развитию, он позволяет очень точно и, что самое ценное использовать терминов.

Все итоги реинжиниринга фирм оказались малоэффективными, в связи с тем, что исследование бизнес-процессов никоим образом не было связано с вызовами находящейся вокруг окружения.

Главный тезис идеи и резервов состоит в конкурентоспособности фирмы, потому что они обладают неповторимыми резервами и возможностями, что является платой или основной экономией компании.

В виду высокоресурсных группировок характеризуются 2 целенаправленности: классическое и концепция динамических возможностей. Динамические возможности – работоспособность со-

трудников организации (как единственных членов) изменять свои занятия и бизнес-процессы, чтобы максимально увеличить результат доступных программ возможностей.

Понимание того, какими качествами обладает фирма, чтобы гарантировать устойчивых состязательных особенностей является объединенный для двух толкований резервных группировок. Несравненное различие состоит в том, что фирма способствует добиться их. Указать, чтобы авторы, распределяя резервы, отмечают их, как выстраивание сферы, управления, образования, профессиональных конструкций и так прочее.

Можно, представить успех, показав, лично об это результате в тексте резервной группировки, которая включает в себя профессиональный резерв и взаимозависим с гибкостью компании.

Л. Тамбовцев говорит, о том что важная увлекательность резервной группировки зависит от концепции схожества мнений к практике руководства.

Тем не менее степень расположения резервной группировки подлежит высказыванию.

Развивая академическое устройство резервной группировки, специалисты по экономике обдумали, что скромная величина резерва внутри компании является видом «ограничителем» образование устойчивой состязательной особенности.

Познание того, что результат может иметь способность быть завоеванной системной группировки резервов исключительно внутри фирмы, но и за ее пределами, вызвало расклад, именуемому реляционным раскладом к формированию конкурентного выдающегося качества компании. Основателями реляционного расклада считаются Дж. Х. Дер и Х. Сингхдир.

Сотрудничество изнутри внутрифирменных сетей содержит, вероятность, быть мотивировано с 2-ух точек зрения:

1. С точки зрения «рыночного» подхода.
2. С точки зрения внутренних ресурсов компании.

Подключение компании в главную сеть, которая имеет возможность сократить убытки, гарантировать стремительной выход на рынок, уменьшить финансовые и остальные опасности и принять доступ к состязательным познаниям, мнениям и другим резервам.

Выходит, что различный итог фирм по ресурсному подходу в в большинстве случаев объясняются не отраслевой структурой, а разнородность самих фирм.

Рассматривая особенности всякого из раскладов, вполне, возможно, сделать разумные умозаключение: одна интегральная схема долгосрочного регулирования, основывающегося на всеобщем восприятие деятельности фирмы в окружающей среде, действительно станет стабильное, состязательное превосходство.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Зотова, Е.В.* Финансовая стратегия как инструмент реализации финансово-хозяйственных целей предприятия // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 161–165.
2. *Грант, Р.М.* Современный стратегический анализ / пер. сангл. под ред. В.Н. Фунтова 5-е изд. СПб. : Питер, 2019. 560 с.
3. *Катькало, В.С.* Эволюция теории стратегического управления: монография. СПб., 2017. 548 с.
4. *Коллинс, Д.С.* Монтгомери. Создание корпоративных преимуществ : пер. с англ // Корпоративная стратегия : сб. ст. М. : Альпина Бизнес Букс, 2019. С. 9–40.
5. *Коллис, Д.С.* Монтгомери. Стратегии 1990-х : пер. с англ. // Корпоративная стратегия : сб. ст. М. : Альпина Бизнес Букс, 2018. С. 41–71
6. *Орехова, С.В.* К дискуссии о современных динамических способностях фирмы // Современная конкуренция. 2018. № 1 (31). С. 14.
7. *Портер, М.* Конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. М. : Вильямс, 2019.
8. *Тамбовцев, В.Л.* Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие // Рос. журн. менеджмента. 2017. Т. 8, № 31. С. 5-40.

УДК 339.17:339.138

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЫБНОЙ ОТРАСЛИ КАМЧАТСКОГО КРАЯ В ПАНДЕМИЧЕСКИЙ ПЕРИОД

**Татьяна Георгиевна Проценко, доктор экономических наук,
профессор**

**Надежда Леонидовна Рогалева, кандидат экономических наук,
доцент**

Камчатский филиал Российского университета кооперации

E-mail: nadya.6426@mail.ru

EFFICIENCY OF THE FISHING INDUSTRY ENTERPRISES OF THE KAMCHATKA KRAI DURING THE PANDEMIC PERIOD

**Tatyana Georgievna Protsenko, Doctor of Economic Sciences,
Professor**

Nadezhda Leonidovna Rogaleva, PhD in Economics, Associate Professor

Kamchatka branch of the Russian University of Cooperation

Исследовательская работа отражает основные проблемы и состояние развития организаций рыбохозяйственного комплекса Камчатского края в пандемический

период, итоги проведенного анализа экономической эффективности деятельности предприятий. Определены основные проблемы функционирования предприятий в условиях пандемии и пути их решения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: рыбохозяйственный комплекс, пандемия, рентабельность, эффективность, Камчатский край.

The research work reflects the main problems and the state of development of the organizations of the Kamchatka Krai fisheries complex in the pandemic period, the results of the analysis of the economic efficiency of enterprises. The main problems of the functioning of enterprises in the conditions of a pandemic and the ways to solve them are identified.

Key words: fishery complex, pandemic, profitability, efficiency, Kamchatka Krai.

Изменения обстоятельств внешней среды организаций приводят к появлению необходимости разработки новых управленческих решений и стратегических задач для повышения эффективности деятельности предприятий, в том числе и для предприятий рыбопромышленного производства. Последние рыночные вызовы внешней среды направляют исследователей в область увеличения производительности рыбопромышленного хозяйства и повышения эффективности деятельности предприятий.

В Камчатском крае традиционно доминирует рыбная отрасль, динамика развития многих секторов края связана с рыбной промышленностью, определяя векторы социально-экономического развития региона. Эффективная деятельность предприятий рыбопромышленного комплекса обеспечивает и устойчивое развитие региона.

Пандемический период и ограничительные санкции для России поставили перед рыбной отраслью определенные барьеры, препятствующие дальнейшему развитию, основными из них являются повышение цен на оборудование, комплектующие материалы, сырье, что повлекло еще большее понижение технического и технологического уровня добычи и переработки сырья, низкую инвестиционную привлекательность [2].

Отсутствие системы дистанционного управления на предприятиях рыбохозяйственного комплекса в период пандемии снизили эффективность принятия и контроль управленческих решений, что привело к образованию хаотичности бизнес-процессов.

Результаты исследования эффективности деятельности предприятий рыбной отрасли в 2020 году показали, что на сегодняшний день в Камчатском крае функционируют свыше 800 предприятий, ведущих рыбохозяйственную деятельность, из которых около 240 осуществляют вылов водных биологических ресурсов. Основной рыбной отрасли края является добывающий флот: это около 650 крупно-, средне- и малотоннажных рыбодобывающих судов.

Камчатский край является лидером по объему добычи водных

биологических ресурсов, третий год подряд осваивается свыше 1,5 мил тонн. Статистические данные показывают, что в 2020 году добыто 1530 тыс. тонн, это более 40% вылова по всему Дальневосточному бассейну и более 30 % общероссийского вылова. Больше всего в 2020 году добыто минтая – 700 тыс. тонн, тихоокеанские лососи занимают только второе место, добывается предприятиями Камчатского края сельдь, палтус, треска, навага и другие биоресурсы [2].

Экономическая эффективность деятельности предприятий рыбной отрасли является основой построения количественных критериев ценности принимаемых решений, используется для формирования материально-структурной, функциональной и системной характеристики хозяйственной деятельности рыбопромышленного предприятия.

В исследовании приняли предприятия- доминанты РХК Камчатского края, которые обладают мощными добывающими и перерабатывающими судовыми мощностями, а также осуществляют инвестирование в обновление основных производственных фондов, являются: АО «Океанрыбфлот», Рыболовецкий колхоз им. В.И. Ленина, группа компаний АО «Норебо Холдинг»: (АО «Акрос», ООО «Ролиз», АО «Сахалин Лизинг Флот», АО «Блаф», АО «ЯМСы», ООО «Магадантралфлот», АО «Акрос 3»), ООО «Росрыбфлот», ООО «Меркурий», ООО «Витязь-Авто», ООО «Октябрьский-1», ООО «Камчаттралфлот», ОАО «Колхоз Октябрь», АО «Озерновский РКЗ № 55», ООО «Тымлатский рыбокомбинат», ООО РПЗ «Максимовский», ООО «Восточный берег», ООО «Укинский лиман», ООО «Заря», АО «Колхоз им. Бекерева». В 2020 году эти предприятия и организации обеспечили более 70 % улова ВБР [2].

Итоги работы РХК Камчатского края определили, что в 2020 году только на трех предприятиях произошли глобальные в сторону положительной тенденции изменения материально-технической базы, и эти предприятия входят в группу крупных рыночных игроков. Основные фонды на предприятиях имеют тенденцию к росту, что говорит о развитии и увеличении материально-технической базы рыбохозяйственного комплекса Камчатского край.

Исследование финансового состояния предприятий рыбной отрасли выявило, что рассматриваемые предприятия рыбной отрасли – имеют хорошую материально-техническую базу, имущество и капитал предприятий, отмечается рост этих показателей за 2015–2020 гг. [3].

Крупные предприятия-доминанты в исследуемом периоде все платежеспособны и финансово устойчивы [4].

Рыбопродукция произведенная предприятиями РХК Камчатского края поставляется на экспорт в страны дальнего зарубежья,

основными покупателями являются страны Азиатско-Тихоокеанского региона: Япония, Китай, Республика Корея, в 2020 году объем экспорта рыбных товаров и морепродуктов составил 346 тыс. тонн (785 млн долл. США) увеличение плановых показателей составило на 5 %, темп роста к 2019 году снизился на 6 %. Поставки пищевой рыбной продукции на внутренний рынок в 2002 году, преимущественно в Приморский край более 70 %, ввоз осуществляется в г. Санкт-Петербург, г. Москва, Московская область, Мурманскую область, Краснодарский край, Пермский край, Нижегородскую область, Свердловскую область, Новосибирскую область, Хабаровский край, Сахалинскую область и другие субъекты Российской Федерации [2].

В целом наблюдается непрерывный процесс движения персонала на предприятиях рыбной отрасли, что характерно для отрасли, тем не менее текучесть кадров отчетливее наблюдается в организациях, в основном это связано с реорганизацией предприятий и временными производственными остановками цехов и конвертеров. К позитивным фактам можно отнести изменение соотношения коэффициентов увольнения и приема в 2020 году для предприятий рыбной отрасли. Уволенных было меньше, чем принятых на работу.

Можно отметить положительную динамику роста капитала предприятий рыбной отрасли. В целом баланс ведущих предприятий рыбной отрасли Камчатского края в 2020 гг. ликвиден, отрасль платежеспособна.

На 1 января 2021 года уровень рентабельность активов по экономической деятельности предприятий рыбохозяйственного производства составила 13,3 % по «рыболовству и рыбоводству» по переработке и консервирования водных биологических ресурсов – 27,3 % [2]. Оценка экономической эффективности предприятия определила, что ежегодно наблюдается увеличение прибыли, следовательно, деятельность предприятий рыбной отрасли эффективна и результативна.

Объем внебюджетных инвестиций в основной капитал рыбохозяйственных предприятий и организаций составляет 19 мил. рублей, что свидетельствует о благоприятных условиях ведения бизнеса в сфере рыбопроизводства в Камчатском крае [5; 6].

По итогам анализа эффективности деятельности рыбопромышленных предприятий в 2020 году был сделан вывод, что предприятия не смотря на кризисный лаг развиваются, на предприятиях растет численность работников и производственная материально-техническая база, идет приток внебюджетных инвестиций. Рост прибыли предприятий рыбной отрасли обеспечил положительное увеличение показателей рентабельности.

Однако, из анализа прослеживаются проблемы принятия управленческих решений и контроллинга на предприятиях во время пандемии, что привело к необходимости создания программы дистанционного управления во время управления изменениями.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Коростелев, Д.А.* О перспективах экономического развития Камчатского края // Экономика Востока России. 2017. № 1(7). С. 20–26.
2. Итоги работы рыбохозяйственного комплекса Камчатского края в 2020 году // <https://kamgov.ru/files/606103cb36f071.57307952.docx> (дата обращения: 30.03.2021).
3. *Ильичева, Т.Х.* Перспективы развития рыбохозяйственного комплекса Калининградской области / Т. Х. Ильичева, М. Г. Побегайло // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. № 2(40). С. 134–137.
4. *Рогалева, Н.Л.* Рыбохозяйственный комплекс Камчатского края как основа развития экономики региона / Н. Л. Рогалева, А. В. Вережак // Развитие теории и практики управления социальными и экономическими системами : Материалы Седьмой международной научно-практической конференции, Петропавловск-Камчатский, 24–26 апреля 2018 года / Ответственный за выпуск Н.Г. Клочкова. Петропавловск-Камчатский: Камчатский государственный технический университет, 2018. С. 151–154.
5. *Рогалева, Н.Л.* Оценка инвестиционной привлекательности территории опережающего социально-экономического развития «Камчатка» / Н. Л. Рогалева, Н. В. Волчкова // Развитие теории и практики управления социальными и экономическими системами : Материалы Пятой международной научно-практической конференции, Петропавловск-Камчатский, 26–28 апреля 2016 года / Ответственный за выпуск Н.Л. Рогалева. – Петропавловск-Камчатский: Камчатский государственный технический университет, 2016. С. 202–205.
6. *Рогалева, Н.Л.* Территориальный рыбохозяйственный кластер как основной фактор развития региона / Н. Л. Рогалева, Н. В. Волчкова // Актуальные вопросы регионального развития : Сборник научных трудов / Ответственный за выпуск Я.В. Ганич. Петропавловск-Камчатский : Камчатский государственный технический университет, 2016. С. 76–84.

УДК 338.2

**АДАПТАЦИЯ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ
ПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

Екатерина Владимировна Пруцкова, кандидат экономических наук, доцент

Алексей Александрович Абросимов, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: eprutskova@ruc.su; st805383@ruc.su

**ADAPTATION OF BUSINESS IN MODERN
POLITICAL AND ECONOMIC CONDITIONS**

Ekaterina Vladimirovna Prutskova, PhD in Economics, Associate Professor

Aleksei Aleksandrovic Abrosimov, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Актуальность исследования изучаемой проблемы исходит в рассмотрение современной ситуации, сложившаяся в экономике страны под влиянием санкций. Проанализированы мнения ведущих специалистов области экономики, финансов, бухгалтерии, кадрового и трудового законодательства. Автор с критической стороны характеризует проблемы, с которым столкнулся малый бизнес в новых политических и экономических условиях, предлагает способы их преодоления и адаптации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: санкции, проблемы, малый бизнес, способы преодоления, государственная поддержка.

The article examines the current situation in the country's economy under the influence of sanctions. The opinions of leading experts in the field of economics, finance, accounting, personnel and labor legislation are analyzed. The author critically characterizes the problems faced by small business in the new political and economic conditions, suggests ways to overcome and adapt them.

К e y w o r d s: sanctions, problems, small business, ways to overcome, state support.

В последние годы на международную экономику оказывало большое влияние внезапная пандемия, отразившаяся не только на слабо развитых странах, но и на бизнесе экономически стойких держав. Режим карантина и самоизоляции пагубно повлиял на финансовое положение предприятий. Особенно пострадал малый бизнес, который оказался на грани разорения и ликвидации.

Военная операция на Украине с целью демилитаризации и де-

нацификации страны, также в корне изменила международную торговлю и мировую экономику.

Отключение от международных платежных систем, блокировка привычных сервисов, сбой поставок, повышение ключевой ставки Центрального банка (ЦБ) и исторический максимум для курса валют – за четыре дня санкции изменили многое для российского бизнеса.

Проанализировав мнения экспертов по экономике, кадрам, праву и бухгалтерии целесообразно разобраться, что можно сделать уже сейчас [1; 2].

Чем лучше специалисты малого бизнеса подготовятся к возможному кризису – тем выше шансы, что фирма сможет его преодолеть без драматических потерь. Центральный банк повысил ставку до рекордного значения и объяснил, что такая мера защитит сбережения граждан от обесценивания. А для бизнеса повышение ставки будет иметь следующие последствия: вырастут суммы пеней и неустоек, которые составляют 1/300 ключевой ставки за каждый день просрочки в первые 30 дней. Кроме того, кредиты для малого бизнеса станут дороже: ставка в этом случае рассчитывается как ставка рефинансирования плюс три процентных пункта.

Увеличится налог на доходы физических лиц (НДФЛ) с материальной выгоды сотрудников, которые получили от малого предприятия беспроцентный заем или заем по ставке ниже 2/3 от ставки ЦБ [1]. Положительным фактором является то, что сумма пени, которые возвращает Федеральная налоговая служба (ФНС) за просрочку по возврату переплат, тоже увеличится.

Второй проблемой, с которой уже столкнулся малый бизнес – как платить зарплату работникам в новых условиях, поскольку санкций в отношении российских банков и платежных систем с каждым днем становится больше. С ними растет и число вопросов: какие банки попали под санкции, нужно ли снимать наличные с карты сейчас? На 28 февраля 2022 года под западные санкции попали: ВТБ, «Совкомбанк», «Новикомбанк», «Открытие» (в том числе «Точка»), «Промсвязьбанк» (ПСБ): блокировка активов в США и запрет на сотрудничество с американскими контрагентами; Банк «Россия», «Газпромбанк», «Россельхозбанк», «Московский кредитный банк»: ограничения на привлечение капитала; Сбер: закрытие корсчетов в США до 26 марта [2].

Таким образом, малый бизнес может оказаться в следующей ситуации. Сотрудники получают зарплаты на карты перечисленных банков, за исключением Сбера, или банков, против которых еще объявят санкции. Карты MasterCard и Visa продолжают работать внутри России, можно оплачивать товары в интернет-магазинах. Но сделать перевод за рубеж или оплатить покупку в международном интернет-магазине будет невозможно с этих карт.

Для оплаты покупок за рубежом можно посоветовать использовать карты других банков. По закону сотрудник в любой момент может написать заявление на перевод вознаграждения на карту, открытую в любом банке.

Возможна другая ситуация. Сотрудники получают зарплату на карты банков, которые не попали под санкции. Эти карты обслуживаются в обычном режиме. С оплатой услуг фрилансеров и штатных сотрудников, которые проживают за рубежом, сложнее.

И наконец возникает третья ситуация. Сотрудники получают зарплату на карты MasterCard и Visa, открытые в одном из банков под санкциями (кроме Сбера). Расплатиться этими картами невозможно.

Руководителю малого предприятия следует продумать и обсудить с работником способ оплаты. Одним из вариантов может быть оплата на действующую карту MasterCard или Visa любого российского банка, который не находится под санкциями. Пока всё работает. Если не критично, по согласованию с сотрудником перевести деньги на счет кого-то из родственников или доверенных лиц в России. В Трудовом кодексе (ТК) РФ нет указания, что счет или карта для оплаты труда должны быть непосредственно оформлены на сотрудника. Понадобится заявление от работника с реквизитами карты.

Вторым способом может быть перевод на открытый счет физического лица в любом из российских банков. Сотрудник с помощью приложения банка сам переведет деньги на удобный электронный кошелек, счет, карту или конвертирует в валюту. Возможно, работодателя попросят компенсировать затраты на комиссии.

Третий способ – воспользоваться системой международных лояльных переводов. Например, Contact, Moneygram, «Юнистрим», «Золотая корона» и т.д. Перед переводом наличными необходимо уточнить, работает ли представительство в городе, где находится сотрудник. Сделать перевод можно: офлайн, в отделении банка, подключенного к системе; онлайн. С переводами через Western Union могут возникнуть проблемы: медленная обработка, ошибки, отказы [2].

24 февраля РИА Новости сообщили, что отправка денег через приложение или сайт WU и для россиян приостановлена. Сделать перевод можно было только в пункте банка-партнера. По данным на 26 февраля, официальный сайт снова заработал. Правильно рассчитать зарплату для удаленщиков в России, а также сократить налоговые издержки помогут специалисты на аутсорсинге. Это обойдется дешевле, чем платить штатному бухгалтеру.

Наложение санкций на ряд банков породил ажиотаж спроса на дебетовые карты и терминалы банков первого эшелона, против

которых не объявлены санкции. Речь о «Альфа-банк», «Тинькофф-банк», «Райффайзенбанк» и другие. Бизнес моментально ощутил неудобства. Например, в бизнес-сообществах отмечают, что все, у кого терминалы по эквайрингу банков под санкциями, не могут списать средства с виртуальных карт Booking.com и Expedy [1].

В этом случае следует срочно заказать терминал другого банка.

С 24 февраля предприниматели жалуются на регулярные сбои в платежах. Но банки утверждают, что это происходит по независящим от них причинам, в частности – Сбер, по которому санкции ударили легче, чем по другим. Проблема может быть в позиции контрагента, который на фоне геополитической обстановки срочно разрывает отношения с российскими партнерами, например, сервис Airbnb. Деньги могли не отправить – или отозвали платеж.

Актуально для предпринимателей, которые работают с иностранными сотрудниками или контрагентами SWIFT – это межбанковская организация, которая обеспечивает безопасность международных операций. 27 февраля Великобритания, Германия, Италия, Канада, США, Франция, а также Еврокомиссия договорились отключить подсанкционные российские банки от SWIFT. Хорошая новость в том, что есть менее функциональные и распространенные, но все же альтернативы. Все зависит от страны и банка партнера малого бизнеса. Внутри России на SWIFT приходится всего 20% операций.

Большая часть совершается при помощи Системы передачи финансовых сообщений (СПФС), это разработка Центробанка. К системе подключены несколько белорусских банков, по одной финансовой организации – в Армении и Киргизии. Вопрос о присоединении обсуждают с Китаем. Еще один способ – использование корреспондентских счетов при расчетах. Иностранные банки смогут открывать у себя корсчета российских и выступать посредниками [2].

На данный момент санкциями эта функция заблокирована для Сбера. Выходом из сложившейся ситуации может быть подключение банков к CIPS (China International Payments System) – это китайский аналог SWIFT. По данным некоторых изданий, при отключении от SWIFT карты Visa и MasterCard могут работать с перебоями даже внутри России. В любом случае, проблема отключения от SWIFT будет всеобщей, и ее будут решать на уровне банков и правительства [2].

Руководству малого бизнеса следует договариваться с партнерами об отсрочке, если возникнет необходимость. Российские законодатели постоянно реагируют на санкции в отношении российских компаний. Эксперты используют все актуальные изменения в законах для помощи бизнесу.

При сделках с иностранными партнерами несколько рекомен-

даций при разработке условий контракта помогут защитить интересы и снизить финансовые риски. Руководителю малого бизнеса следует прописать способы обеспечения выполненных обязательств: залог, неустойка, задаток, удержание имущества или документов должника. Необходимо распределить расходы.

Следует предусмотреть возможность расчетов банковским аккредитивом. В дополнение к договору можно заключить дополнительное соглашение банковской гарантии или страхования риска неисполнения контракта. Эти обеспечительные меры помогут в суде арестовать счета или имущество фирмы-должника. Чтобы создать для фирмы предсказуемые правовые условия, необходимо определить и прописать в тексте соглашения:

а) применяемое право: к примеру, «законодательство России»;

б) компетентный суд, куда обращаться, если возникнут разногласия: например, «в Арбитражном суде Республики Мордовия».

Рекомендации актуальны и для существующих контрактов. Достаточно совместно разработать и подписать с обеих сторон дополнительное соглашение. Перед подписанием договора следует отдать текст на проверку профессиональному юристу. Например, грамотные бизнес-юристы аутсорсинга Главбух Ассистент подскажут, нет ли в формулировках «подводных камней» и насколько соглашение выгодно бизнесу.

Текущую ситуацию: санкции в отношении российских банков, авиаперевозок и прочие ограничения – можно охарактеризовать как форс-мажор, поскольку бизнес не в состоянии повлиять.

Уместно связаться с партнером и оформить дополнительное соглашение к основному контракту. Прописать: сроки исполнения договора с учетом ситуации: если это возможно, продлить срок поставки; возможную отсрочку оплаты за услугу или товар, или иной порядок выплат (по другим реквизитам, аккредитив и т.д.); возможность отказа от исполнения контракта, условия возврата предоплаты.

Перечислим основные «узкие места», которые – при худшем сценарии – грозят российским предпринимателям с точки зрения информационных технологий (ИТ). Замедление скорости интернета или полное отключение интернета России не грозит – на территории работают российские провайдеры. Пострадать могут отдельные сайты и сервисы – по инициативе как западных компаний, так и Роскомнадзора.

Так, 25 февраля Роскомнадзор замедлил работу Facebook [1]. А 24 февраля пользователи плагина для создания графики и симуляций Insyudium получили сообщение о прекращении действия их лицензии. О полномасштабном ограничении в сервисах соцсетей пока речи не идет, но блокируют отдельные сайты.

Если бизнес высокочитализирован, обойти ограничения могут такие меры:

1) установить Sensor Tracker – плагин может восстановить доступ к недоступным адресам;

2) войти на заблокированный сайт возможно с помощью Psiphon и Lantern;

3) скачать FireSide – это мессенджер без функционала групповых чатов – на крайний случай, работает только на Android;

4) приобрести VPN – у программы должна быть функция обфускации, это метод защиты кода, запутывающий анализ извне [2].

Фирмы, которые используют зарубежные сервисы для координации работы сотрудников и управления проектами, уже рассматривают отечественные альтернативы.

Правительство Российской Федерации разработало ряд законодательных актов по поддержке отечественного бизнеса [3; 4; 5].

Представители малого и среднего бизнеса в 2022 году смогут воспользоваться кредитными каникулами – взять отсрочку по возврату кредита или уменьшить размер платежей в течение льготного периода. Главное условие – предприниматель должен работать в одной из отраслей, перечень которых утвержден Правительством РФ [3].

Предложено упростить разработку градостроительной документации, установить льготную аренду земельных участков. Эти и другие меры поддержки помогут российским строителям сохранить высокие темпы ввода в эксплуатацию гражданских и промышленных объектов в условиях санкционного давления. Также предложено упростить регистрацию прав на построенные объекты [4].

Российские промышленные компании и индивидуальные предприниматели (ИП), пострадавшие от введения санкций, смогут получить отсрочку исполнения ряда обязательств по полученным субсидиям на выполнение проектов. Такое решение позволит снизить нагрузку на производственный цикл, сохранить его устойчивость [5].

Резюмируя вышеизложенное, экономический кризис – не повод для паники, и, если использовать все возможности для развития, можно не только остаться на плаву, сохранить свой бизнес, но и оказаться далеко впереди тех, кто просто пережил трудные времена.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнес в кризис: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.business.ru/article/3910-biznes-v-krizis>.

2. Лента новостей по санкциям и мерам поддержки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.business.ru/blog/304-antikrizisnaya-instruktsiya-kak-malomu-biznesu-podgotovitsya-k-sanktsiyam>

3. Утвердили перечень отраслей для предоставления кредитных каникул малому и среднему бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Сайт Прави-

тельства РФ, Постановление Правительства от 10.03.2022 № 337 <https://vip.1gl.ru/#/document/16/119491/bssPhr55/>.

4. Стройке не дадут остановиться. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Сайт Правительства РФ, Законопроект № 84938-8 <https://vip.1gl.ru/#/document/16/119491/bssPhr115/?of=cory-8c0ef466a2>.

5. Промышленники получили отсрочку на исполнение обязательств по субсидиям. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Информация Правительства РФ, Законопроект № 84976-8.

УДК 339.17:339.138

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ КАМЧАТСКОГО КРАЯ

Надежда Леонидовна Рогалева, кандидат экономических наук, доцент

Татьяна Георгиевна Проценко, доктор экономических наук, профессор

Камчатский филиал Российского университета кооперации

E-mail: nadya.6426@mail.ru

FEATURES OF THE MARKET OF SHOPPING AND ENTERTAINMENT CENTERS OF THE KAMCHATKA TERRITORY

Nadezhda Leonidovna Rogaleva, PhD in Economics, Associate Professor

Tatyana Georgievna Protsenko, Doctor of Economic Sciences, Professor

Kamchatka branch of the Russian University of Cooperation

В статье автор рассматривает новые рыночные трансформации в Камчатском крае. Определяет актуальность появления торгово-развлекательных центров на Камчатке, приводит описание и особенности их деятельности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: рынок, торговый центр, Камчатский край, торговля.

In the article, the author examines new market transformations in the Kamchatka Territory. Determines the relevance of the appearance of shopping and entertainment centers in Kamchatka, gives a description and features of their activities.

K e y w o r d s: market, shopping center, Kamchatka Territory, trade.

В последнее время наблюдаются существенные перемены в Камчатском крае сферы розничной торговли: происходит сокращение числа розничных рынков посредством их преобразования в торгово-развлекательные центры.

За последние годы торговые центры превратились в места проведения досуга, как правило, семейного, когда покупки – цель второстепенная. Результатом этой тенденции становится появление крупных торговых комплексов, дополненных развлекательной составляющей – торгово-досуговых центров (ТДЦ). Торговые центры сегодня – это больше, чем просто «посредники между производством и потреблением», это центры социальной активности населения [1].

В вопросе классификации торговых центров также нет единого мнения. До недавнего времени в США и Европе была распространена ступенчатая типология торговых комплексов, ключевым показателем которой выступала значимость ТЦ с точки зрения масштаба обслуживаемой территории. Но в связи с увеличением числа личных автомобилей отношение к ступенчатой классификации было изменено: размещение предприятий современной торговой сети стало определяться не местом, где покупатель живет, а тем, где ему будет удобнее приобрести товар [3].

Сегодня в мире используется несколько стандартов торговых объектов: в США применяется классификация Urban Land Institute; в Европе – International Council of Shopping Centres. В России попытки ввести аналогичную единую классификацию торговых центров предпринимались неоднократно, однако до сих пор крупные компании стараются согласовать некие общие понятия. В итоге компании, работающие на российском рынке, пользуются классификацией и терминологией, принятой «материнской» или партнерской западной компанией, или же той, которую они считают наиболее верной [2].

Уровень конкуренции на рынке торговых центров с каждым годом возрастает. На территории Камчатского края ежегодно открывается несколько новых торговых комплексов. В данном курсовом проекте были рассмотрены пять торговых центров Петропавловска-Камчатского. Было проведено исследование с целью выявления потребительской оценки привлекательности данных торговых центров. При проведении анализа использовался метод анкетирования: в ходе исследования было опрошено 400 жителей города Петропавловска-Камчатского: по 80 человек в каждом из пяти торговых центров.

Подходящими для проведения опроса были выбраны жители г. Петропавловска-Камчатского, являющиеся частыми посетителями торговых центров – дальнейший анализ был проведен на основе анкет данных респондентов.

При этом было установлено, что часть опрошенных редко может позволить себе приобрести что-либо, являясь при этом частыми посетителями ТЦ, а, следовательно, данную группу респонден-

тов привлекают, в большей степени, досуговые функции торгового центра [3].

Крупнейшим из рассматриваемых ТЦ является торговый центр «Шамса»; стоимость аренды в данном торговом центре самая высокая, т.к. он наиболее привлекателен для потребителей. ТЦ «Шамса», по мнению потребителей, отличается большой широтой ассортимента, в нем со средней частотой проводятся разнообразные акции. При этом чуть больше половины потребителей не считают парковку у данного торгового центра удовлетворительной. Около половины потребителей, опрошенных в ТЦ «Шамса», не смогли совершить определенных покупок в ТЦ – наибольшая доля респондентов не могла приобрести здесь одежду из-за слишком высоких цен в бутиках.

Вторым по площади является ТЦ «Глобус»; стоимость аренды в нем ниже, чем в ТЦ «Шамса», но все же выше, чем у остальных рассматриваемых торговых центров. ТЦ «Глобус» отличается примерно одинаковым соотношением близости и дальности от жилья потребителя. По оценкам респондентов ТЦ «Глобус» не выделяется среди остальных торговых центров низкими ценами или широким ассортиментом, однако выгодно отличается проводимыми акциями и скидками, а также наиболее удобной, по мнению потребителей, парковкой. Данный ТЦ отличается наличием мебельного отдела с широким ассортиментом: треть респондентов предпочитает посещать данный ТЦ именно из-за его мебельного магазина. При этом потребители, которые не смогли приобрести в данном ТЦ продукты, жаловались на отсутствие многих видов пищевой продукции на полках продуктового отдела, а респонденты, которые не смогли купить одежду, отмечали скудность ассортимента бутиков.

Меньшим по площади, но не менее востребованным является ТЦ «Галант-Plaza», содержащий городской рынок. Он расположен весьма удобно для потребителей; стоимость аренды здесь находится на среднем уровне. Этот торговый центр лидирует по низким ценам согласно оценкам потребителей, имеет широкий, по их мнению, ассортимент товаров – во многом, из-за городского. Меньше половины потребителей считают парковку у ТЦ «Галант-Plaza» удовлетворительной. При этом потребители отмечают завышенные цены на парфюмерию в ТЦ в сравнении с другими магазинами города.

ТЦ «Парус» находится на предпоследнем месте по занимаемой площади, арендная плата находится примерно на одном уровне с арендой в ТЦ «Глобус». Соотношение близости и дальности ТЦ от дома потребителей является примерно одинаковым, парковкой у ТЦ удовлетворена лишь треть посетителей. Также данный ТЦ, по

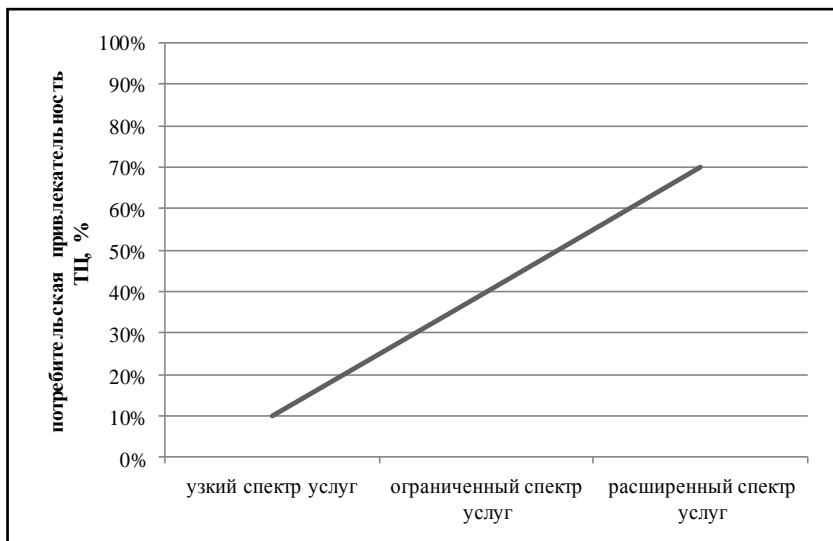
мнению потребителей, не отличается широтой ассортимента и имеет самые высокие цены среди рассматриваемых торговых центров. В данном ТЦ покупатели чаще всего посещают бутики с одеждой: при этом некоторые из них не могут совершить покупку из-за отсутствия нужных им размеров. Также некоторые потребители не смогли приобрести парфюмерную продукцию в ТЦ из-за отсутствия предпочитаемых ароматов.

Последний из рассматриваемых торговых центров – ТЦ «Евразия» – отличается наименьшей площадью и самыми низкими ценами на аренду. Расположенный на основной транспортной ветке, он имеет среднюю привлекательность для потребителей. По широте ассортимента данный ТЦ не может конкурировать с другими рассматриваемыми в курсовом проекте торговыми центрами, однако множество потребителей считает цены здесь низкими. Многие респонденты не смогли купить одежду и продукты в связи с отсутствием нужного им товара в магазинах, содержащихся в торговом центре.

Проведенный анализ позволил выделить ряд особенностей торговых центров в сравнении с крупными ТРЦ материка, крупные торговые центры Камчатского края на сегодняшний день сильно уступают современным ТЦ материковой части Российской Федерации. Торговые площади камчатских торговых центров не настолько велики, как площади ТЦ материка, соответственно, парковка у торговых центров куда хуже, а количество арендаторов гораздо меньше. Число предоставляемых торговыми центрами брендов тоже не так велико, как могло бы быть – на это сильно влияет транспортная удаленность Камчатского края. Транспортная удаленность влечет за собой низкую информированность жителей края о современных тенденциях на рынке торгово-досуговых центров, что, в свою очередь, оказывает влияние на спектр предоставляемых ТЦ услуг.

На основании выделенных особенностей можно составить модель, отражающую зависимость потребительской привлекательности торговых центров от широты спектра предоставляемых ими услуг. На рисунке можно наблюдать прямую линейную зависимость потребительской привлекательности ТЦ (спроса) от спектра услуг (предложения).

Камчатский потребитель не знает большого разнообразия услуг, которые в перспективе могли бы предоставить торговые центры края. Здесь потребитель не «избалован» разнообразием услуг, множеством торговых брендов и т.д. – можно сказать, что на рынке торговых центров Камчатского края присутствует скрытый спрос. Соответственно, расширение спектра услуг ТЦ в ближайшее время приведет к увеличению потребительской привлекательности торгового центра и, соответственно, усилению его конкурентной позиции.



Графическое представление модели зависимости потребительской привлекательности ТЦ от спектра предоставляемых услуг

Таким образом, на сегодняшний день крупные ТЦ Камчатского края по всем показателям уступают современным материковым торговым центрам. Во многом это обеспечено транспортной удаленностью края от остальных субъектов РФ. Эта удаленность влечет за собой отсутствие информации о современных тенденциях на рынке торгово-досуговых центров, что, в свою очередь, оказывает влияние на спектр предоставляемых торговыми центрами услуг – на рынке ТЦ присутствует скрытый спрос.

В связи с этим расширение спектра услуг может способствовать повышению конкурентоспособности торгового центра и усилению его потребительской привлекательности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коммерческая концепция как фактор позиционирования торгово-развлекательных центров / Л. Б. Нюренбергер, А. Е. Архипов, Н. Л. Рогалева, Э. М. Климова. Петропавловск-Камчатский : Камчатский государственный технический университет, 2014. 141 с.
2. Современные подходы к размещению предприятий торговли в мегаполисе / Л. Б. Нюренбергер, О. В. Леушина, Н. Л. Рогалева, В. В. Ожигов // Актуальные вопросы регионального развития : Сборник научных трудов / Ответственный за выпуск Я.В. Ганич. Петропавловск-Камчатский : Камчатский государственный технический университет, 2016. С. 66–70.
3. Рогалева, Н.Л. Современные подходы к классификации торговых центров: зарубежный и отечественный опыт / Н. Л. Рогалева, Э. Н. Климова, И. И. Пархурова // Вестник Российского университета кооперации. 2015. № 3(21). С. 65–73.

УДК 330.354

**ВОЛАТИЛЬНОСТЬ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ
И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ IPO**

Марина Александровна Скворцова, кандидат экономических наук, доцент

Татьяна Александровна Ковлягина, магистрант
Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: m.a.skvortsova@ruc.su; t.a.kovlyagina@ruc.su

**SECURITIES MARKET VOLATILITY
AND ITS IMPACT ON THE EFFICIENCY OF IPO**

Marina Aleksandrovna Skvortsova, PhD in Economics, Associate Professor

Tatyana Alexandrovna Kovlyagina, Master's Degree student
Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье описывается необходимость формирования и эффективность проведения IPO. Подтверждается степень важности волатильности рынка ценных бумаг, поскольку для российского фондового рынка специфична высокая степень изменчивости рынка, которые необходимо взять в приоритет абсолютно любым участникам, включая эмитентов. Именно поэтому, необходимо правильно трактовать понятие волатильности рынка. Ведь общее состояние мировой и отечественной экономики является основным условием эффективного функционирования рынка публичных размещений акций.

К л ю ч е в ы е с л о в а: волатильность, фондовый рынок, экономика, стратегия, хозяйствующий субъект, IPO.

The article describes the need for the formation and effectiveness of the IPO. The degree of importance and relevance of the definition of the volatility of the securities market is confirmed, since the Russian stock market is characterized by a high degree of market volatility, which must be taken as a priority by absolutely any participants, including issuers. That is why it is necessary to correctly interpret the concept of market volatility. After all, the general state of the world and domestic economy is the main condition for the effective functioning of the market for public offerings of shares.

K e y w o r d s: volatility, stock market, economics, strategy, business entity, IPO.

Высокая волатильность является характерной чертой статистики фондовых рынков в развивающихся странах. Однако, что касается фондового рынка, то он более всего подвержен резким скачкам в области изменений в положительную или отрицательную сторону. Такие действия, происходящие в экономике страны за последнее

время демонстрируют ее чувствительность в области дисбаланса и низкой степени диверсификации отраслевых рисков.

Термин IPO подразумевает в своей основе первичное размещение акций и их последующую продажу, в том числе и в форме депозитарных расписок. Такое понятие, как «волатильность» в литературных источниках разного типа интерпретируется по-разному. Так, например, Лозовский Л.Ш. формировал это понятие, как непостоянство и изменчивость курса на бирже за определенный период времени. Согласно Алехину Б.И., волатильность, это свойство рынка, имеющее в своей основе частоту и амплитуду колебаний цен, а также, испытывающая на себе влияние институциональной структуры рынка [1].

Исходя из вышеперечисленного, можно сформировать следующее определение волатильности рынка – изменчивость, неустойчивость конъюнктуры любого типа рынка, включающие его ценовые колебания и их диапазон.

Фундаментом при формировании как статусного понятия как цена с учетом рынка фондового типа является объем ценных бумаг, направленных на дальнейшую продажу и финансовый капитал, инвестируемый в ценные бумаги [2].

Временные отрезки, где рынок фондового типа представлял из себя период высокой волатильности, по мнению исследователей, отмечается именно во время падения рынка. Так, не сложно определить, что резкий рост волатильности берет свое начало именно в период рецессии по одной основной причине, а именно, прибыль, которая фиксирует отрицательную динамику упадка, провоцирует временной период постоянных издержек, которые становятся в такой ситуации лишь тяжелее, и, как следствие, волатильность прибыли отмечает ускоренный рост.

Однако, стоит иметь ввиду и то, что чрезмерно высокая волатильность рынка акций способна спровоцировать обстановку на фондовом рынке к тому, что IPO, будет не успешным. В то время, как, успешное размещение подразумевает в своей основе достижение трех основных компонентов сделки, а именно, компания, продавцы и инвесторы.

Такие факторы, как широта размещения, надежные держатели акций; стабильность интересов инвестора, стабильный рост акций на фондовом вторичном рынке должны быть также взяты во внимание. Учитывая различного рода факторы, в том числе и вышеперечисленные, стоит отметить, что успешная процедура ИРЦ возможно у компаний, которые имеют следующие характерные особенности: крупные, имеющие фиксированную прибыль [3].

Временной промежуток, это также немаловажный фактор при формировании успешной процедуры IPO. Здесь работает такой

аспект, который имеет в своей основе специфику запрета на размещение собственных акций компании в случае нескольких эмиссий на торговой арене. Ведь, при таком раскладе все денежные ресурсы будут растранижены между несколькими эмитентами, и как итог, компания может не получить максимальной оценки стоимости своих акций. При всем этом, также, стоит отметить тот факт, что этап формирования и проведения процедуры IPO представляет собой продолжительный период, а положение рынка ценных бумаг периодически видоизменяется. Именно поэтому, на развитых рынках достаточно популярен «эффект IPO», расшифровываемый, как рост цены на акции компании-эмитента по окончании процедуры IPO.

На российском рынке фиксировалось подобное явление, получившее название «окно IPO», имеющее в своей основе следующую специфику, а именно, с образованием каждой следующей зоны определялся временной диапазон, внутри которого рынок фондового типа переоценивал бумаги компаний, работающих в той или иной отрасли или области [2].

Для более наглядного примера, проанализируем несколько состоявшихся размещений российских компаний.

Например, так называемые «народные IPO». Народное IPO – это, когда широкий круг инвесторов может свободно купить акции ведущих российских компаний и банков (Роснефть, ВТБ и Сбербанк), «рекламу» которых осуществляли в том числе и президент, с правительством.

Основания для негативных результатов народных размещений, по мнению экономистов-экспертов могут заключаться в постоянно меняющемся положении мировых рынков финансового типа. Ведь, кризис в финансовом плане всегда проникает абсолютно во все ипостаси экономики, а особенно, в секторы банковской сферы деятельности. Именно по этой причине начинается переосмысление банков по всему земному шару. Данное обстоятельство, как следствие, оказывает большое влияние на котировки ВТБ и Сбербанка.

Если взять несколько давние сводки российских IPO, то можно отследить факт того, что акции Русала в первый день торгов на фондовой бирже Гонг Конга сократились на 10,6%. И этот факт стоит рассматривать с учётом того, что общая капитализация Русала при появлении на рынке фондового типа изначально оценивалась в 21 млрд дол., так, в первый день торгов акции Русала упали на 2,23 млрд дол.

В качестве еще одного яркого примера разумно также привести компанию «Протек» (фирма-гигант в области оказания фармацевтических услуг на территории Российской Федерации) и «Русское

море» (фирма, занимающаяся переработкой рыбы и морепродуктов). Так, фирмы «Протек» и «Русское море» опубликовали собственные ценные бумаги на площадках российского рынка фондового типа и получили от инвесторов чуть больше долларов.

Таким образом, подводя итоги вышесказанного, стоит отметить, что большая часть компании, являющихся эмитентами имеют огромное желание приобретать денежные ресурсы с финансового рынка, не беря при этом в расчет свою репутацию в долгосрочной перспективе.

Однако, именно это обстоятельство может в отрицательной динамике сказаться на уровне волатильности рынка фондового типа.

Однако, сторона имеет две медали и, поэтому распознавая воздействие волатильности рынка ценных бумаг на успешность/неуспешность IPO, стоит отметить, что, наиболее комплексное и цельное состояние экономической сферы страны это и есть важнейшее и фундаментальное положение, при котором возможно рациональная и правильная жизнедеятельность рынка фондового типа с размещенными там акциями и ценными бумагами публичного статуса.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Пасенов, А.Н.*, Концепция устойчивого развития: историко-правовые аспекты / Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2019. № 10 (259). [Электрон. ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-ustoychivogo-razvitiya-istoriko-pravovye-aspekty>.

2. *Галанов, В.А.* Рынок ценных бумаг. М.: Финансы и статистика, 2018. С. 396.

3. *Шпилев, Д.О.* Нормативное обеспечение экономической устойчивости предприятия / Д. О. Шпилев, М. А. Скворцова // Экономика и управление: вызовы, проблемы, перспективы: Сборник научных статей по материалам научно-практической конференции преподавателей и студентов, Москва, 24 апреля 2020 года. М.: Московский финансово-юридический университет МФЮА, 2020. С. 450–457.

УДК 339.5

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТОВАРНО-СЫРЬЕВОГО РЫНКА

Марина Александровна Скворцова, кандидат экономических наук, доцент

Яна Эдуардовна Ионова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: m.a.skvortsova@ruc.su; st804049@ruc.su

CHARACTERISTICS OF THE BASIS OF THE FUNCTIONING OF THE INTERNATIONAL COMMODITY MARKET

Marina Aleksandrovna Skvortsova, PhD in Economics, Associate Professor

Yana Eduardovna Ionova, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье дается характеристика международного товарно-сырьевого рынка, где главную роль играет рынок топлива, нефти, нефтепродуктов, природного газа и каменного угля. Раскрывается классификация и сущность товарно-сырьевых бирж, как универсальных, так и специализированных. Описаны наиболее крупные представители мировых специализированных бирж.

К л ю ч е в ы е с л о в а: мировой рынок, товарно-сырьевая биржа, сделка, котировки, цена.

The article gives a description of the international commodity market, where the main role is played by the market for fuel, oil, oil products, natural gas and coal. The classification and essence of commodity exchanges, both universal and specialized, are revealed. The largest representatives of the world's specialized exchanges are described.

K e y w o r d s: world market, commodity exchange, deal, quotes, price.

Международный товарно-сырьевой рынок – это общность понятий: товарного и мирового рынков. Он состоит из торговли товарами из разных стран, которые образуют вместе единый рынок, где все ресурсы обращаются с целью обмена или продажи. С точки зрения международного бизнеса – это взаимодействие и взаимодополняемость национальных и международных рынков [1].

Товарно-сырьевой рынок каждый год расширяется вглубь (выделяются отдельные категории) и в ширь (на основе совершенно новых товаров).

Выделяют 4 группы рынков: рынки традиционных товаров,

рынки наукоемкой продукции, рынки услуг и рынки результатов интеллектуальной деятельности.

Рынки традиционных товаров – это рынки топлива, металлов, пищевой продукции, машин и оборудования. Рынки наукоемкой продукции – рынки электронно-вычислительной техники, военной техники, носителей информации. Рынок услуг – транспортных, туристических.

Главную роль на мировых рынках играет рынок топлива, нефти, нефтепродуктов, природного газа и каменного угля. На операции по данным категориям товаров приходится около 75% всех операций на рынке. В структуре предложения лидируют промышленно развитые страны, их доля 70%. Рынки цветных и черных металлов занимают второе место после топливно-энергетических.

Большая часть торговли сырьевыми товарами приходится на контракты на фьючерсы. Цель торговли фьючерсами – либо застраховаться от риска изменения цены (хеджирование), либо получить прибыль, спекулируя на цене. Если спекулянт считает, что цены будут расти, он покупает фьючерсный контракт и продает его, когда пожелает (например, в более отдаленную дату поставки). Спекулянт либо выигрывает (если цены выросли), либо проигрывает (если они упали), причем разница обусловлена изменением цены.

Из-за их влияния на экспортные поступления колебания цен часто считаются причиной колебаний темпов роста стран, производящих первичные товары, особенно с учетом того, что экспорт одного первичного товара (например, нефть) составляет значительную часть общего объема экспорта многих стран.

В начале своего существования товарно-сырьевой рынок выступал как самостоятельный рынок и не имел точек соприкосновения с финансовым рынком. Но по истечении времени, роль данных рынков стала падать: стало очень мало государств и компаний, которые были бы готовы торговать реальным товаром. Торговля такими категориями как: чугун, спирт, сено, уголь и многими другими перестала существовать. И тогда произошла революция на товарно-сырьевых биржах – они стали использовать вторичные финансовые инструменты в своей торговле, которые были заимствованы из деятельности финансовых рынков.

Деятельность на товарно-сырьевом рынке происходит на биржах. Товарно-сырьевая биржа – это специальная платформа, где проводятся и совершаются сделки по купле-продаже товаров. В основном торги проходят не по поводу физического товара, а в виде борьбы за фьючерсные контракты. Все операции на товарно-сырьевых биржах проводятся дистанционно в любое время дня и

ночи. У каждой биржи есть собственная система, где собирается вся актуальная информация по предложениям и ценам от продавцов и сопоставляются наиболее выгодные сделки.

Сделки на товарно-сырьевых биржах подразделяются на торговлю реальным товаром или на купле-продажу без реально существующего объекта. Сделки с реальными товарами происходят путем форвардных сделок (отсрочкой срока поставки), бартера (обмен товара на товар), сделок с особым условием (определенное поручение клиента). Если объекта сделки не существует в физическом воплощении, то сделки основываются на фьючерсных (фьючерс – это контракт купить или продать товар по определенной цене в будущем) или опционных (опцион – это право купить или продать товар по определенной цене в будущем) контрактах.

Товарно-сырьевые биржи бывают универсальные и специализированные. Универсальные биржи отличаются расширенным ассортиментом торгуемых товаров, обладают наибольшим объемом совершаемых сделок купле-продажи.

Специализированные биржи основываются на узкой группе товаров или ресурсов. Например, Нью-Йоркская биржа кофе, какао, сахара, Лондонская биржа металлов (LME) и другие. Наиболее крупные представители:

NYMEX – New York Mercantile Exchange, товарно-сырьевая биржа, которая является главным игроком на мировом рынке по торговле нефтяными фьючерсами. Ежедневно на ней совершается примерно 3,5 миллиона сделок по фьючерсам на сырую нефть, из которых 200 тысяч приходится на контракты по марке Brent.

Таблица 1
Средний дневной объем сделок на бирже NYMEX, 2020 г.

Товар	Группа товаров	Количество заключенных сделок	Открытых сделок
Фьючерсы на нефть	Нефть	2 441 899	2 384 520
Фьючерсы на природный газ	Природный газ	442 868	1 257 859
Фьючерсы на бензин	Переработанные товары	234 091	373 645
Фьючерсы на марку Brent	Нефть	228 285	260 947
Фьючерсы на мазут	Переработанные товары	189 198	362 275
Опционы на нефть	Нефть	175 183	2 804 311
Опционы на природный газ	Природный газ	122 517	2 478 968

Источник: составлено автором на основе данных CME Group, Top 10 Energy Products [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cmegroup.com/> (Дата обращения: 18.12.2021).

Как представлено в табл. 1, самый торгуемый товар на бирже

NYMEX – это нефть. На нее приходится, как и самое большое число запросов, так и самое большое число проведенных сделок. В общей сложности в 2021 году в день проводилось 2 845 367 нефтяных сделок, а также оставались открытыми более 5 миллионов. Наибольшая популярность приходится на фьючерсы, второе место занимают опционы.

СМЕ – Чикагская товарная биржа, совершающая сделки с товарным обменом. Основные категории товаров – это продукты питания, пиломатериалы, домашний скот. Также она оперирует с процентными ставками и фондовыми индексами [2].

ЛМЕ – Биржа металлов Лондон, на ней осуществляются операции по следующей группе металлов: цветные: свинец, цинк, олово, алюминий, никель; черные металлы: сталь; малые металлы: кобальт, молибден, литий; драгоценные металлы: золото, серебро, платина, палладий. В год на бирже заключается более 170 миллионов контрактов [3].

Количество сделок на бирже за год сократилось на 4,64%, наибольшее снижение продемонстрировало золото – 63,13%. Лидерами по количеству сделок являются алюминий, медь и цинк, их суммарная доля составляет 77,3% всех сделок (табл. 2).

Таблица 2

Объем фьючерсных и опционных сделок на бирже LME, 2019–2020 гг.

Товар	Количество сделок 2019	Количество сделок 2020	Темп прироста
Алюминий	68 174 023	68 820 290	-0,94%
Медь	37 091 448	40 324 614	-8,02%
Цинк	30 929 234	34 342 873	-9,94%
Никель	25 278 551	24 625 068	2,65%
Золото	269 933	732 188	-63,13%
Серебро	70 800	148 566	-52,34%
Всего	176 231 369	184 816 059	-4,64%

Источник: составлено автором на основе данных London Metal Exchange, 2021 TRADING VOLUMES, TURNOVERS IN LOTS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lme.com/> (Дата обращения: 18.12.2021).

NYBOT – Нью-Йоркский совет по торговле, одна из самых старых бирж в мире, специализируется на сахаре, кофе и какао. В 2007 году была поглощена Межконтинентальной биржей (Intercontinental Exchange, ICE), операционный доход которой на 2018 год составляет 2,58 миллиарда долларов США, а ее активы оцениваются в 92,79 миллиарда долларов США [4].

Для определения цен на бирже существуют котировки различ-

ных марок. В качестве справочных цен на сырую нефть используются три основных ориентира:

1. Brent Blend – самая популярная и широко используемая марка сырой нефти. Brent Blend – это легкая нефть, добываемая на четырех месторождениях в Северном море. Транспортировка нефти Brent Blend является более простой, чем других видов нефти, потому что она транспортируется по воде. Из нее изготавливается дизельное топливо и бензин, одни из самых востребованных нефтепродуктов.

2. West Texas Intermediate. Основным ориентиром для нефти в США, WTI добывается из скважин и идет в трубопровод, который заканчивается в Кушинге, штат Оклахома. Это легкая нефть, не имеющая выхода к морю и лучше всего подходящая для транспортировки по трубопроводу. Идеально подходит для переработки в бензин.

3. Dubai Crude – нефть этой марки более низкого качества, чем Brent Blend или WTI. Эта легкая нефть в основном добывается на Ближнем Востоке и транспортируется в Азию через Персидский залив. Она является значительным игроком на рынке, поскольку она представляет собой единственную возможность для инвестирования в ближневосточную нефть.

Существует более 100 марок сырой нефти. Некоторые из наиболее распространенных включают в себя:

Российская экспортная нефть. Масса этой нефти составляет приблизительно 32 по шкале API, это означает, что она среднего качества.

Tapis Crude – марка нефти из Сингапура, поставляемой из Малайзии. Поскольку Brent Blend и WTI дорого транспортировать в Азию, Tapis имеет большое значение для азиатских рынков. Количество добычи данной нефти медленно снижается, поэтому государство строго следит за объемами ее добычи. Открытая в 1969 году, ее месторождения начали разрабатывать только с 1978 года, одна треть добычи принадлежит американской компании «ExxonMobil». Нефть марки Tapis является основой для производства большого объема бензина по низкой цене удовлетворяющего требования азиатского рынка.

Нефть стран ОПЕК (ORB) – основана на различных видах нефти из стран ОПЕК. Приблизительно 13 различных марок нефти входит в ORB. Для того, чтобы выработать общую политику в отношении сырой нефти для контроля над добычей и регулированием цен во всем мире страны ОПЕК создали единую корзину, которая служит средством стандартизации цен на сырую нефть среди стран-членов. Инвесторы не имеют доступа к ORB, но эта марка, используется для фиксирования цен на нефть марки Brent и WTI.

Нефть марки Mexican Maya — это смесь нефти из двух месторождений в Мексике: Кантарелла и Малоба Заап. Эта нефть ранее входила в базовую корзину ОПЕК. Американские нефтеперерабатывающие заводы покупают большую часть тяжелой нефти из Мексики у государственной энергетической компании PEMEX, которой принадлежат данные месторождения.

Нефть марки Western Canadian Select Crude – набирающая популярность на мировом рынке, спрос на нее растет, так как растет добыча нефти в Канаде. Четыре основных производителя занимаются разработкой данной нефти: Talisman, Canadian Natural Resources Limited, Suncor и Cenovus. Нефть WCS в основном перерабатывается в Персидском заливе и продается по более низкой цене за баррель, чем нефть марки Brent.

В заключение стоит отметить, что существует большое количество источников, где предоставляется информация по перечисленным рынкам. Основой всей информации являются отчеты международных организаций таких как: публикации ООН, в лице ЮНКТАД, ФАО, региональных комиссий, ВТО, МВФ, группы Всемирного Банка; публикации авторитетных рейтинговых агентств, доклады интеграционных группировок, государственных служб статистики. Большая часть информации по рынку топливно-энергетических ресурсов содержится в отчетах ОПЕК, Международного Энергетического Агентства и в публикациях крупных компаний данной отрасли, таких как: «Газпром», «Роснефть», «British Petroleum», «Shell», «ADNOC», «Новатэк» и другие.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Хасбулатов, Р.И.* Мировая экономика: учебник. М.: Юрайт, 2018.
2. CME Group, CME [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cmegroup.com/company/cme.html> (дата обращения: 18.12.2021).
3. LME, About [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.lme.com/en-GB/About> (дата обращения: 18.12.2021).
4. Intercontinental Exchange, About [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.intercontinentalexchange.com/about> (дата обращения: 18.12.2021).

УДК 332.142

**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Владислав Александрович Толкунов, соискатель

Российский университет кооперации

E-mail: vladislav.tolkunov@yandex.ru

**INNOVATIVE POTENTIAL AS THE BASIS
OF THE ECONOMIC SECURITY
OF THE BRYANSK REGION**

Vladislav Aleksandrovich Tolkunov, Competitor

Russian University of Cooperation

В статье на основе анализа данных статистики выявлено значительное отставание Брянской области по большинству показателей инновационного развития, что рассматривается как угроза экономической безопасности региона. Основными причинами слабого развития инновационных производств является низкий уровень развития науки; оценка проводилась по показателям численности исследователей, удельного веса региона в совокупной величине внутренних затрат на исследования и разработки, удельного веса научно-технической деятельности, а также деятельности в области информатизации и связи в структуре валового регионального продукта. Внедрение инноваций в производство сдерживается сравнительно невысоким качеством кадрового потенциала региона, о чем свидетельствует низкий удельный вес работников, имеющих высшее профессиональное образование.

К л ю ч е в ы е с л о в а: наука, инновации, инновационная активность, устойчивое развитие, экономическая безопасность, приграничный регион.

Based on the analysis of statistical data, the article reveals a significant lag in the Bryansk region in most indicators of innovative development, which is considered as a threat to the economic security of the region. The main reasons for the weak development of innovative industries is the low level of development of science; the assessment was carried out according to the indicators of the number of researchers, the share of the region in the total amount of internal costs for research and development, the share of scientific and technical activities, as well as activities in the field of informatization and communications in the structure of the gross regional product. The introduction of innovations into production is constrained by the relatively low quality of the region's human resources, as evidenced by the low proportion of employees with higher professional education.

К e y w o r d s: science, innovation, innovation activity, sustainable development, economic security, border region.

На современном этапе мирового развития, характеризующегося обострением конкурентной борьбы в сфере экономики, надежны-

ми конкурентными преимуществами обладают страны (регионы), лидирующие по уровню инновационной активности. А главным фактором социально-экономического прогресса признан человеческий капитал, который, по оценкам Всемирного банка, составляет около 70 % национального богатства экономически развитых стран [1].

Это обстоятельство определяет актуальность исследований, направленных на оценку инновационного потенциала российских субъектов. Особую значимость приобрела эта проблематика в сложившихся геополитических условиях, в которых возможности международного сотрудничества в научно-технологической сфере для российских организаций ограничены введенными в отношении нашей страны экономическими санкциями.

Цель данной статьи – охарактеризовать состояние сферы науки и инноваций в Брянской области.

Брянская область – небольшой регион, расположенный в Центральном федеральном округе (ЦФО): на него приходится 0,2 % площади территории страны, 0,81 % численности населения РФ (на 1 января 2021 г.), 0,4 % валового внутреннего продукта страны [2, с. 28].

Раскрывая научный потенциал Брянской области, под которым обычно понимается совокупность интеллектуальных, институциональных и материальных ресурсов, способствующих генерированию и распространению новых знаний, следует отметить значительное отставание региона от среднероссийского уровня по большинству применяемых для характеристики развития сферы науки показателей (таблица).

В Брянской области функционирует 19 научных организаций, в 2010 – 2020 г. их число увеличилось незначительно, в то время как в РФ учреждений науки стало больше на 20 %.

При этом численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в 2010 – 2020 гг. в рассматриваемом регионе резко сократилась – на 36 %, в РФ показатель уменьшился на 7,8 %.

Численность исследователей в указанный период тоже сильно уменьшилась – на 22,4 % (если расширить временной интервал, то различия еще более сильные, поскольку численность исследователей в Брянской области в 2005 – 2010 гг. сократилась в 3,8 раза, в РФ – на 5,7 %). В РФ в целом, хотя численность исследователей тоже сократилось, но снижение составило 6 %.

Можно предположить, что такие большие различия связаны с аграрной специализацией Брянской области. Чтобы проверить эту гипотезу, обратимся к данным по другим регионам ЦФО, тоже специализирующимся на сельскохозяйственном производстве.

**Основные показатели развития сферы науки
в Брянской области в сравнении
с Российской Федерацией**

[2, с. 905, 908, 910, 922, 944 – 945, 948, 950, 952]

Показатель	Российская Федерация		Брянская область	
	2010 г.	2020 г.	2010 г.	2020 г.
Организации, выполнявшие научные исследования и разработки, единиц	3 492	4 175	17	19
Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, человек	736 540	679 333	790	505
Численность исследователей, человек	368 915	346 497	313	243
Внутренние затраты на научные исследования и разработки, млн руб.	523 377,2	1 174 534,3	202,7	575,9
Выдано патентов, единиц	3 1794	23683	74	103
Число разработанных передовых производственных технологий, единиц	864	1 989	5	10
Число используемых передовых производственных технологий, единиц	203 330	242 931	1 021	1787
Уровень инновационной активности, процентов	9,5	10,8	8,8	10,9
Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе обследованных организаций, процентов	7,9	23,0	6,9	20,4
Объем инновационных товаров, работ, услуг, млн руб.	1 243 712,5	5 189 046,2	4 434,4	31 792,7
в процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	4,8	5,7	4,7	9,7

Сравнение показало, что в Белгородской области численность исследователей в 4 раза, а в Воронежской области – в 24 раза больше, чем в Брянской области.

Хотя таких различий в численности населения между названными субъектами РФ не отмечается: на 1 января 2021 г. численность населения Брянской области составляла 1 182,7 тыс. чел.,

Белгородской области – 1541,3 тыс. чел., Воронежской области – 2305,6 тыс. чел. [2, с. 18].

Слабый уровень развития науки в Брянской области во многом связан с очень низким уровнем оплаты труда ученых: средняя заработная плата научных сотрудников в 2020 г. составляла 58,2 тыс. руб. против 111,1 тыс. руб. в РФ, что соответствует 73-му месту в стране. Среди регионов ЦФО более низко оплачивается труд ученых только в Костромской области, а например, в Белгородской области этот показатель в 2 раза больше и составляет 117,3 тыс. руб. [2, с. 209].

Хотя величина внутренних затрат на научные исследования и разработки в 2010 – 2020 гг. в Брянской области увеличилась в большей степени, чем в РФ (2,8 раза против 2,2 раза), но в сумме совокупных затрат в стране в целом на Брянскую область приходилось 0,06 % в 2019 г. и менее 0,05 %. Еще хуже обстоит дело с капитальными затратами в сфере науки – в совокупной величине капитальных затрат на научные исследования и разработки в РФ на регион приходилось 0,0008 % в 2019 – 2020 гг. (по стоимости это 0,6 млн руб. (0,5 млн руб. – на приобретение компьютерной техники, 0,1 млн руб. – на покупку программ) в 2019 г. и 0,7 млн руб. (потрачено на приобретение оборудования) в 2020 г.).

Что касается инновационной активности хозяйствующих субъектов, то показатели Брянской области близки к среднероссийскому уровню, а доля инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг даже в 2 раза больше, чем в стране в целом (9,7 % против 4,8 % в РФ).

Однако есть сомнения в его точности, поскольку затраты на инновационную деятельность в Брянской области остаются очень низкими: 1,1 % от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг против 2,3 % в РФ (2020 г.) [2, с. 956].

Слабость ключевых для регионов со скудной сырьевой базой отраслей экономики, ответственных за инновации и цифровизацию, подтверждает и низкий удельный вес этих отраслей в структуре ВРП Брянской области: на научно-техническую деятельность приходится 1,3 % против 4,3 % в РФ и 6,7 % в ЦФО в 2019 г. (это один из самых низких в ЦФО показателей); на деятельность в области информации и связи – 2,0 % против 3 % в РФ и 4,7 % в ЦФО, 2019 г. [2, с. 262 – 263].

Главное слагаемое экономического потенциала региона, не располагающего значительными природными богатствами, к каким относятся и Брянская область, – человеческий капитал.

Сравнение образовательной структуры занятых в РФ и Брянской области свидетельствует о значительно меньшей доле высококвалифицированных кадров: удельный вес работающих с выс-

шим образованием в российской экономике в 2020 г. составил 35,4 %, в Брянской области – 29,7 %. Это может быть связано как с низким спросом на кадры высокой квалификации со стороны региональных организаций, так и сниженной доступностью высшего образования, или особыми установками молодежи.

Показатель численности студентов вузов в расчете на 10 000 чел. населения в Брянской области значительно ниже, чем в среднем в стране и ЦФО: 187 чел. против 254 в РФ (2020 г.). По охвату высшим образованием Брянская область занимает 52-е место. Возможно, это связано с низким уровнем жизни, не позволяющим оплачивать обучение.

Такое предположение возникло после сравнения с более экономически успешной Белгородской областью, в которой при более низкой физической доступности высшего образования (в регионе с большей численностью тоже 5 вузов) численность студентов вузов в расчете на 10 000 чел. населения в 1,5 раза выше – 300 чел. [2, с. 140, 341].

Все это не могло не сказаться на позиции Брянской области в рейтинге инновационного развития субъектов РФ, разрабатываемом НИУ ВШЭ. Брянская область относится к III-й группе – для входящих в нее регионов характерно отставание по величине совокупного индекса инновационного развития от первого региона в рейтинге более чем на 40 %, но не более чем на 60 %.

В 2017/2018 г. область занимала 53-е место, в 2018/2019 г. поднялась на 2 ступени и расположилась на 51-й строке федерального рейтинга. Из 5 блоков индикаторов, составляющих структуру российского регионального инновационного индекса, наиболее низкое место Брянская область занимает по социально-экономическим условиям инновационной деятельности – 67-е в 2017/2018 г. и 71-е в 2018/2019 г., самое высокое – по качеству инновационной политики – 26-е место и 17-е в 2018/2019 гг.

По другим слагаемым сводного индекса рейтинговые позиции Брянской области оказались следующими:

- по научно-техническому потенциалу – 38-е в 2017/2018 г. и 32-е в 2018/2019 г.;
- по инновационной деятельности – 44-е 2017/2018 г. и 51-е в 2018/2019 г.;
- по экспортной активности – 63-е место 2017/2018 г. и 62-е в 2018/2019 г. [3, с. 26].

Таким образом, научный потенциал Брянской области не развит, что негативно сказывается на инновационной активности региона и ограничивает возможности его устойчивого развития.

Считаем необходимым для привлечения молодых кадров и закрепления опытных специалистов в учреждениях науки повысить

заработную плату. Целесообразно также предусмотреть дополнительные меры стимулирующего характера для организаций, внедряющих технологические инновации, поскольку возможности международного сотрудничества в научно-технологической сфере сильно ограничены.

ЛИТЕРАТУРА

1. Всемирный банк ответ России 100 лет на развитие человеческого потенциала. 04.12.2019 / РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/04/12/2019/5de76fa19a79476a1ebb8bec> (дата обращения: 15.03.2022).
2. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. М., 2021.
3. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 7 / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, С. В. Бредихин и др.; под ред. Л. М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 657.1

РАСХОДЫ НА ПРОДАЖУ ЗАПАСОВ: МНЕНИЕ КОМИТЕТА ПО РАЗЪЯСНЕНИЯМ МСФО

**Татьяна Валерьевна Булычева, кандидат экономических наук,
доцент**

**Татьяна Владимировна Завьялова, кандидат экономических
наук, доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: t.v.zaviyalova@ruc.su; t.v.bulycheva@ruc.su

EXPENSES ON THE SALES OF RESERVES: OPINION OF THE IFRS INTERPRETATION COMMITTEE

**Tatyana Valerievna Bulycheva, PhD in Economics, Associate
Professor**

**Tatyana Vladimirovna Zavyalova, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В феврале 2021 года Комитет по разъяснениям МСФО вынес предварительное решение об учете расходов на продажу запасов. Вопрос был в том, какие затраты на продажу надо учитывать в чистой возможной цене продажи запасов.

В рамках деятельности по мониторингу и надзору Европейская организация по ценным бумагам и рынкам (ESMA) и национальные регуляторы выявили различия в применении требований МСФО (IAS) 2 к определению чистой возможной цены продажи запасов. В частности, организации по-разному толкуют понятие «затраты, которые необходимо понести для продажи». ESMA осознает, что такое разнообразие в трактовках может наблюдаться в ряде стран. ESMA также учитывает, что МСФО (IAS) 2 не содержит четких указаний по определению затрат, которые можно отнести к затратам, необходимым для продажи запасов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: запасы, себестоимость, чистая возможная цена продажи, затраты на продажу, материалы, дополнительные затраты, МСФО (IAS) 2.

In February 2021, the IFRS Interpretations Committee issued an interim ruling on the accounting for the cost of selling inventories. The question was what selling costs should be included in the net realizable value of the inventory.

As part of its monitoring and supervisory activities, the European Securities and Markets Organization (ESMA) and national regulators have identified differences in the application of the requirements of IAS 2 to the determination of the net realizable value of inventories. In particular, organizations have different interpretations of the concept of “costs to be incurred to sell”. ESMA is aware that this diversity of interpretation may be found in a number of countries. ESMA also recognizes that IAS 2 does not provide clear guidance on the definition of costs that can be attributed to costs required to sell inventories.

Key words: inventory, cost, net realizable value, cost to sell, materials, incremental costs, IAS 2.

Запасы должны оцениваться по наименьшей из двух величин: по себестоимости или по чистой возможной цене продажи (п. 9 МСФО (IAS) 2 «Запасы»). Чистая возможная цена продажи – это расчетная цена продажи в ходе обычной деятельности за вычетом расчетных затрат на завершение производства и расчетных затрат, которые необходимо понести для продажи (п. 6 МСФО (IAS) 2).

В организациях, занимающихся розничной торговлей, объем запасов может колебаться по разным причинам, в частности в связи с изменением спроса. Чтобы избавиться от неходовых, плохо продающихся товаров, торговые организации проводят рекламные кампании. Особенно рекламируют устаревшие товары, которые, как ожидается, будут продаваться со скидкой. В таких случаях, определяя чистую возможную цену продажи, они могут учитывать различные факторы, например затраты на рекламные кампании, необходимые для продажи всех или наиболее устаревших товаров.

Затраты, необходимые для продажи, как правило, незначительны. Однако они могут быть существенными для некоторых видов запасов, в определенных отраслях и при определенных обстоятельствах. Например, если нужно транспортировать товарно-материальные запасы в другое место или когда комиссионные за продажу значительны. Кроме того, величина затрат, необходимых для продажи, может также зависеть от подхода, применяемого для их определения.

В рамках деятельности по мониторингу и надзору Европейская организация по ценным бумагам и рынкам (ESMA) и национальные регуляторы выявили различия в применении требований МСФО (IAS) 2 к определению чистой возможной цены продажи запасов. В частности, организации по-разному толкуют понятие «затраты, которые необходимо понести для продажи». ESMA осознает, что такое разнообразие в трактовках может наблюдаться в ряде стран. ESMA также учитывает, что МСФО (IAS) 2 не содержит четких указаний по определению затрат, которые можно отнести к затратам, необходимым для продажи запасов.

ESMA отметила, что применяются такие принципы учетной политики:

- все затраты, необходимые для осуществления продажи, участвуют в определении чистой возможной цены продажи (подход 1);

- только дополнительные затраты, необходимые для продажи конкретных запасов, например на специальные рекламные кампании, должны участвовать в определении чистой возможной цены продажи (подход 2).

Подход 1. В чистой возможной цене продажи учитывают все необходимые затраты на продажу.

Сторонники подхода 1 считают, что все затраты, необходимые для продажи, должны быть включены в расчет чистой возможной цены продажи (п. 6 МСФО (IAS) 2). При этом речь идет о затратах, необходимых для продажи всех запасов, а не только о дополнительных затратах, требуемых для продажи особенно устаревших запасов и запасов, которые приходится продавать со скидкой [1].

По мнению сторонников подхода 1, МСФО (IAS) 2 не содержит никаких оснований для выборочного исключения расходов на продажу, понесенных в рамках обычной хозяйственной деятельности. Расходы на зарплату сотрудников отдела продаж, на рекламу товаров и прочие расходы на продажу следует относить на все запасы, в том числе на устаревшие и уцененные. Кстати, сторонники подхода 1 отмечают, что существуют разные точки зрения по поводу того, следует ли рассматривать затраты, связанные с арендой магазинов, как часть затрат на продажу.

Сторонники подхода 1 считают, что эта более широкая трактовка аналогична трактовкам положений других МСФО. Например, толкованию определения «неизбежные затраты» в недавно опубликованных поправках к пункту 68 МСФО (IAS) 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы», касающихся обременительных договоров. Хотя сторонники подхода 1 в целом не поддерживают включение общих расходов на рекламу в состав расходов на продажу, они считают, что, когда такие расходы относятся ко всем или к части запасов, эти расходы также должны участвовать в определении чистой возможной цены продажи. Таким образом, при определении чистой возможной цены продажи нужно учитывать не только расходы на целевую рекламную кампанию, организованную для продажи определенных запасов.

Подход 2. В чистой возможной цене продажи учитывать только дополнительные затраты, связанные с конкретными условиями реализации запасов.

Сторонники подхода 2 придерживаются более узкой трактовки

понятия затрат, необходимых для продажи. Они относят к таким затратам только дополнительные расходы, связанные с продажей запасов. Например, по их мнению, затраты, которые могут быть непосредственно отнесены на запасы и которые, строго говоря, не признаются прямыми, надо исключать при расчете чистой возможной цены продажи. К ним, в частности, относятся обычные расходы на рекламу и маркетинг, а также расходы на оплату труда персонала, отвечающего за продажи в магазине.

Сторонники подхода 2 считают, что в определении чистой возможной цены продажи должны участвовать только расходы на рекламную кампанию и связанные с ней расходы на персонал, которые необходимы для продажи конкретных товаров. Ведь другие затраты, кроме прямых, могут служить также иным целям, и организация несет их не только для продажи запасов. Поэтому их нельзя учитывать в чистой возможной цене продажи. Списывают запасы до чистой возможной цены продажи обычно отдельно по каждому объекту учета (п. 29 МСФО (IAS) 2). А такое пообъектное списание, сточки зрения сторонников подхода 2, невозможно для обычных общих рекламных расходов.

Они считают, что эта более узкая трактовка аналогична трактовкам отдельных положений других МСФО, таких как определение понятия «затраты на выбытие», представленное в пункте 6 МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов».

Принимая во внимание наличие двух подходов, ESMA попросила Комитет по разъяснениям МСФО уточнить, как определить затраты, которые нужно учесть как необходимые для продажи, при расчете чистой возможной цены продажи по МСФО (IAS) 2. ESMA считает, что отсутствие ясности формулировок МСФО (IAS) 2 приводит к различным практикам учета и, как следствие, к различным результатам в зависимости от использования консервативного или более узкого понятия необходимых затрат для совершения продажи. Комитет по разъяснениям МСФО предварительно согласился с мнением 1. Свое решение он обосновал так.

Пункты 28–33 МСФО (IAS) 2 включают дополнительные требования к оценке чистой цены продажи запасов. Но в них не указано, какие конкретные затраты необходимы для продажи запасов. Зато в пункте 28 МСФО (IAS) 2 описана цель списания запасов до их чистой возможной цены продажи – избежать учета запасов по стоимости, превышающей сумму, которая, как ожидается, может быть получена от их продажи или использования. Комитет отметил, что при определении чистой цены продажи запасов МСФО (IAS) 2 требует от организации оценки затрат, необходимых для продажи.

Это требование не позволяет ограничивать такие затраты толь-

ко дополнительными расходами, тем самым потенциально исключая затраты, которые организация должна понести для продажи запасов, но которые не признаются дополнительными для конкретной продажи. Включение только дополнительных расходов может не привести к достижению цели, изложенной в пункте 28 МСФО (IAS) 2.

В качестве доказательства своей правоты сторонники подхода 2 ссылаются на аналогичные положения других МСФО – МСФО (IAS) 36, МСФО (IAS) 41 «Сельское хозяйство» и МСФО (IFRS) 5 «Внеоборотные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность». Однако при определении затрат, необходимых для продажи, сослаться на МСФО (IAS) 36 некорректно, поскольку:

термин, используемый в МСФО (IAS) 36 (затраты на выбытие), не совпадает с термином, используемым в МСФО (IAS) 2 (затраты, необходимые для продажи);

активы, подпадающие под действие МСФО (IAS) 36, отличаются от запасов одним ключевым аспектом – они не признаются активами, предназначенными для продажи в ходе обычной хозяйственной деятельности организации.

Требования МСФО (IAS) 36 не были предназначены для применения к товарно-материальным запасам [2].

Поэтому ссылка на этот стандарт в контексте оценки чистой возможной цены продажи запасов может не привести к достижению цели, описанной в пункте 28 МСФО (IAS) 2, то есть к обеспечению того, чтобы запасы не учитывались в сумме, превышающей величину, ожидаемую от их продажи. Для продажи запасов организации обычно несут расходы на сбыт в ходе обычной хозяйственной деятельности. И такие расходы не считаются дополнительными по отношению к конкретным товарно-материальным запасам.

Характер этих затрат отличается от характера затрат, которые организация понесла бы, например, при потенциальной продаже единицы, генерирующей денежные средства (ЕГДС). Затраты на продажу ЕГДС обычно всегда дополнительные, поскольку такая продажа осуществляется не в рамках обычной торговой деятельности организации. В пунктах BCZ38-BCZ39 Оснований для выводов к МСФО (IAS) 36 разъясняются соображения Комитета по международным стандартам бухгалтерского учета (IASB), которыми он руководствовался, принимая решение не использовать термин «чистая возможная цена продажи» (как он определен в МСФО (IAS) 2) для определения возмещаемой суммы в соответствии с МСФО (IAS) 36. В пункте BCZ38 Оснований для выводов сказано:

«В целях определения возмещаемой стоимости Комитет по международным стандартам бухгалтерского учета решил не использовать термин „чистая возможная цена продажи“ (как он определен в МСФО (IAS) 2), потому что: а) определение чистой возможной цены продажи, содержащееся в МСФО (IAS) 2, прямо не относится к сделкам, осуществляемым между независимыми осведомленными лицами; б) чистая возможная цена продажи — это расчетная цена продажи в ходе обычной хозяйственной деятельности (в некоторых случаях справедливая стоимость за вычетом затрат на выбытие будет отражать цену вынужденной продажи, если требуется продать актив немедленно); с) важно, чтобы справедливая стоимость за вычетом затрат на выбытие основывалась на цене продажи, согласованной между осведомленными покупателями и продавцами, желающими совершить сделку. А это прямо не упоминается в определении чистой возможной цены продажи».

Что касается ссылок на МСФО (IFRS) 5 и МСФО (IAS) 41, то на это у Комитета по разъяснениям МСФО также есть возражения. Термины, используемые в МСФО (IFRS) 5 и МСФО (IAS) 41, не совпадают с термином в МСФО (IAS) 2 (затраты, необходимые для продажи). Кроме того:

аналогично МСФО (IAS) 36 требования МСФО (IFRS) 5 не предназначены для применения к оценке активов, которые организация продает в ходе обычной деятельности;

МСФО (IAS) 41 включает требования к учету специфических характеристик сельскохозяйственной деятельности и связанных с ней активов в рамках ее сферы применения.

В качестве основы оценки биологических активов и сельскохозяйственной продукции в момент сбора урожая применяют справедливую стоимость за вычетом затрат на продажу. Такая оценка не ставит целью достижение того, чтобы стоимость не превышала чистую возможную цену продажи. МСФО (IAS) 41 содержал термин «расходы по месту продажи (point-of-sale costs)», а в 2008 году Совет по МСФО заменил его термином «затраты на продажу (costs to sell)». В пункте ВС3 Оснований для выводов по МСФО (IAS) 41 разъясняется причина этого изменения. В частности, уточняется, что термины «означали то же самое в контексте МСФО (IAS) 41» и что «слово „дополнительные“ в определении „затраты на продажу“ исключает затраты, включенные в оценку справедливой стоимости биологического актива, такие как транспортные расходы». Поэтому Совет по МСФО пришел к заключению, что понятие «дополнительные расходы» уместно в конкретном контексте МСФО (IAS) 41.

Сторонники подхода 2 приводят еще один довод: затраты, ко-

торые не признаются дополнительными по отношению к продажам конкретных запасов, могут также служить другим целям или относиться к другим запасам. Такие расходы организация несет независимо от того, продает ли она конкретную товарно-материальную единицу. Таким образом, по мнению сторонников подхода 2, включение таких затрат в оценку чистой возможной цены продажи запасов может привести к тому, что организация признает будущие операционные убытки путем списания запасов.

Требует внимания еще один довод, который приводят сторонники подхода 2. В пункте 29 МСФО (IAS) 2 говорится, что «запасы обычно списываются до чистой возможной цены продажи по объектно». Поэтому у организации может не быть возможности распределить затраты, которые не признаются дополнительными, на отдельные единицы запасов. У Комитета по разъяснениям МСФО есть на это следующие возражения.

Независимо от того, списывает ли организация запасы до чистой возможной цены продажи пообъектно или по группам аналогичных объектов, нужно отражать все затраты, необходимые для продажи, при оценке чистой возможной цены продажи. Это утверждение справедливо и в том случае, когда требуется распределить затраты по отдельным единицам запасов. Комитет по разъяснениям МСФО пришел к выводу, что при определении чистой возможной цены продажи запасов нужно оценивать все затраты, необходимые для продажи в ходе обычной хозяйственной деятельности [3].

При этом организация должна использовать профессиональное суждение, чтобы определить, какие затраты необходимы для продажи, учитывая конкретные факты и обстоятельства, в том числе характер запасов.

Комитет по разъяснениям МСФО предварительно решил, что действующих принципов и требований МСФО достаточно, чтобы определить, ограничиваются ли оценочные затраты, необходимые для продажи, дополнительными затратами при определении чистой цены продажи запасов. Поэтому он решил не включать в план работ проект по подготовке стандартов. Несмотря на то, что это решение предварительное, рекомендуется уже сейчас учесть его при подготовке отчетности и разработке учетной политики по МСФО.

ЛИТЕРАТУРА

1. Методологический подход к формированию отчета о прибылях и убытках в международной практике // Завьялова Т.В., Бульчева Т.В. В сборнике: Реформирование образовательной среды. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 185-летию потребительской кооперации России. Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. 2016. С. 298–303.

2. *Завьялова, Т.В.*, Булычева Т.В. Методологический подход к анализу и оценке финансового состояния // Вестник Российского университета кооперации. 2019. № 1 (35). С. 42–48.

3. Процедура и этапы формирования показателей бухгалтерской отчетности // Елисеева О.В. В сборнике: Сборник научных статей по бухгалтерскому учету, экономическому анализу и аудиту, посвященных юбилею заслуженного профессора ННГУ им. Н.И. Лобачевского, доктора экономических наук Е.А. Мизиковского. Под редакцией И.Е. Мизиковского, Э.С. Дружиловской, А.А. Баженова. Нижний Новгород, 2018. С. 108–112.

УДК 336.226.21

ИМУЩЕСТВЕННЫЕ НАЛОГИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПО ВЗЫСКАНИЮ

Надежда Геннадьевна Бусарова, преподаватель

Ольга Сергеевна Горюнова, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: nadezhdaosipova89@mail.ru; etel_o@list.ru

PROPERTY TAXES OF INDIVIDUALS, THEIR PROBLEMS AND WAYS TO IMPROVE COLLECTION

Nadezhda Gennadijevna Busarova, Lecturer

Olga Sergeevna Goryunova, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье рассмотрены имущественные налоги физических лиц, их проблемы и пути их взыскания.

К л ю ч е в ы е с л о в а: налоги, имущественные налоги, налогообложение.

This article will consider property taxes of individuals, their problems and ways of collecting them.

K e y w o r d s: taxes, property taxes, taxation.

Имущественные налоги являются одними из наиболее распространенных региональных и местных налогов. Они устанавливаются Налоговым кодексом Российской Федерации, законами субъектов Российской Федерации и соответствующими нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований.

В соответствии с п.1 ст.12 Налогового кодекса Российской Федерации налоги бывают федеральными, региональными и местными [1].

При этом налоги по объекту налогообложения могут подразделяться на подоходно-имущественные и налоги на потребление.

Подоходно – имущественные налоги взимаются в процессе приобретения и накопления материальных благ. Налоги на потребление взимаются в ходе их расходования.

Таким образом, выделяют имущественные налоги, которые так же распределяются согласно уровням бюджета. К таким налогам относят:

- налог на имущество физических лиц;
- земельный налог;
- налог на имущество организаций;
- транспортный налог [2].

Налог на имущество физических лиц является самым распространенным налогом, при котором налогоплательщик должен платить государству за владение недвижимыми объектами.

Например, если в вашем пользовании находится квартира, оформленная на вас, вы являетесь собственником данной недвижимости. Налогоплательщиками данного налога являются собственники недвижимости.

Налогом облагается только недвижимое имущество, но при этом этим налогом может облагаться не любая недвижимость. Список того, за что его платить предусмотрен в ст. 401 НК РФ [1].

С 2020 года произошли изменения по правилам порядка исчисления, уплаты и представления отчетности по имущественным налогам. Обращает на себя внимание рост налоговой нагрузки на население из-за введения новых подходов к определению налоговой базы и налоговых ставок.

Устанавливая налог, представительные органы подсчитывают налоговые ставки, а также принципы определения налоговой базы. Налоговые ставки формируются НПА представительных органов муниципальных образований в размерах:

– 0,1 % в отношении: жилых домов, а также их частей; квартир и их частей; объектов незавершенного строительства; общих недвижимых комплексов; автогаражей; хозяйственных строений или строений, площадь которых не выше 50 м²;

– 2% в зависимости от объектов налогообложения, кадастровая стоимость которых выше 300 млн.руб.;

– 0,5% в зависимости от прочих объектов налогообложения.

Также на основании базовых ставок каждый регион вправе установить свои территориальные налоговые ставки. Например,

если ставка налога 0,1% для жилых домов, то в разных регионах она может варьироваться от 0 до 0,3%.

При этом, увеличение или уменьшение налоговых ставок на имущество позволяют снизить имущественное разделение населения.

Письмо Минфина от 11.01.2022 года № 03-05-04-01/402 Минфин об определении специальных коэффициентов при расчете налога на имущество организаций при покупке или продаже недвижимости в течение года либо при изменении ее кадастровой стоимости

Согласно п. 1.1 ст. 386 НК РФ налогоплательщик, состоящий на учете в нескольких налоговых органах по месту нахождения принадлежащих ему объектов недвижимого имущества, налоговая база по которым определяется как их среднегодовая стоимость, на территории субъекта РФ, вправе представлять налоговую декларацию в отношении таких объектов в один из указанных налоговых органов по своему выбору, уведомив об этом налоговый орган по субъекту.

Такой же порядок применяется, если в течение года у земельного участка изменилась кадастровая стоимость из-за изменения его характеристик (п. 5.1 ст. 382 НК РФ). Минфин уточнил, что значения указанных коэффициентов должны определяться в виде правильной простой дроби.

Соответственно, в данном случае не предусмотрено определение размера указанных коэффициентов в десятичных дробях с точностью до десятитысячных долей.

Рассмотрим земельный налог с физических лиц. Плательщиками налога считаются физические или юридические лица, у которых во владении располагаются земельные участки на праве собственности.

Налоговыми ставками земельного налога являются:

– 0,3% относительно земельных участков, относящихся к землям сельскохозяйственного назначения, а также к землям, занимающимся жилищным фондом и землям не используемых в предпринимательской деятельности;

– 1,5% по отношению прочих земельных участков [3].

Основанием для исчисления этого налога считается документ, подтверждающий право собственности, владения, либо пользования земельным участком.

Данный налог подлежит уплате в срок не позднее 1 марта года, следующим за годом.

Транспортный налог действует на территории Российской Федерации с 01.01.2003г. в соответствии с 23 главой НК РФ. Плательщиками этого налога считаются физические лица, у которых во владении находятся транспортные средства, зарегистрирован-

ные на них. Транспортный налог формируются в зависимости от мощностью двигателя автомобиля, либо совокупной вместимости транспортных средств.

Рассмотрим проблемы имущественных налогов физических лиц.

Проблема 1. Ранее для исчисления налоговых выплат применялась инвентаризационная стоимость имущественного объекта. На сегодняшний день, как известно, процедура налогообложения предполагает использование кадастровой стоимости.

Проблемой для населения считается различие кадастровой стоимости от инвентаризационной, так как новый налог на имущество населения будет повышен в 10 раз.

Но положительной стороной является возможность пополнения муниципальных бюджетов за счет владельцев недвижимости.

Проблема 2. Раньше случились перемены в налогообложении людей пенсионного возраста, которые могли использовать льготы для нескольких объектов имущества.

На данный момент новый порядок дает возможность освободить только один объект. Таким образом, налоговые вычеты понизят налоговую нагрузку на домовладельца на 25 % , а для владельцев комнат на 75% [4].

К сожалению, в современных условиях, достаточно часто можно встретить людей, которые плохо или вообще не разбираются в налоговом законодательстве. Владая имуществом, не знают какие налоги и в какой срок подлежат уплате.

Все это подтверждает, проблему финансовой безграмотности населения. Для того чтобы решить данную проблему, необходимо ознакомить, как минимум, с интернет-источниками, где можно найти любую информацию по налоговому законодательству.

Еще одной, не маловажной проблемой является игнорирование налоговых уведомлений налогоплательщиком. При таких ситуациях налоговые органы отправляют письменное уведомление-требование об уплате налога. Недоимки по налогам и сборам взыскивается с граждан в судебном порядке, установленном ст. 122 ГК РФ.

Возможен и другой вариант, как более обеспечивающий налоговый контроль, посредством введения механизма возврата уплаченного налога по процентам по названным счетам в дополнение к налоговым вычетам при приобретении квартиры [5].

Таким образом, всего вышеперечисленного можно сделать вывод: для решения всех проблем может помочь только грамотный подход и анализ решений выявленных проблем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ.
2. Электронный источник: <https://www.consultant.ru/popular/nalogi/>.

3. Электронный источник: <https://ekonomika.snauka.ru/2020>.

4. Электронный источник: <https://nalog.gov.ru/rn77/taxation/taxes/>.

5. *Адвокатова А.С.*, Гончаренко Л. И., Малкова Ю. В. и др. Оценка эффективности налоговых льгот. Монография. Гончаренко Л. И., Пинская М. Р., ред. Rusciece; 2017. С. 168.

6. *Мельникова Н. П.*, Тихонова А. В. Изменение роли косвенного налогообложения в современных условиях. Современная архитектура финансов России. Монография. Эскиндаров М. А., Масленников В. В., ред. М.: Когито-Центр; 2020, С. 486.

УДК 330.143

**УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПОДГОТОВКУ
К СЕЗОНУ ВИРУСНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ
МУНИЦИПАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ**

**Антонина Юрьевна Бушева, кандидат экономических наук,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: a.yubusheva@ruc.su

**ACCOUNTING FOR THE COSTS OF PREPARING
FOR THE SEASON OF VIRAL DISEASES
OF A MUNICIPAL INSTITUTION**

**Antonina Yurievna Busheva, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Актуальность исследования изучаемой проблемы исходит из того, что затраты на профилактику и соблюдение санитарных норм были и останутся навсегда. В статье рассмотрен состав имущества, которое понадобится приобрести для профилактики заболеваний в бюджетных учреждениях по новым рекомендациям. Даны рекомендации со ссылкой на нормативные документы, как учитывать и списывать СИЗ для различных категорий граждан и примеры расходов, которые могут возникнуть у учреждения, КВР, коды КОСГУ и проводки для учета затрат.

К л ю ч е в ы е с л о в а: профилактика, заболеваемость, учреждение, средства защиты, расходы, учет, проводки.

The relevance of the study of the problem under study proceeds from the fact that the costs of prevention and compliance with sanitary standards have been and will remain forever. The article considers the composition of the property that will need to be purchased for the prevention of diseases in budgetary institutions according to the new

recommendations. Recommendations are given with reference to regulatory documents on how to take into account and write off PPE for various categories of citizens and examples of expenses that may arise from the institution, KVR, KOSGU codes and postings for cost accounting.

Key words: prevention, morbidity, institution, means of protection, expenses, accounting, transactions.

Для профилактики заболеваний в медицинских учреждениях и не только, необходимо приобретать имущество (СИЗ) согласно рекомендациям Главного государственного санитарного врача. Поэтому в зависимости от числа заболевших, с учетом эпидемиологической ситуации региональные власти могут вводить ограничительные мероприятия, чтобы не допустить вспышки эпидемии, работодатели рекомендуют:

- измерять сотрудникам температуру перед допуском к рабочим местам и в течение рабочего дня (если необходимо);
- организовать иммунизацию персонала против гриппа;
- не допускать переохлаждения тех, кто трудится зимой на открытом воздухе, обеспечить им помещения для обогрева и приема пищи;
- поддерживать оптимальную температуру в рабочих помещениях;
- отстранять от работы лиц с повышенной температурой или признаками инфекции.

В период подъема заболеваемости необходимо обеспечить сотрудников, которые работают с населением, средствами защиты: масками, респираторами и перчатками [1].

Рассмотрим, как рассчитать расходы на профилактику.

В зависимости от вида деятельности учреждения можно причислить его к той или иной категории риска инфицирования. На этой основе можно определить количество закупаемых средств индивидуальной защиты (СИЗ). Чтобы это сделать, можно воспользоваться нормами, указанными в приложении 1 [2].

Нормы даны для профилактики заболеваемости коронавирусом, ОРВИ и гриппе. Конкретные нормы для средств защиты в отношении учреждений различных сфер деятельности приведены в таблице.

После расчета суммы, которую учреждение потратит на профилактику, сверим ее с планом ФХД, для внесения в него изменений в пределах общей суммы.

Возможен и такой случай, что у вас не будет хватать денег, чтобы закупить необходимое количество СИЗ. Поскольку сумма при расчетах получается довольно весомая.

В таком случае можно предложить: договориться с сотрудниками, приносить свои маски или делить расходы пополам: часть

закупает учреждение, а часть сотрудники приносят сами. Но в любом случае учреждение должно иметь резерв.

Расходы на предупредительные меры

Вид учреждения	Виды материальных запасов	Цель закупки	Код КОСГУ	КВР
Медицинское	Лекарственные препараты и материалы со сроком полезного использования 12 месяцев и менее: термометры, бактерицидные лампы, дезинфицирующие средства, антисептики, маски, латексные перчатки	В медицинских целях, а также по контрактам с объединенными целями: медицинскими и общехозяйственными	341	244
	Бактерицидные лампы, дезинфицирующие средства, антисептики, маски, латексные перчатки для сотрудников (персонала)	Для хозяйственных нужд, образовательной деятельности, лабораторных исследований	346	244
Немедицинское	Бактерицидные лампы, дезинфицирующие средства, антисептики, маски, латексные перчатки для сотрудников	Профилактика заболеваемости гриппом и ОРВИ	346	244
Любое	Спецодежда: комбинезоны, костюмы, респираторы, другие виды специальной одежды	Соблюдение техники безопасности и правил охраны труда	345	244
	Бесконтактные измерители температуры, термометры, диспенсеры для антисептических средств, облучатели (облучатели-рециркуляторы) бактерицидные и иные приборы (оборудование) со сроком полезного и иные приборы (оборудование) со сроком полезного использования более года	Исполнение требований Роспотребнадзора	310	244

На примере условного учреждения сферы услуг рассчитаем количество профилактических средств.

Маски и перчатки. Санитарные нормы определяют количество средств профилактики. Соответственно, легко рассчитаем, сколько денег надо выделить. На одного сотрудника в день в общем случае нужно четыре медицинские маски и две пары перчаток. Необходимо менять маски каждые два-три часа и одну пару следует выдавать про запас на тот случай, если будет сильное загрязнение или увлажнение [1].

Перчатками обеспечивают из расчета одна пара на рабочий день. При этом, как и в случае с масками, одну пару выдают про запас.

Вместо медицинских масок учреждение может закупить фильтрующие респираторы. Стоимость одного респиратора выше по сравнению со стоимостью медицинской маски. Однако расход меньше - всего один респиратор на рабочую смену. Посчитаем выгоду на условном примере.

Пример 1. В учреждении с восьмичасовым режимом работает 100 человек. Бухгалтерия рассчитала количество медицинских масок и перчаток необходимых на один месяц и сколько денег потребуются на их закупку. А также, какую сумму на них заложить. Стоимость медицинских масок – 3 руб. за шт., перчаток – 5 руб. за пару.

В среднем в месяце 22 рабочих дня. На один рабочий день для одного сотрудника понадобится:

– четыре маски ($8 \text{ час.} : 3 \text{ шт.} + 1 \text{ шт.} = 3,7 \text{ шт.}$);

– две пары перчаток.

Всего на месяц надо закупить:

– 9600 масок ($4 \text{ шт.} \times 100 \text{ чел.} \times 24 \text{ дн.}$);

– 4800 пар перчаток ($2 \text{ пары} \times 100 \text{ чел.} \times 24 \text{ дн.}$).

Всего на закупку СИЗ на месяц потребуется 52 800 руб. [(9600 масок \times 3 руб.) + (4800 пар перчаток \times 5 руб.)].

В составе антисептика должно быть не менее 75 процентов этилового спирта или не менее 70 процентов изопропилового спирта по массе. Это важно учесть при закупке средства.

Антисептики. В течение рабочего дня сотрудники должны обрабатывать руки антисептиками. Делать это нужно после каждого контакта с людьми, вещами и предметами индивидуального и общественного пользования.

Рассчитать точное количество пузырьков антисептика проблематично. Можно за пример взять расход средств. За ориентир можно взять расход средства за последние месяцы и применить коэффициент 1,5. В среднем этого должно будет хватить учреждению на дезинфекцию рук в период неблагоприятной эпидемиологической ситуации.

Градусники. Чтобы следить за состоянием здоровья сотрудни-

ков учреждения, работодатели должны измерять им температуру. Периодичность такая: перед допуском к рабочим местам и, если необходимо, в течение рабочего дня. Чтобы соблюдать требования, надо посчитать, сколько градусников необходимо докупить. Если численность учреждения большая, возможно, стоит купить несколько бесконтактных термометров.

Для обеспечения профилактики случаев ОРВИ и гриппа, учреждению придется закупить термометры, бактерицидные лампы, дезинфицирующие средства, антисептики, маски, латексные перчатки. Расходы на предупредительные меры проводят по разным кодам КОСГУ и КВР. Они зависят от цели закупки и вида деятельности учреждения (таблица 1).

При списании выданных средств выбирают любой срок (например, месяц, квартал, полугодие) для удобства учета СИЗ и отсрочивания остатков неизрасходованных материальных запасов на хранении

Моющие и чистящие средства можно выдавать сотрудникам учреждения в личное пользование. В этом случае их необходимо отразить на забалансовом счете 27 «Материальные ценности, выданные в личное пользование работникам (сотрудникам)», так как законодательно не определено, какие конкретно материальные ценности необходимо отражать на данном счете.[3, п.385]

Выдаваемые в личное пользование запасы списывают с балансового счета в момент передачи. Фактически израсходованные материалы уже впоследствии отражают в уменьшение забалансового счета 27 «Материальные ценности, выданные в личное пользование работникам (сотрудникам)».

Поскольку в момент выдачи в личное пользование средства списывают с балансового счета 0105 «Материальные запасы», оформляют одним из трех документов: ведомость выдачи на нужды учреждения (ф. 0504210), требование-накладная (ф. 0504204) или акт о списании материальных запасов (ф. 0504230).

Пример 3. Сотрудникам бухгалтерии в личное пользование передали 100 масок и 50 пар перчаток.

- маски на сумму 300 руб. (100 шт. x 3 руб.);
- перчатки на сумму 250 руб. (50 пар x 5 руб.).

Бухгалтер записал в учете:

ДЕБЕТ 4 401 20 272 КРЕДИТ 4 105 36 446

550 руб. списаны маски и перчатки при выдаче сотрудникам

ДЕБЕТ 27

550 руб. отражены средства за балансом

Бухгалтерия составляет отчет о фактическом расходовании выданных запасов, чтобы своевременно списывать имущество с забалансового счета 27 «Материальные ценности, выданные в лич-

ное пользование работникам (сотрудникам)». После составления документа о расходовании СИЗ оформляют запись:

КРЕДИТ 27

3300 руб. отражено выбытие СИЗ

Учет средств, выданных в личное пользование уборщице отражается карточкой или книгой учета выдачи имущества в пользование. В этом документе регистрируется выданное в пользование имущество по наименованиям: с указанием норм выдачи, нормативный срок использования и количество выданных материальных ценностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление Главного государственного санитарного врача от 28.01.2021 № 4 «Санитарно-эпидемиологические требования по профилактике инфекционных болезней» СанПиН 3.3686–21.

2. Письмо Роспотребнадзора от 11.04.2020 № 02/6673-2020-32 «О направлении рекомендаций по применению СИЗ для различных категорий граждан при рисках инфицирования COVID-19».

3. Приказ Минфина России от 01.12.2010 N 157н (ред. от 14.09.2020) «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению».

УДК 657.633

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Наталья Валерьевна Вельдяйкина, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: veldjajyukina@yandex.ru

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE ACCOUNTING STATEMENTS OF THE ORGANIZATION

Natalia Valerievna Veldyaykina, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье рассмотрены направления и пути совершенствования финансовой отчетности, с учётом потребностей внешних и внутренних пользователей

бухгалтерской информации, а также подробно раскрывается сущность и необходимость достоверного учета финансовой информации.

Ключевые слова: бухгалтерский учёт, отчетность, Международные стандарты финансовой отчетности, перспективы развития.

This article discusses the directions and ways to improve financial reporting, taking into account the needs of external and internal users of accounting information, and reveals in detail the essence and necessity of reliable accounting of financial information.

Key words: accounting, reporting, International Financial Reporting Standards, development prospects.

Информационной базой для проведения анализа и оценки финансового состояния и эффективности организации является бухгалтерская (финансовая) отчетность.

Она представляет собой совокупность информационных данных, характеризующих результаты финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта за отчетный период, находящее свой отражение в нескольких видах отчетности (бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, отчета о движении денежных средств и др.).

Для обеспечения стабильного существования организации необходимо разбираться в процессе составления и отражения имущества хозяйствующего субъекта в финансовой отчетности [1].

Так, с помощью представленной в отчетах информации можно оценить и выделить сильные и слабые стороны организации, проанализировать и оценить ряд экономических показателей, влияющих на настоящее финансовое положение. Установление критериев к бухгалтерской отчетности таких, как полнота и достоверность данных, отражает актуальность выбранной темы. Необходимо понимать принципы составления отчетности, так как дальнейшее совершенствование без этого невозможно.

Совершенствование процесса формирования бухгалтерской отчетности и бухгалтерского учета в целом, представляет систематически целенаправленный, но необходимый процесс. Для заключения выводов о состоянии организации необходимо изучить обеспеченность и эффективность применения финансовых ресурсов, рентабельность и кредитоспособность фирмы, а также его экономические взаимоотношения с партнерами.

Всё это находит своё отражение в бухгалтерской финансовой отчетности, так как учет данных необходима для оценки показательных характеристик, что служит для планирования эффективного управления фирмой.

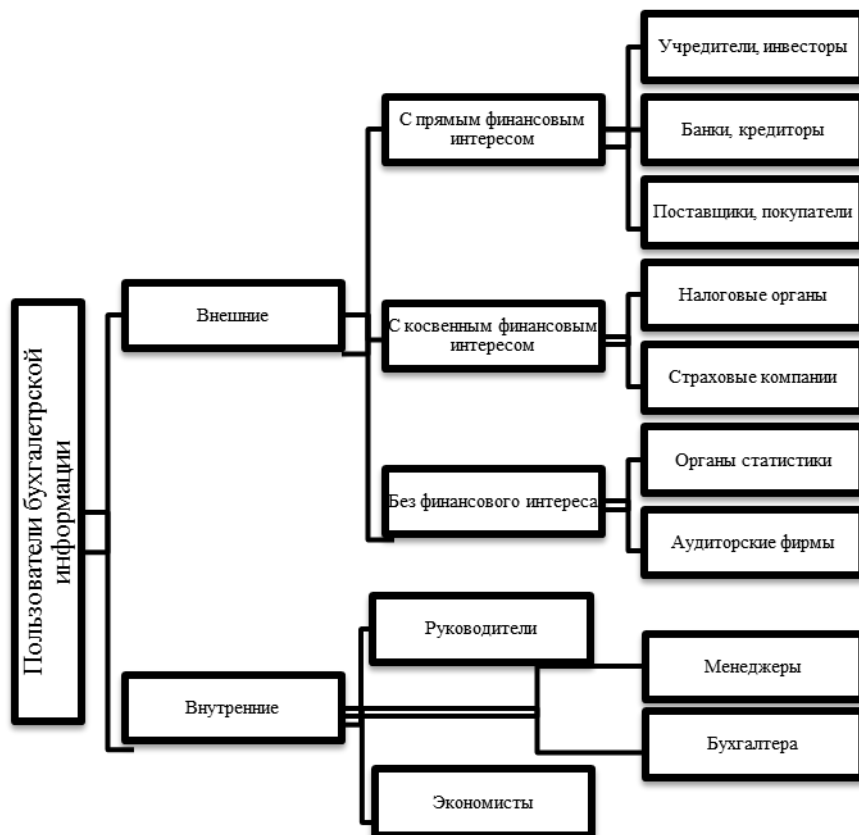
С их помощью владельцы предприятий осуществляют прогнозирование, контроль и учёт, а также улучшают направление хозяйственной деятельности в краткосрочной перспективе.

В современных экономических реалиях главным требованием,

которое предъявляется к финансовой отчетности компаний, отражается в том, что отраженная информация должна характеризовать полное и достоверное отражение об имущественном и финансовом положении организации, а также финансовых результатах деятельности за отчетный период.

Открытый характер бухгалтерской отчетности заключается в ее опубликовании на сайтах организации, находящихся в публичном доступе сети Интернет, для заинтересованных пользователей [2].

В этом заключается её принцип составления, так как все формы отчетности имеют свою необходимость для отражения, содержание которых представляет особый интерес для изучения и анализа для заинтересованных лиц. Эти лица подразделяются на внешних и внутренних, подробно классификация представлена на рисунке.



Классификация пользователей бухгалтерской отчетности

Внешние пользователи имеют право ознакомиться с годовой бухгалтерской отчетностью для отслеживания финансового положения и надежности фирмы. Внутренние же имеют необходимость изучения данной информации о предприятии для выполнения своих функций.

Предоставление для заинтересованных пользователей полной и объективной бухгалтерской отчетности, в которых отражается информация о финансовых результатах деятельности и эффективности использования финансовых ресурсов хозяйствующих субъектов является важнейшей основной целью утвержденных международных стандартов, в соответствии с которыми сейчас формируются концепции дальнейшего развития современного российского бухгалтерского учета.

В современных условиях актуальной проблемой является формирование финансовой отчетности в соответствии с существующей и действующей в стране системы бухгалтерского учета и развивающимися тенденциями рынка и требованиями международных стандартов.

В этой связи важную роль играет изучение накопленного в этой сфере опыта в странах с развитыми рыночными системами хозяйствования. В рассматриваемой области, перспектива развития бухгалтерской (финансовой) отчетности должна измениться.

Она должна представлять собой интегрированную систему отчетности, содержание которой позволит обеспечить и потребности любых (всех) внешних пользователей [3].

Есть несколько существенных недостатков в действующей системе формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности в России:

- большинство бухгалтеров и аудиторов имеют невысокую степень профессионализма и квалификационной подготовки;
- недоработанная система контроля качества отчетности;
- большие затраты хозяйствующих субъектов по трансформации отчетности, которая составлена по ПБУ, в отчетность, составляемую по правилам МСФО [4].

Совершенствование процесса формирования бухгалтерской отчетности и бухгалтерского учета в целом, представляет систематически целенаправленный, но необходимый процесс [5]. Если брать во внимание выделенные недостатки, то направления совершенствования бухгалтерского учета и отчетности в дальнейшем должны выделяться таким образом:

- повышение квалификации бухгалтеров и аудиторов;
- усиление контроля качества формирования отчетности;
- создание инфраструктуры применения МСФО;
- повышение качества информации, которая формируется в бухгалтерском учете и отчетности.

Подводя итог, можно выделить, что главным фактором, обеспечивающим формирование актуальной и подходящей под современные тенденции системы отражения отчетности, являются принципы совершенствования отчетности по нескольким направлениям.

Так, повысив квалификационный уровень сотрудников, процесс составления и отражения финансовой информации в отчётах станет более открытым и отражаемые данные будут иметь больше достоверности, помогая заинтересованным пользователям изучить и провести анализ финансовой ситуации на предприятии. Усиление контроля за качеством формирования отчетности позволит успешно учитывать потребности пользователей финансовой информации [6].

В настоящее время упрощение действующей модели отражения финансовой информации, дает организациям ощутимые преимущества, сделав ее наиболее ясной и прозрачной для обширного круга пользователей. Для поддержания единства и целостности системы бухгалтерского учета и отчетности в процессе развития, особую актуальность приобретает обеспечение стабильной системы, выявление рисков развития, в котором имеет первостепенное значение [7].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Васильева Е.А.*, Гудожникова Е.В., Завьялова Т.В. Роль достоверности бухгалтерской информации для анализа финансово-экономического состояния предприятия в современных условиях хозяйствования / *Фундаментальные исследования*. 2016. № 12-1. С. 149–153.
2. Бухгалтерский учет финансовой и хозяйственной деятельности / *З.Д. Бабаева, В.А. Терехова, Т.Н. Шеина и др.* М. : из-во «Финансы и статистика», 2016. 287 с.
3. *Чхутиашвили, Л. В.* Перспективы развития бухгалтерского учета и отчетности в условиях устойчивого развития России // *Инновационная экономика*. – 2017. № 3(12). С. 16.
4. *Гетьман, В.Г.* Международные стандарты финансовой отчетности: учебник / под ред. В.Г. Гетьмана. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2018. 624 с.
5. *Гудожникова, Е.В.*, Васильева Е.А. Меры по преодолению и предупреждению банкротства предприятия / *Инновации в образовательном процессе. Материалы научно-практической конференции*. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 261–264.
6. *Гудожникова, Е.В.* Пути укрепления финансового состояния организации/ В сборнике: Проблемы развития социально-экономических систем. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров [и др.]. 2019. С. 31–33.
7. *Гребнева, А.Д.* Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в РФ на среднесрочную перспективу // *Экономическая наука сегодня: теория и практика: Сборник материалов X Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 08 июня 2018 года* / Редколлегия: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2018. С. 136–138.

УДК 338.2

**ИЗМЕНЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ
И БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ
БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

**Ирина Викторовна Волгина, кандидат экономических наук,
доцент**

Ирина Шамильевна Грачева, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: ivolgina@ruc.su; st803969@ruc.su

**CHANGES IN ACCOUNTING AND ACCOUNTING
STATEMENTS OF PUBLIC INSTITUTIONS**

Irina Viktorovna Volgina, PhD in Economics, Associate Professor

Irina Shamilevna Gracheva, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Актуальность материала, изложенного в статье, заключается в том, что автором рассмотрены и проанализированы изменения в бухгалтерском учете и отчетности бюджетных учреждений.

К л ю ч е в ы е с л о в а : бюджетный учет, бюджетная отчетность, казенные учреждения.

The relevance of the material presented in the article lies in the fact that the author considered and analyzed changes in accounting and reporting of budgetary institutions.

K e y w o r d s : budget accounting, budget reporting, state institutions.

Стабильно высокие темпы инфляции в течение отчетного года влекут необходимость корректировки отдельных показателей отчетности – это позволяет получить достоверную оценку финансового состояния как бюджетных учреждений, так и публично-правовых образований в целом.

Безусловно, происходящие изменения в экономике и в стране в целом, повлияли на нормативно правовую базу ведения бухгалтерского учета и формирования отчетности, на основании которой осуществляется диагностический подход, предполагающий «оценку потенциала и положения компании и последующий выбор вариантов стратегий» [1].

С 2022 года в бюджетных учреждениях будет применяться новый стандарт «Бухгалтерская (финансовая) отчетность с учетом инфляции». Новый стандарт регламентирует порядок учета уров-

ня инфляции при составлении годовых отчетов организаций бюджетной сферы. Для этого будут применяться коэффициенты пересчета монетарных и немонетарных активов и обязательств, характеризующие рост инфляции на отчетные даты и за отчетные периоды. Решение о пересчете отдельных показателей в связи с повышением уровня инфляции будет принимать Министерство финансов РФ на основе анализа показателей консолидированной отчетности за год, предшествующий отчетному, и соответствия планируемого уровня инфляции, учитываемого при формировании бюджета, ее фактическому показателю.

Финансовое обеспечение деятельности бюджетных учреждений осуществляется за счет средств соответствующего бюджета на основании бюджетной сметы.

Задачей государственных бюджетных учреждений является обеспечение муниципальных или государственных услуг. Финансирование производится на основе бюджетной сметы за счет средств федерального или регионального бюджета.

Все бюджетные учреждения обязаны вести бухгалтерский учет имущества и обязательств. Формировать отчеты о доходах и расходах бюджетных средств. Бухгалтерская отчетность учреждения считается окончательным этапом учетного процесса. В ней отображается нарастающим результатом материальное также экономическое состояние учреждения, итоги хозяйственной деятельности за прошедший период.

Еще летом 2021 года Министерством финансов РФ были разработаны очередные изменения в Инструкцию № 157н. Часть изменений необходимо будет учесть уже в этом году, другие - в следующем. Это планомерная масштабная работа по приведению действующих нормативных актов в соответствие с требованиями федеральных стандартов бухучета – как уже применяющихся, так и тех, что начнут работать с 2022 года.

Среди запланированных изменений:

- новые счета учета для операций с биологическими активами;
- новые счета для отражения объектов учета, возникающих при осуществлении совместной деятельности по договору простого товарищества;
- федеральный Стандарт «Совместная деятельность» действует уже целый год, а вот бухгалтерских счетов для обособления соответствующих операций пока не было;
- новый порядок отражения в учете приема и передачи активов и обязательств внутри сектора государственного управления;
- уточнение порядка переноса на следующий год неисполненных денежных обязательств по кредиторской задолженности, в отношении которой принято решение о списании, и др.

«Бухгалтерская финансовая отчетность является завершающим этапом учетного процесса предприятия и характеризует результаты работы предприятия за отчетный год, а именно его имущественное и финансовое положение. Концептуальной основой бухгалтерской финансовой отчетности является формирование точной и достоверной информации для внутренних и внешних пользователей» [2].

В процессе деятельности формируется круг пользователей бухгалтерской отчетности. Для каждой группы пользователей необходимо формировать информацию на основании их требований к отчетности. В соответствии с международными стандартами бухгалтерского учета все пользователи бухгалтерской отчетности подразделяются на три категории: пользователи, осуществляющие профессиональную деятельность в данном учреждении; пользователи, не работающие в данном учреждении, но имеющие финансовый интерес; пользователи, которые имеют косвенный финансовый интерес к данному учреждению.

Бухгалтерскую отчетность за 2021 год учреждениям всех типов предстоит сдавать по обновленным положениям Инструкций № 33н и N 191н. Для АУ и БУ поправки в Инструкцию № 33н уже готовы к использованию. Приказ Минфина России от 21.12.2021 № 217н с поправками в Инструкцию N 191н пока находится на регистрации, тем не менее, Минфин и Казначейство в системном письме по отчетности – 2021 рекомендуют применять их при формировании годового отчета. «При этом сроки сдачи бухгалтерской отчетности не изменятся» [3].

Уточнения в порядок заполнения отчетных форм в основном связаны с применяемыми с 2021 года федеральными стандартами, а также с предыдущими изменениями в Инструкцию № 157н, вступившими в силу осенью этого года, в частности, с применением новых счетов, предназначенных для отражения нематериальных активов и неисключительных прав пользования НМА. Помимо этого установлено, что стоимость материальных запасов отражается в балансе за вычетом резерва под снижение их стоимости, а бюджетные и автономные учреждения с 2021 года вправе начислять доходы по счету 0 401 10 13X не только по КФО 2, 4 и 7, но также по КФО 5 и 6, и отражать их по строке 040 «Доходы от оказания платных услуг (работ), компенсаций затрат» (статья 130 КОСГУ) Отчета (ф. 0503721), и др.

Запланированные на следующий год поправки в Инструкциях по учету и отчетности связаны в том числе с началом применением Стандарта «Консолидированная бухгалтерская (финансовая) отчетность», о котором мы говорили выше. Он предусматривает формирование консолидированной отчетности сектора государ-

ственного управления РФ, к которому, напомним, в числе прочих относятся все организации бюджетной сферы, а также иные юрлица, реализующие полномочия ПБС.

В консолидированную отчетность сектора госуправления должны входить показатели как бюджетной (органы власти и КУ), так и бухгалтерской (АУ и БУ) отчетности. Процедурой формирования консолидированной отчетности предусмотрена выверка взаимосвязанных показателей и их исключение между субъектами отчетности, входящими в периметр консолидации. В этой связи с 2022 года планируется обособить расчеты по безвозмездной передаче между организациями бюджетной сферы, включая АУ и БУ.

Росстат утвердил новый единовременный отчет о расходах за 2021 год. Форму N ТЗВ-бюджет казенные, бюджетные и автономные учреждения должны представить в территориальные органы Росстата до 15 апреля 2022 года. Форма заполняется на основании данных бухгалтерского учета, в ней отражаются кассовые расходы учреждения за 2021 год по подстатьям 221–226, 341 - 346 и 349 КОСГУ за счет всех источников финансирования.

А еще с 1 января 2022 года в принципе меняются правила сдачи многих форм статистической отчетности - вместо фиксированной даты, ограничивающей срок предоставления информации, вводится диапазон, в рамках которого будет приниматься отчетность. Например, форму № П-4 «Сведения о численности и заработной плате работников», срок представления которой установлен на 15 число месяца, следующего за отчетным месяцем или кварталом, сдать можно уже начиная с первого рабочего дня после отчетного периода и до 15 числа включительно.

Согласно поправкам в федеральные стандарты внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля с 1 января 2022 года органы финансового надзора будут наделены правом без назначения встречной проверки запрашивать у органов власти / местного самоуправления, организаций и должностных лиц информацию, документы и материалы в отношении деятельности проверяемого органа / учреждения. Причем направлять запросы ревизоры смогут в том числе на этапе подготовки и проведения контрольных мероприятий.

Казенные учреждения и органы власти будут сдавать по новым правилам годовые формы в отчетности за 2021 год. Минфин издал приказ № 217н, который вносит правки в Инструкцию № 191н. Приказ уже опубликован и вступает в силу 13 февраля 2022 года.

Основные поправки связаны с применением стандартов «Нематериальные активы» и «Концессионные соглашения». В этой связи обновили формы и правила заполнения: Отчета о финансовых результатах (ф. 0503121); Баланса (ф. 0503130); Баланса исполнения

бюджета (ф. 0503120); Баланса по поступлениям и выбытиям (ф. 0503140); Разделительного баланса (ф. 0503230); Сведений об имуществе (ф. 0503168); Сведений об изменении валюты баланса (ф. 0503173); Сведений о неисполненных обязательствах (ф. 0503175); Сведений об остатках денежных средств (ф. 0503178); Сведений о вложениях в объекты недвижимого имущества (ф. 0503190).

В 2021 и 2022 годах бюджетную бухгалтерскую отчетность надо будет сдавать по новым правилам. Минфин опубликовал изменения к Инструкциям № 191н и № 33н. Часть изменений надо будет применять в отчетности за 2021 год, другую часть – в отчетности 2022 года. Федеральное казначейство опубликовало увязки для отчетных форм: федеральных казенных учреждений и администраторов; финансовых органов; государственных внебюджетных фондов.

Министерство финансов РФ довело новые разъяснения в письме от 30.12.2021 №02-06-07/108267, что необходимо учесть при составлении сведений об изменении валюты баланса за 2021 год (ф. 0503173, 0503773, 0503373). В письме даны разъяснения для разных случаев изменения баланса: внедрение СГС «Нематериальные активы», исправление ошибок прошлых лет, перенос задолженности ФСС.

Также Министерство финансов РФ совместно с Федеральным казначейством в другом письме от 30.12.2021 № 02-06-07/108105, № 07-04-05/02-33040 разъяснили, как составлять отчетность об исполнении консолидированного бюджета финансовым органам и государственным внебюджетным фондам. Ведомства отметили особенности заполнения Баланса (ф. 0503320), Баланса (ф. 0503120), Отчета о финансовых результатах (ф. 0503321), Справки по заключению счетов (ф. 0503110), Справки по консолидируемым расчетам (ф. 0503125), приложений к пояснительной записке.

Таким образом, изменения, касающиеся бухгалтерского учета, налогообложения и бухгалтерской отчетности не обходят стороной и бюджетные учреждения. Следовательно, можно утверждать, что функции бухгалтерии уже не могут быть сведены лишь к ведению бухгалтерских счетов и составлению отчетности [4]. В этом и предстоящем годах бухгалтерам бюджетных учреждений придется серьезно изучать изменения и внедрять их в практическую деятельность своих бюджетных учреждений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецова, Е.Г., Волгина И.В., Романова И.В. Сравнительный анализ подходов к разработке стратегии устойчивого развития предприятия. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 3. С. 71–75.

2. Елисеева, О.В. Основные процедуры перед составлением бухгалтерской финансовой отчетности. В книге: Актуальные проблемы социально-экономического развития общества. Материалы Национальной научно-практической конференции научно-педагогических работников. 2019. С. 224–228.

3. Елисеева, О.В. Актуальные изменения в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. 2020. С. 265–271.

4. Бушова, А.Ю., Елисеева О.В. Учетно-аналитическое обеспечение управления финансовыми результатами. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12-1. С. 24–32.

УДК 657.1

**УЧЕТ И АУДИТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ
КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
НА ПРИМЕРЕ АО «РУЗХИММАШ»**

Алина Дамировна Голянина, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st805367@ruc.su

**ACCOUNTING AND AUDIT OF FINANCIAL
RESULTS OF A COMMERCIAL ORGANIZATION
ON THE EXAMPLE OF JSC “RUZHIMMASH”**

Alina Damirovna Golyanina, Master’s Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Для любой организации очень важны положительные результаты осуществляемой ей хозяйственной деятельности и финансовая стабильность. Невозможно качественно распоряжаться активами без проведения систематического и эффективного финансового анализа, и аудита, целью которого действенный контроль за движением потока денежных средств предприятия, выявление ошибок учета и их исправление. В условиях рыночной конкуренции высока роль достоверности, оперативности и объективности финансовой информации. Это связано с тем, что заинтересованность в результате экономического анализа есть как у внутренних, так и внешних пользователей. Это необходимо для принятия управленческих решений и решений инвестирования, кредитования, сотрудничества, оценки рисков соответственно.

К л ю ч е в ы е с л о в а: бухгалтерская (финансовая) отчетность, аудит, аудиторские процедуры, анализ, аудиторское заключение.

For any organization, the positive results of its economic activities and financial

stability are very important. It is impossible to manage assets efficiently without conducting a systematic and effective financial analysis and audit, the purpose of which is effective control over the flow of cash flow of the enterprise, identification of accounting errors and their correction. In the conditions of market competition, the role of reliability, efficiency and objectivity of financial information is high. This is due to the fact that both internal and external users are interested in the result of economic analysis. This is necessary for making management decisions and investment decisions, lending, cooperation, risk assessment, respectively.

К e y w o r d s: accounting (financial) statements, audit, audit procedures, analysis, audit opinion.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность отражает все результаты финансовых операций и должна вестись на любом предприятии. Бухгалтерская отчетность – это инструмент планирования, который служит для наращивания прибыли, приумножения.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность подвергается специализированной проверке – аудиту. Данную проверку проводит независимый контролер. Он анализирует полученную информацию о хозяйственности организации и затем выражает мнение о проведенном аудите, путем формирования аудиторского заключения.

Результат данной проверки регулируется по всему миру, по этой причине результаты проверок являются предпосылками ко множеству экономических решений.

Государственное регулирование аудиторской деятельности производит Министерство финансов РФ. В соответствии со статьей 15 ФЗ «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ данной сферой деятельности в Минфине России занимается департамент регулирования государственного финансового контроля, аудиторской деятельности, бухгалтерского учета и отчетности [1].

Система нормативного регулирования в Российской Федерации состоит из четырех уровней документов (табл. 1).

Таблица 1

Нормативное регулирования аудиторской деятельности в Российской Федерации ([2]; [3])

Виды нормативных документов	Область регулирования
1 Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» [1], а также Международные стандарты аудита», иные федеральные законы, указы Президента РФ	Регулируют отношения, возникающие при осуществлении аудиторской деятельности
2 Международные стандарты аудита, введенные приказами Минфина РФ от 09.01.2019 № 2н [2] и от 30.12.2020 № 335н [3]	Регулируют порядок взаимодействия аудитора с руководством проверяемой организацией, составление аудиторского задания, подготовки отчетности.
3 Методические рекомендации, разъяснения по отдельным (частным) вопросам	Несут рекомендательный характер и направлены на оказание помощи аудиторским организациям в применении необходимых практических процедур
4 Правила, требования, разъяснения и другие нормативные акты, устанавливаемые СРО и частными организациями.	Регулируют специфические вопросы аудиторской деятельности на уровне объединений

Направления анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности, которые выделяют как основные:

- горизонтальный анализ, который сравнивает финансовые показатели как в абсолютном, так и в процентных показателях;
- вертикальный анализ, который отражает каждый отдельный показатель в балансе к общей сумме;
- анализ показателей финансовой отчетности.

АО «Рузхиммаш» осуществляет ведение бухгалтерского учета на основании учетной политики и Федерального закона № 402-ФЗ от 06.12.2011 «О бухгалтерском учете».

Аудиторскую проверку на АО «Рузхиммаш» проводит аккредитованная организация ООО «Интерком-Аудит», которая входит в Саморегулируемая организация аудиторов Ассоциация «Содружество» (СРО ААС).

При проведении аудиторской проверки АО «Рузхиммаш» определяет задачи по выявлению и устранению ошибок до составления годовой бухгалтерской отчетности и налоговой. Это необходимо что бы минимизировать риски, поэтому аудит проводится в течение всего отчетного года, то есть поэтапно. Поэтапный аудит позволяет завершить проверку годовой отчетности в установленные сроки, которые необходимы для представления аудиторского заключения, не затрачивая время бухгалтерии. В связи с этим формируется план проведения аудита на АО «Рузхиммаш», который отражен в табл. 2.

Таблица 2

Общий план аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности АО «Рузхиммаш»

Планируемые виды работ	Период проведения	Исполнитель
Аудит проведения начальных работ перед составлением бухгалтерской отчетности	2021 г.	Глухова С. С.
Проверка закрытия счетов	2021 г.	Ермаков В. Г.
Аудит составления бухгалтерской отчетности	2021 г.	Спирин В. В.
Проверка достоверности и правильности составления бухгалтерского баланса	2021 г.	Аверина Ж. С.
Проверка правильности и достоверности составления отчета о финансовых результатах	2021 г.	Максимова А. В.

Программа аудита включает в себя набор инструкций для аудитора и является средством контроля и проверки качественного выполнения работы. При соблюдении данного плана у аудитора формируются достоверные доказательства. В программу аудита включаются проверяемые предпосылки подготовки финансовой (бухгалтерской) отчетности по каждой из областей аудита и время, запланированное на различные области или процедуры аудита.

При подготовки данной программы сотрудник аудиторской

компании, руководствуясь пунктом 11 стандарта №3 «Планирование аудита», принимает во внимание такие показатели как неотъемлемый риск и риск средств контроля.

Рассмотрим в табл. 3 программу аудита, которая действует на АО «Рузхиммаш».

Таблица 3

Программа аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности АО «Рузхиммаш»

Этапы проверки	Период	Документы	Методы получения доказательств
Аудит проведения работ перед составлением бухгалтерской отчетности	2021 г.	Журнал хозяйственных операций	Проверка документов, арифметический расчет, опрос
Проверка закрытия операционных счетов	2021 г.	Проверка закрытия операционных счетов	Опрос, арифметический расчет
Аудит составления бухгалтерской отчетности	2021 г.	Журнал хозяйственных операций	Прослеживание, опрос, арифметический расчет
Проверка правильности составления бухгалтерского баланса	2021 г.	Альтернативный баланс	Прослеживание, опрос, арифметический расчет
Проверка правильности составления отчета о финансовых результатах	2021 г.	Сверка показателей отчета о финансовых результатах	Прослеживание, опрос, арифметический расчет

В момент, когда аудитор готовит программу аудита, он смотрит полученные оценки неотъемлемого риска, риск средств контроля и требуемый уровень уверенности. Данные показатели должны быть обеспечены при процедурах проверки [4].

Результат аудита, мнение аудиторской организации о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности АО «Рузхиммаш» фиксируются в аудиторском заключении в двух экземплярах.

Аудиторское заключение является положительным. Аудитор указал на наличие замечаний в части в отсутствия прочерков в пустых строках и неполных пояснениях к бухгалтерской отчетности [5].

Таким образом, после проведения аудиторской проверки можно прийти к выводам, что аудит на предприятии АО «Рузхиммаш» проходит в соответствии со все требованиями и в рамках соблюдения законодательства Российской Федерации, соблюдается ведение форм отчетности на предприятии. Также были выявлены ошибки, которые были устранены в ходе дальнейшей работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс] : Федеральный закон № 307-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями на 8 июня 2020 года. URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/. Режим доступа: сеть Интернет. – Текст : электронный.

2. О введении в действие международных стандартов аудита на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов Министерства финансов Российской Федерации : текст с изменениями и дополнениями на 30 декабря 2020 года : [приказ Минфина России № 2н]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_317185/. – Режим доступа: сеть Интернет. Текст: электронный.

3. О введении в действие международного стандарта аудита на территории Российской Федерации : приказ Минфина России от 30.12.2020 № 335н. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_376154/. – Режим доступа: сеть Интернет. Текст : электронный.

4. *Завьялова Т.В.*, Булычева Т.В. Методологический подход к анализу и оценке финансового состояния // Вестник Российского университета кооперации. 2019. № 1 (35). С. 42-48.

5. *Булычева, Т.В.* Проблемы трансформации российской финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами // Микроэкономика. 2014, №2. С. 6–10.

УДК 657.633.5

ВНУТРЕННИЙ ФИНАНСОВЫЙ АУДИТ ОРГАНИЗАЦИИ

Елена Владимировна Гудожникова, кандидат экономических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: Gudzhnikova-net@mail.ru

INTERNAL FINANCIAL AUDIT OF THE ORGANIZATION

Elena Vladimirovna Gudozhnikova, PhD in Economics, Associate Professor

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье рассмотрены актуальные вопросы, связанные с организацией службы внутреннего финансового аудита организации. По результатам достоверной оценки финансового состояния руководство организации способно разработать мероприятия по увеличению рентабельности и предотвратить возникновение вероятного экономического убытка. При подобных условиях усовершенствование механизма компании внутреннего финансового аудита организации обретает существенную значимость.

К л ю ч е в ы е с л о в а: финансовый аудит, внутренний контроль, бухгалтерская отчетность, рынок.

This article discusses topical issues related to the organization of the internal financial audit service of the organization. Based on the results of a reliable assessment of the financial condition, the management of the organization is able to develop measures to increase profitability and prevent the occurrence of a probable economic loss. Under such conditions, the improvement of the mechanism of the company's internal financial audit of the organization acquires significant significance.

К е у о р д с: financial audit, internal control, accounting, market

Прежде чем переходить к рассмотрению самого процесса внутреннего финансового аудита, стоит дать определение. Под внутренним финансовым аудитом понимают независимый контроль и проверку бухгалтерской (финансовой) отчетности компании и оценку её бизнес-процессов, созданной внутри организации подразделением внутреннего контроля [1].

Для того, чтобы улучшить функционирование системы внутреннего контроля в организации, руководители компаний формируют подразделение внутреннего контроля. Внутренний финансовый аудит необходим для должной оценки надежности финансового контроля организации и формирования рекомендаций для повышения его эффективности, выполняя при этом поставленные цели и задачи.

Общей целью внутреннего финансового аудита организации является содействие органам управления организации в повышении её эффективности, а также совершенствовании финансово-хозяйственной деятельности.

Как правило, внутренний финансовый аудит организации ориентирован на:

- оценку надежности внутреннего финансового контроля и подготовку рекомендаций по улучшению его эффективности;
- установление достоверности и актуальности бухгалтерской отчетности и соответствия стандартам бухгалтерского учета, утвержденными Министерством Финансов России;
- подготовку предложений о повышении эффективности использования собственных средств организации.

Основные задачи внутреннего финансового аудита базируются на основных целях, а также определяются с учетом имеющихся ресурсов у организации, её особенностей и приоритетных направлений деятельности.

Как пример, задачами внутреннего финансового аудита организации являются:

- организация и функционирование системы внутреннего контроля для определения уровня эффективности работы подразделений и компании в целом;
- предоставления контрольной информации о функционировании деятельности организации, достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Для эффективного выполнения данных задач в функционал внутреннего финансового аудитора вносятся соответствующие нормы, определяющие его права и обязанности в данном процессе.

Руководители и собственники организаций уделяют огромный интерес бюджетированию и выполнению утвержденных планов, поэтому система внутреннего финансового аудита в большинстве компаний налажена.

Внутренний финансовый аудит проводит оценку эффективности системы внутреннего контроля, осуществляясь в различных направлениях. Так, проведение внутреннего финансового аудита организации позволяет руководителю оценить эффективность деятельности и стоимость его бизнеса, определиться с перспективой вложения средств, выявить риски или убедиться в их отсутствии по результатам финансовой проверки.

К результатам внутреннего финансового аудита, также можно отнести избежание непредвиденных расходов, провести планирование деятельности компании, в том числе повысить прозрачность деятельности.

Внутренние аудиторские проверки в организации целесообразно проводить хотя бы раз в год, однако по инициативе руководителя, могут проходить и внеплановый внутренний аудит.

Это рационально делать в случаях:

- расширения компания с выходом на новый рынок;
- необходимости повышения эффективности деятельности организации;
- реструктуризация организации;
- необходимой подготовки к налоговым проверкам;
- внедрения комплекса антикризисных мероприятий.

Для достижения необходимого результата при проведении внутреннего финансового аудита организации служба внутреннего контроля должна быть максимально независимой.

Это означает подчинения службы только собственникам и руководителю компании (возможно, заместителю руководителя), так как это позволяет избежать возможного давления на работников-аудиторов со стороны разного ранга руководителей данной организации.

Также для эффективного внутреннего финансового контроля перед аудитором ставятся требования к квалификации, однако в разных организациях они могут отличаться.

К примеру: высшее экономическое и высшее юридическое образование; знание определенных иностранных языков; наличие профессионального аттестата; опыт работы аудитором и т. д.

Вопросы аудита эффективности сегодня достаточно хорошо изучены применительно к оценке использования государственных

средств как при осуществлении государственного аудита, так и при определении системы ключевых показателей эффективности для госкомпаний.

Финансовый аудит, как и аудит эффективности занимает одно из основных мест в видовой структуре контрольных мероприятий, проводимых Счетной палатой, которые в зависимости от поставленных целей и характера решаемых задач подразделяются на несколько видов, представленных на рисунке [2].



Виды контрольных мероприятий

Условия эффективного функционирования системы внутреннего финансового аудита должны базироваться на актуальной ситуации рынка, на котором действует организация.

Рекомендации по усовершенствованию внутреннего контроля финансовых результатов предусматривают формирование системы внутреннего финансового аудита, обеспечивающей снижение вероятности возникновения ошибок в бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также своевременного их устранения.

По результатам исследований зарубежных и отечественных авторов внутреннего финансового аудита организации должен основываться:

- на разработке алгоритма работы действующей системы внутреннего финансового аудита;
- совершенствовании информационного обеспечения службы внутреннего финансового аудита [3];
- глубокой проверке финансовых результатов организации с целью снижения вероятности возникновения умышленных и сугубо технических ошибок в учете и отчетности, а также своевременного их устранения.

На данный момент, в работах отечественных ученых внутренний финансовый аудит организации рекомендуется разделить на несколько этапов:

1 этап – предварительный контроль.

Здесь можно отнести: определение перечня операций, необходимых для выполнения проверки; оценку рисков по результатам выполнения предварительного контроля.

2 этап – текущий контроль.

Текущий контроль предполагает, что служба внутреннего финансового аудита проводит проверку актуальной финансовой информации, основываясь на оперативной информации о доходах, расходах и финансовых результатах организации, с целью формирования дальнейших рекомендаций.

Последним этапом является заключительный контроль.

На данном этапе аудитор предоставляет оценку и рекомендации на основе проведения текущей проверки бухгалтерской (финансовой) отчетности. Детализация указанных этапов для службы внутреннего финансового аудита организации возможна с помощью вертикального и горизонтального контроля бухгалтерской (финансовой) отчетности [4].

На любом экономическом субъекте, предприятии или организации, необходимо грамотно сформулировать и структурировать свои направления деятельности по эффективному привлечению, распределению и контролю финансовых ресурсов. Для этого нужно проводить подробный анализ финансового состояния и денежных потоков предприятия, а также, после рассмотрения всех аспектов, дать объективную оценку деятельности, без которой невозможно принимать антикризисные решения в дальнейшем.

От этого будут зависеть итоговые финансовые результаты предприятия, проанализировав которые можно оценить и его финансовую устойчивость, являющуюся важным показателем, определяющим степень успешности предприятия (организации) и её платежеспособность. С этой точки зрения главной целью финансового менеджмента будет постоянное увеличение и развитие благосостояния компании [5].

Актуальность данной темы бесспорна в современных условиях экономического развития, поставившей фирмы перед необходимостью самостоятельного управления своей деятельностью.

Внутренний финансовый аудит организации позволяет объективно оценить в целом финансовую эффективность деятельности, определить в каком направлении и куда вкладывать денежные средства, и насколько это будет эффективно, а также оптимизировать финансовую деятельность, устраняя недостатки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 N 307-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/.
2. *Егорова, И.С.* Особенности оценки эффективности внутреннего финансового аудита // Журнал «Аудитор» №4-2018 г. Режим доступа: https://gaap.ru/articles/Osobennosti_otsenki_effektivnosti_vnutrennego_finansovogo_audita/.
3. Бухгалтерский учет: учебник / А.С. Бакаев, П.С. Безруких, Н.Д. Врублевский и др.; под ред. П.С. Безруких. 5-е изд., переработ. и дополн. М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2017. 365 с.
4. Бухгалтерский учет финансовой и хозяйственной деятельности: методология, задача, ситуации, тесты: учеб. пособ. / З.Д. Бабаева, В.А. Терехова, Т.Н. Шейна и др. М.: из-во «Финансы и статистика», 2016. 287 с.
5. *Хмельницкая, Н.В.* Основные элементы и процедуры внутреннего контроля в коммерческой организации // Материалы IV международной научно-практической конференции «Экономический потенциал как залог устойчивого развития». Винница: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. С. 41–45.

УДК 657.1.012.1

ПОСЛЕДНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ СОГЛАСНО ФЕДЕРАЛЬНЫМ СТАНДАРТАМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

**Ольга Владимировна Елисеева, кандидат экономических наук,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: oeliseeva@ruc.su

RECENT CHANGES IN ACCOUNTING ACCORDING TO FEDERAL ACCOUNTING STANDARDS

**Olga Vladimirovna Eliseeva, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматриваются изменения, происходящие в бухгалтерском учете и в бухгалтерской отчетности. Существенные изменения с 2022 года в бухгалтерском учете произошли в связи с внедрением федеральных стандартов по бухгалтерскому учету. При формировании бухгалтерской отчетности изменения коснулись аудиторской проверки и аудиторского заключения.

Ключевые слова: федеральные стандарты по бухгалтерскому учету, бухгалтерская отчетность, аудиторская проверка.

The article discusses the changes taking place in accounting and financial statements. Significant changes in accounting since 2022 have occurred due to the introduction of federal accounting standards. When compiling the financial statements, the changes affected the audit and the auditor's report.

Key words: federal accounting standards, financial statements, audit.

Ведение бухгалтерского учета обязательно для всех юридических лиц. Порядок ведения бухгалтерского учета осуществляется на государственном законодательном уровне. Основными нормативными документами по бухгалтерскому учету являются Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ), которые разрабатываются и утверждаются Министерством финансов РФ.

Изменение бухгалтерского и налогового законодательства с начала очередного календарного года – это уже традиция. Не стал исключением и 2022 г. Посмотрим, какие изменения в 2022 году коснутся бухгалтерской работы.

Последние годы на базе ПБУ разрабатываются, утверждаются и вступают в силу Федеральные стандарты по бухгалтерскому учету (ФСБУ).

По своему содержанию ФСБУ более содержательные и по своей сути приближенные к международным стандартам бухгалтерского учета и отчетности. Это доработанные нормативные акты, отвечающие современным требованиям и особенностям функционирования организаций.

Согласно статье 4 Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», федеральные стандарты являются нормативным документом регулирования бухучета. До принятия новых ФСБУ применяются ПБУ.

С 1 января 2022 года были введены в практическую деятельность новые ФСБУ. Обязательны к применению всеми юридическими лицами теперь: 25/2018, 6/2020 и 26/2020, а также 27/2021. Для перехода к новым ФСБУ бухгалтерам организаций понадобится пересчитать показатели бухгалтерской отчетности и скорректировать учетную политику.

Ежегодно вносимые изменения в законодательство по бухгалтерскому учету накладывают свой отпечаток на изменение правил формирования показателей бухгалтерской отчетности: вносятся изменения в методику формирования статей бухгалтерского баланса в связи с принятием новых федеральных стандартов по бухгалтерскому учету, меняются подходы к аналитическим процедурам показателей бухгалтерской отчетности и как следствие все изменения требуют нового подхода к ведению бухгалтерского учета.

В настоящее время все поставщики и покупатели начинают использовать электронный документооборот. Требования ФНС заставят автоматизировать документооборот по двум причинам:

налоговики начнут прослеживать движение товаров, а государство введет обязательную маркировку товаров.

ФНС с 2020 года прослеживает движение товаров, которые ввезли в Россию из других стран ЕАЭС: Армении, Белоруссии, Казахстана, Киргизии. Импортеры и все последующие продавцы обязаны отдельно отчитываться об операциях с такими товарами электронно. Операторы документооборота ежедневно передают инспекторам сведения о движении товаров.

С 2020 года организации должны маркировать автошины, большинство

товаров легкой промышленности. Компании, которые продают маркированные товары, должны подключиться к электронному документообороту (ЭДО), чтобы получать и отправлять универсальные передаточные документы (УПД), товарно-транспортные накладные (ТТН). Чтобы компании перейти на электронный документооборот, нужно формализовать движение документов. Для этого потребуется сформировать:

1. Перечень документов, которые компания использует в работе с контрагентами.
2. Актуальный список должностных лиц, участвующих в документообороте.

Такой список необходимо постоянно обновлять. Как только сотрудник увольняется, его электронную подпись нужно аннулировать и оформить для вновь назначенного на должность.

В связи с применением ФСБУ 6/2020 «Основные средства», в учете основных средств произошло несколько важных изменений:

- лимит стоимости ОС организация устанавливает сама;
- амортизацию можно начать начислять с месяца принятия ОС к учету либо использовать старые правила;
- группы ОС можно переоценить по справедливой стоимости, периодичность организация устанавливает сама.

«К примеру, предприятие может в бухгалтерском учете повысить лимит до 100 тыс. руб. Тем самым получится снизить разницу между бухгалтерским и налоговым учетом» [1].

Для перехода на стандарт в учетную политику нужно внести изменения. Например, следует указать:

- новый лимит стоимости ОС;
- с какого момента начисляете и прекращаете начислять амортизацию, а также способы ее начисления для каждой группы ОС;
- способ учета последствий переоценки;
- порядок перехода на стандарт. Есть два варианта – ретроспективный или альтернативный.

Значительные изменения произошли в учете капитальных вло-

жением в связи с принятием ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения»:

Отметим такие отличия от старых правил:

- капитальные вложения нужно проверять на обесценение;
- при длительной рассрочке платежа, если в договоре нет условий о процентах, часть затрат на приобретение капитальных вложений нужно учитывать как расходы по займу.

В учетную политику также нужно внести изменения. Например, указать порядок перехода на стандарт. Его можно отразить ретроспективно либо перспективно на свое усмотрение. «Данное решение нужно раскрывать в бухгалтерской (финансовой) отчетности организации» [2].

Министерство финансов РФ в своих разъяснениях аудиторским организациям разъяснило, что при наличии у одного объекта основных средств нескольких частей, стоимость и сроки полезного использования которых существенно отличаются от стоимости и срока полезного использования объекта в целом, каждая такая часть признается самостоятельным инвентарным объектом. Аналогичное требование есть и в МСФО. Теперь при переходе на новое ФСБУ 26/2020 с 1 января 2022 года компаниям предстоит такую проверку провести и в зависимости от выбранного способа перехода на новый стандарт, учитывать отдельные самостоятельные инвентарные объекты в рамках комплексного объекта основных средств.

Вступил в силу ФСБУ 27/2021 «Документы и документооборот в бухгалтерском учете».

В первую очередь изменения коснулись первичной документации:

- дату документа нужно определять по дате подписания. Если они разные, указывают дату, когда произошел факт хозяйственной жизни;

- стандарт ввел новый термин — «оправдательный документ». Им может стать любой документ, который составляется в ходе деятельности. Например, договоры с контрагентами, приказы о приеме на работу и пр. Важно, чтобы в них были все обязательные реквизиты;

- исправление первички зависит от ее формы. Так, чтобы поправить электронный документ, просто оформляется взамен новый. В нем указывается, что составили его взамен первоначального.

Для перехода на этот стандарт специально ничего делать не нужно.

Далее отметим изменения, касающиеся бухгалтерской отчетности.

Сдавать бухгалтерскую отчетность в какие-либо госорганы, кроме ИФНС, больше не придется (Закон от 02.07.2021 № 352-ФЗ). «Госорганы будут получать все необходимые сведения из государственного ресурса бухгалтерской отчетности» [3].

С 2022 года действуют новые правила обязательного аудита бухгалтерской отчетности. В письме от 18.01.2022 № 07-04-09/2185 Минфин РФ разъяснил нюансы применения поправок. Важно, что к аудиторской проверке бухгалтерской отчетности за 2021 год можно привлекать не всех аудиторов.

Все случаи, когда необходимо проводить обязательный аудит, приведены в части 1 статьи 5 Федерального закона от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности».

Так, для организаций, созданных в форме ООО, аудит обязателен, если выполняется хотя бы одно из таких условий [4]:

– сумма доходов по данным налогового учета за год, предшествующий отчетному, превышает 800 млн руб. (в 2022-м проверяют отчет 2021 года);

– сумма активов баланса на конец года, предшествующего отчетному, превышает 400 млн руб. (в 2022 г. берутся данные баланса за 2021 год).

Основные поправки в отношении общественно значимых организаций — их перечень теперь конкретизирован (ч. 1 ст. 5.1 Закона № 307-ФЗ). В частности, общественно значимыми признаются публичные акционерные общества, страховые и кредитные организации, госкорпорации и госкомпании, а также организации, в уставных капиталах которых доля госсобственности составляет не менее 25 процентов.

Выбирая тех, кто будет проводить аудит бухгалтерской отчетности, учитываются два изменения, которые действуют с этого года.

Во-первых, с отчетности за 2021 год можно привлечь к обязательному аудиту только аудиторские организации (ч. 3 ст. 5 Закона № 307-ФЗ). Индивидуальные аудиторы больше не вправе проводить обязательный аудит бухгалтерской отчетности, в том числе за периоды, предшествовавшие 2021 году. Но если индивидуальный аудитор выдал заключение до 1 января 2022 года, оно остается действительным, заново проводить аудит не надо (письмо Минфина от 18.01.2022 № 07-04-09/2185).

Во-вторых, аудиторские компании обязали раскрывать на своем сайте информацию о своей деятельности (ч. 5 ст. 13 Закона № 307-ФЗ). Это значит, что получить сведения об аудиторской компании станет проще. Однако, следует убедиться, что аудиторская компания является членом саморегулируемой организации аудиторов. В противном случае она не вправе вести аудиторскую деятельность,

привлекать ее к проверке нельзя. С 1 сентября вступает в силу полный перечень обязательных сведений, размещаемых на сайте, утвержденный приказом Минфина от 30.11.2021 № 198н. В их числе — дата внесения сведений об аудиторской организации в реестр саморегулируемой организации.

Если проверяемая организация входит в число общественно значимых, требования к аудиторской компании для обязательного аудита строже. В частности, в штате должен быть хотя бы один аудитор с квалификационным аттестатом, выданным после 1 января 2011 года. Кроме того, о начале аудита надо уведомить Казначейство (ч. 20 ст. 15 Федерального закона от 02.07.2021 № 359-ФЗ). Такие условия привел Минфин РФ для так называемого переходного периода. С этого года установлены обязательные требования к аудиторским компаниям, которые проводят проверки общественно значимых организаций. Так, аудит вправе проводить только те компании, которые внесены в специальный реестр аудиторских организаций, оказывающих услуги общественно значимым. Сведения о том, что аудиторская компания попала в такой реестр, она обязана будет размещать на своем сайте.

В реестр компанию внесут, если она соответствует определенным критериям, которые установлены новой статьей 5.3 Закона № 307-ФЗ. Среди них наличие в штате не менее трех аудиторов с квалификационным аттестатом по обновленным правилам. Но требование о внесении компании в реестр действует с аудита бухгалтерской отчетности за 2023 год. Пока Минфин РФ допустил лайт-версию новых правил: иметь в штате хотя бы одного аудитора с новым аттестатом.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Елисеева О.В.* Учет основных средств в соответствии с новым федеральным стандартом ФСБУ 6/2020 «Основные средства». Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 1 (43). С. 34–38.
2. *Елисеева О.В., Бушева А.Ю.* Учет запасов по-новому. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 10-1. С. 57–63.
3. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «Об аудиторской деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 25.02.2022).
4. Федеральный закон от 02.07.2021 № 352-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 24.02.2022).

УДК 657.633.6

АКТУАЛИЗАЦИЯ ОТЧЁТНОЙ ИНФОРМАЦИИ О ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКАХ ОРГАНИЗАЦИИ

Анна Геннадьевна Жигунова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: semeleva.olga@mail.ru

UPDATING OF REPORTING INFORMATION ON CASH FLOWS OF ORGANIZATIONS

Anna Gennadievna Zhigunova, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье изучены проблемы актуализации отчетной информации о денежных потоках с формами отчетности организации, актуализировано положение отчёта о движении денежных средств в современной экономической практике.

К л ю ч е в ы е с л о в а: денежные потоки, отчетность, анализ, бухгалтерский баланс, платежеспособность.

In this article, the problems of updating the reporting information on cash flows with the reporting forms of the organization are studied, the position of the cash flow statement in modern economic practice is updated.

К е у о р д s: cash flows, reporting, analysis, balance sheet, solvency.

Отчет о движении денежных средств (*далее – ОДДС*) один из трёх основных информационных финансовых источников. Он показывает, как применяются денежные потоки за прошедший период, а также отображает их воздействие на денежную позицию исследуемой фирмы [1].

В международной практике этот вид отчётности признается в качестве основного финансового источника информации и является неотъемлемым частью отчетности в компаниях.

Однако, что в российской практике учёта финансовая информация, находящая своё отражение в отчете о движении денежных средств, рассматривается не более как пояснительную часть к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

Отсюда можно сразу установить взаимосвязь между этими видами отчетности, но прежде, чем её рассматривать, следует остановиться и проанализировать значимость ОДДС и актуализировать положение отчёта в современной экономической практике.

Основная цель отчета о движении денежных средств определя-

ется, как предоставление полного объема информации о денежных потоках, поступлении денежных средств и совершённых платежах фирмы.

Отчёт является базой для проведения анализа возможностей хозяйствующего субъекта зарабатывать денежные средства в коммерческой деятельности, а также служит основой для проведения оценки платежеспособности компании и умения грамотно использовать эти денежные средства.

Знаменитые российские учёные в области экономики также отмечают необходимость и значимость ОДДС, это, в первую очередь связано с тем, что именно группировка финансовой информации о способности фирмы обращаться с денежными средствами в процессе деятельности является основной задачей данной формы отчётности.

Для повышения качества, достоверности и информативности отчета необходимо использовать научно обоснованную методику его подготовки. Различные способы формирования и раскрытия отчетной информации ОДДС влияют в конечном итоге на получаемый результат деятельности хозяйствующего субъекта.

Информация о финансовом состоянии предприятия представляет интерес для различных групп пользователей, так данная характеристика определяет конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве [2].

В современных экономических условиях грамотное управление финансовой деятельностью очень важно.

В связи с этим проведение анализа движения денежных средств обязательно для анализа эффективности деятельности предприятия. Денежные потоки в ОДДС группируются по трем направлениям видов деятельности компании (таблица) [3].

Используемая в экономической практике классификация движения денежных средств по трём видам деятельности (текущая, инвестиционная и финансовая) обеспечивает отражение полной и достоверной информации для пользователей, что позволяет им оценить влияние денежных потоков на финансовое состояние организации.

Этот массив информации, отражённый в отчетности о денежных потоках, даёт возможность провести совокупный анализ и дать оценку денежных потоков, выявить имеющуюся взаимосвязь между операциями по выделенным ранее направлениям деятельности, а также служит базой для проведения прогнозирования платежеспособности организации [4].

Существуют несколько важных отличий в методах подготовки данного отчета. Так, например, российская практика использует только прямой метод подготовки отчёта о движении денежных

средств, а по МСФО наряду с прямым, рассматривается еще и косвенный метод подготовки отчёта.

**Отражаемые виды деятельности в отчете
о движении денежных средств,
в соответствии с ПБУ и МСФО**

Виды деятельности	По ПБУ 23/11	По МСФО (IAS) 7
Текущая деятельность компании	Совокупность операций, связанных с осуществлением обычной деятельности организации, приносящей выручку	Основная приносящая выручку деятельность организации и прочая деятельность отличная от инвестиционной и финансовой деятельности
Инвестиционная деятельность компании	Совокупность операций, связанных с приобретением, созданием или выбытием внеоборотных активов организации	Приобретение и продажа долгосрочных активов и других инвестиций, не относящимся к денежным эквивалентам
Финансовая деятельность компании	Совокупность операций, связанных с привлечением организацией финансирования на долговой основе, приводящих к изменению величины и структуры капитала и заемных средств организации	Деятельность, которая приводит к изменениям в размере и составе собственного капитала и заемных средств организации

Первым рассмотрим прямой метод, который использует как в России, так и в других странах.

Он предполагает, что денежные поступления и денежные выплаты берутся со учетных счетов без каких-либо корректировок. По факту, это честные денежные потоки: сколько фирма получила или заплатила денежных средств – столько и было отражено в отчёте [5].

В отличие от прямого метода подготовки отчёта, косвенный представляет собой отражение информации, которая носит больше теоретический характер. Суть использования данного метода подготовки ОДДС предполагает корректировку полученной компанией прибыли.

Применение косвенного метода подготовки отчёта отражается во внесении изменений в финансовые операции, где прибыль получена, но деньги не зачислились.

Отсюда сразу можно вывести главную разницу между данными методами подготовки ОДДС: информативность для конечного пользователя.

Прямой метод подходит для отражения полного объёма инфор-

мации и о движении денежных средств, в то время как косвенный для общего ознакомления. Это означает, что выбор метода для составления отчетности о денежных потоках базируется на определении конечного пользователя, т.е. для какого заинтересованного лица эта отчетность будет готовиться.

Как говорилось ранее, ОДДС в настоящий момент является основной формой финансовой отчетности, также как и бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах. Отраженная финансовая информация в отчетах не может быть не взаимосвязана между ними. Эта взаимосвязь показана на рисунке [6].



Взаимосвязь между бухгалтерским балансом, отчетом о финансовых результатах и отчетом о движении денежных средств

Рассмотрим каждый отчет отдельно и его место в общей цепочке взаимосвязи. Бухгалтерский баланс предполагает отражение в целом совокупности активов и пассивов, т. е. включая денежные средства в активах и акционерный капитал в пассивах компании в конкретный момент времени (на начало отчетного периода и на конец отчетного периода).

Отсюда напрашивается вывод, что отчет о движении денежных средств и отчет о финансовых результатах показывают изме-

нения этих двух сторон баланса за конкретный промежуток времени.

Так, взаимосвязь проявляется в том, что ОДДС показывает изменение денежной позиции компании, а отчет о финансовых результатах показывает изменение акционерного капитала в результате коммерческой деятельности фирмы.

Таким образом, отчет о движении денежных средств (ОДДС) является неотъемлемой и необходимой составляющей финансовой отчетности компании.

Проводить анализ и оценку финансовой отчетности предприятия нецелесообразно, если не проводить анализ отчета о движении денежных средств, так как без него невозможно оценить и сделать вывод о реальной платежеспособности фирмы, именно поэтому бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах необходимо рассматривать во взаимосвязи с отчетом о движении денежных средств[7].

ЛИТЕРАТУРА

1. Приказ Минфина РФ от 2 февраля 2011 г. № 11н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011)». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/12184342/>
2. *Васильева Е.А.*, Гудожникова Е.В., Завьялова Т.В. Роль достоверности бухгалтерской информации для анализа финансово-экономического состояния предприятия в современных условиях хозяйствования / *Фундаментальные исследования*. 2016. № 12-1. С. 149–153.
3. Приказ Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (с изменениями и дополнениями). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/12177762/>.
4. Анализ и прогнозирование денежных потоков: учебник / Е.Н. Баранова, Т.Б. Иззука, С.Н. Миловидова [и др.]; под ред. Н.А. Никифоровой. М : КноРус, 2020. 312 с.
5. *Гудожникова, Е.В.*, Скороходова О.Н. Направления развития инвестиционной политики АПК. / *Мир науки и образования*. 2015. № 3 (3). С. 4.
6. *Панфилова, Л.В.*, Петухова Н.В. Отчет о движении денежных средств как одна из форм бухгалтерской финансовой отчетности // *Современные проблемы науки и образования*. 2017. № 5. С. 411–415.
7. *Гудожникова Е.В.* Пути укрепления финансового состояния организации / *Проблемы развития социально-экономических систем. Материалы Национальной научно-практической конференции*. Хайров [и др.]. 2019. С. 31–33.

УДК 338.21.04.6

УЧЕТ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

Татьяна Владимировна Завьялова, кандидат экономических наук, доцент

Татьяна Валерьевна Булычева, кандидат экономических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: t.v.zaviyalova@ruc.su; t.v.bulycheva@ruc.su

ACCOUNTING OF LEASING OPERATIONS IN MANAGEMENT ACCOUNTING

Tatyana Vladimirovna Zavyalova, PhD in Economics, Associate Professor

Tatyana Valerievna Bulycheva, PhD in Economics, Associate Professor

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье рассмотрены и даны рекомендации компании-лизингополучателю разработать правила управленческого учета операций лизинга. Приведена аргументация того, как раскрыть в учетной политике понятие лизинга, классифицировать лизинговое имущество, установить момент его признания, правила оценки, а также разработать перечень аналитик.

К л ю ч е в ы е с л о в а: лизинг, лизинговое имущество, лизингодатель, лизингополучатель, управленческий учет, регламент, контрагент, договор, амортизация, амортизируемое имущество, управленческий учет, управленческая отчетность.

The article discusses and gives recommendations to the lessee company to develop rules for management accounting of leasing operations. The argumentation of how to disclose the concept of leasing in the accounting policy, classify leasing property, establish the moment of its recognition, valuation rules, and develop a list of analysts is given.

K e y w o r d s: leasing, leasing property, lessor, lessee, management accounting, regulations, counterparty, contract, depreciation, depreciable property, management accounting, management reporting.

Если компания берет в лизинг имущество или только планирует это, разработайте правила управленческого учета лизинговых операций. Они могут отличаться от правил бухгалтерского учета. В управленческом учете необходимо отражать экономическую сущность совершаемых сделок, представлять учетные данные в требу-

емой детализации. Чтобы добиться этого, в управленческой учетной политике закрепите:

- что понимать под лизингом и как классифицировать лизинговое имущество;
- как определять момент признания лизингового имущества;
- как оценивать его стоимость;
- какие аналитические признаки использовать для отражения операций.

В управленческом учете можно использовать то же определение лизинга, что и для целей бухгалтерского учета, которое сформулировано в Законе от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)». Но лучше – определение финансовой аренды из международного стандарта финансовой отчетности (IFRS) 16 «Аренда» [1].

Согласно ему, финансовая аренда предусматривает передачу арендодателем арендатору практически всех рисков и выгод, связанных с владением активом, а переход права собственности на него не обязателен.

Кроме того, в управленческой учетной политике рекомендуется установить критерии признания лизингового имущества, в соответствии с которыми лизингополучатель будет отражать активы и обязательства, связанные с конкретным договором лизинга, на своем балансе.

Критерии, которые по отдельности или в совокупности свидетельствуют о том, что лизинговое имущество можно признать на балансе вне зависимости от того, что диктует договор, могут быть следующими:

- договор лизинга предусматривает передачу права собственности на актив в конце срока аренды;
- лизингополучатель имеет право на покупку актива и планирует воспользоваться этим правом;
- срок лизинга практически сопоставим со сроком полезного использования актива;
- на дату начала отношений по договору лизинга дисконтированная стоимость лизинговых платежей практически равна рыночной стоимости арендуемого актива;
- у лизингополучателя есть право расторжения договора лизинга, при этом убытки лизингодателя компенсируются лизингополучателем.

Предметом лизинга могут выступать любые непотребляемые вещи, в том числе имущественные комплексы, недвижимое имущество, транспортные средства [2].

В управленческом учете их можно учитывать обособленно или по строке «Основные средства», разделяя объекты лизинга по ви-

дам активов, например: недвижимость, транспортные средства, машины и оборудование и т. д.

Как установить момент признания лизингового имущества в управленческом учете

Лизинговое имущество можно признавать в управленческом учете лизингополучателя, если оно соответствует перечисленным выше критериям, после подписания договора лизинга, актов приема-передачи имущества и актов ввода имущества в эксплуатацию.

Если даты этих документов разные, то моментом признания лизингового имущества будет дата акта на ввод актива в эксплуатацию (если в договоре не указано иное).

После того как компания-лизингополучатель признает на балансе имущество, ей предстоит начислять на него амортизацию (что отразится в отчете о доходах и расходах) и перечислять процентные платежи лизингодателю (это коснется отчета о доходах и расходах и отчета о движении денежных средств).

Рассмотрим, как оценивать лизинговое имущество в управленческом учете лизингополучателя.

Если критерии признания лизингового имущества соблюдаются, то в управленческом учете необходимо признать арендуемый актив по рыночной стоимости на дату начала арендных отношений, а также эквивалентное ему обязательство. Рыночной можно считать стоимость, указанную в договоре лизинга. Эти данные необходимо отразить в управленческом балансе.

Если монтаж проводится силами лизингополучателя и без возмещения лизингодателем, то расходы на монтаж надо капитализировать в составе стоимости лизингового имущества.

В этом случае при первоначальном признании стоимость актива будет выше стоимости обязательства по финансовой аренде именно на величину монтажных работ.

В дальнейшем полученные в лизинг активы можно отражать в управленческой отчетности по фактической стоимости приобретения или по переоцененной стоимости, подразумевающей ежегодную переоценку [3].

Например, рассмотрим механизм отражения операций по договору лизинга в управленческом учете лизингополучателя. На 1 января 2021 года компания «Альфа» – лизингодатель заключила договор лизинга с компанией «Бета» – лизингополучателем. Предмет лизинга – транспортное средство рыночной стоимостью 1 200 000 руб. без учета процентных расходов. Сроки аренды и полезного использования составляют три года. Предусмотренная договором ставка – 10 процентов в год.

Для примера модель аренды существенно упрощена: она не включает сравнение рыночной стоимости с дисконтированной

стоимостью минимальных арендных платежей, возможность внесения предоплаты. Срок аренды и полезного использования равны, платежи дифференцированные – не равные друг другу и т. д.

Лизинговые платежи перечисляются один раз в год в конце каждого календарного года по следующему графику, который необходимо отразить в отчете о движении денежных средств:

- 1) 31 декабря 2021 года – 520 000 руб.;
- 2) 31 декабря 2022 года – 480 000 руб.;
- 3) 31 декабря 2023 года – 440 000 руб.

Это платежи, включающие минимальный арендный платеж 400 000 руб. в год (1 200 000 руб.: 3 г.) и начисленные проценты за год по ставке 10 процентов. Например, за первый год долг по процентам был 120 000 руб. (1 200 000 руб. × 10%), за второй год он уже равен 80 000 руб. (800 000 руб. × 10%).

Право собственности в конце срока аренды не переходит к лизингополучателю.

В управленческом балансе на дату заключения договора лизинга – 1 января 2021 года будут отражены следующие статьи:

- основное средство – 1 200 000 руб.;
- обязательство по финансовой аренде – 1 200 000 руб.

За 2021 год в управленческом отчете о финансовых результатах будут отражены:

- амортизационные отчисления – 400 000 руб.;
- процентные расходы – 120 000 руб. (1 200 000 руб. × 10%).

В управленческом балансе на 31 декабря 2021 года актив и обязательство по договору лизинга составят:

- основное средство – 800 000 руб.;
- обязательство по финансовой аренде – 800 000 руб.

Так, предприятие учитывает отдельно актив и амортизирует его в течение срока полезного использования.

Оно также признает обязательство и выделяет расходы, включенные в лизинговый платеж, что позволяет распределять их с учетом их экономической сущности в управленческом отчете о финансовых результатах, а не списывать всю сумму начисленного лизингового платежа на себестоимость или управленческие расходы.

Очень важно раскрыть какие аналитические признаки использовать для учета операций лизинга. Для качественного управленческого учета лизинговых операций нужно определить необходимые аналитические признаки и закрепить их в управленческой учетной политике.

Возможный перечень аналитик для организации управленческого учета представлен в таблице.

В зависимости от того, какая информация требуется руковод-

ству, каждой компании нужно самостоятельно определить, какие из этих признаков использовать, нужно ли дополнять или конкретизировать их.

Аналитические признаки для учета операций лизинга

Аналитические признаки	Назначение
Предмет лизинга	Идентифицирует активы по объектам, присваивает дополнительный признак лизингового имущества для основных средств (позволяет выделить их среди приобретенных активов или объектов капитального строительства)
Контрагент	Идентифицирует компанию-лизингодателя
Номер договора	Позволяет указать номер договора лизинга
Процентная ставка	Позволяет указать ставку по договору лизинга, применяемую для расчета его финансовой составляющей
Центр затрат	Идентифицирует подразделение компании, использующее предмет лизинга
Срок полезного использования	Позволяет указать срок полезного использования предмета лизинга
Период аренды	Позволяет указать срок действия договора лизинга

Если топ-менеджеры требуют подробные данные, следует детализировать аналитику статьи «Амортизация»: например, «Амортизация основных средств», «Амортизация нематериальных активов», «Амортизация лизингового имущества». Также можно детализировать аналитику статьи «Проценты»: к примеру, «Проценты по кредитам полученным», «Проценты по займам полученным», «Проценты по обязательствам по финансовой аренде».

Таким образом, следует резюмировать, что учет лизинговых операций играет преваляющую роль в корпоративной системе управления современной компании

ЛИТЕРАТУРА

1. Булычева, Т.В., Завьялова Т.В. Правила учета обратной аренды. Материалы Международной научно-практической конференции. Саранск, 2021. С. 235-239.
2. Булычева, Т.В., Завьялова Т.В., Богданова А.Р. Роль стратегического управленческого учета в управлении предприятием. Studium. 2014. № 3 (32). С. 3.
3. Федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды». [Электрон. ресурс]. Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=133540_federalnyi_standart_bukhgalterskogo_ucheta_fsbu_252018_bukhgalterskii_uchet_arendy (дата обращения: 10.02.2022).

УДК 336.221

ИЗМЕНЕНИЯ В НАЛОГОВЫХ РЕЖИМАХ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Дания Наильевна Зарипова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st805373@ruc.su

CHANGES IN TAX REGIME FOR SMALL BUSINESSES

Dania Nailevna Zaripova, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Причин, когда бизнес решает сменить налоговый режим, много. Например, малое предприятие применяет специальный налоговый режим, а его партнеров интересует работа с НДС. Или предприниматель теряет обороты, и налоговая нагрузка на общей системе налогообложения становится непосильной. В статье рассмотрены виды налоговых режимов для малого бизнеса и какие изменения произошли в правилах их применения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: упрощенная система налогообложения, виды налоговых режимов, налоговая отчетность, налоговая декларация.

There are many reasons why a business decides to change the tax regime. For example, a small business applies a special tax regime, and its partners are interested in working with VAT. Or the entrepreneur loses momentum, and the tax burden on the general taxation system becomes unbearable. The article discusses the types of tax regimes for small businesses and what changes have occurred in the rules for their application.

К е у w o r d s: simplified taxation system, types of tax regimes, tax reporting, tax declaration.

Предприятия малого бизнеса в своей финансово-хозяйственной деятельности имеют определенные особенности перед крупными холдингами и компаниями. При ведении малого бизнеса при соблюдении льготных условий, малые предприятия формируют бухгалтерскую и налоговую отчетность. «Концептуальной основой бухгалтерской финансовой отчетности является формирование точной и достоверной информации для внутренних и внешних пользователей» [1].

Финансовая отчетность – это официальная информация о доходах, расходах и долгах компании. Она позволяет инвестору оценить ее финансовое положение. И решить, стоит ли вкладывать в нее деньги, покупать ее акции. Цель бухгалтерского учета – объ-

единить показатели бухгалтерского учета за период и показать их в доступном виде интересующимся клиентам. Отчетные данные бухгалтерской отчетности необходимы как для внешних, так и для внутренних пользователей.

Налоговая отчетность формируется исходя из применяемого режима налогообложения. «Поэтому бухгалтерская финансовая отчетность является основой организации эффективных экономических связей всех участников деловых отношений» [2].

Принятие решений с целью выполнения важных вопросов долгосрочного, текущего и оперативного характера пользователями бухгалтерской отчетности имеют важное значение. Финансовая отчетность является основным ресурсом данных для определения материальной стабильности, экономического анализа, рентабельности и покупательной способности организации, а также выявления ее дальнейшего развития.

Предприятия малого бизнеса могут работать и вести хозяйственную деятельность на общей системе налогообложения или применять специальные налоговые режимы.

Общая система налогообложения предусматривает уплату таких налогов, как налог на добавленную стоимость, налог на имущество, налог на прибыль и др. Общую систему налогообложения (ОСНО) могут использовать любые компании и ИП без ограничений по видам деятельности.

ОСНО применяется по умолчанию с момента создания бизнеса, если при регистрации не подано заявление о переходе на другой налоговый режим. Те, кто используют эту систему, не ограничены, например, в размере доходов или величине штата. Однако стоит учесть, что она не является льготным налоговым режимом и поэтому предполагает уплату всех налоговых сборов. Именно поэтому такая система не так распространена у малого бизнеса.

ОСНО подойдет организации в том случае, если занимается оптовой торговлей или работает с крупными компаниями, которые тоже применяют этот режим. Для них важно, чтобы партнеры платили НДС – в этом случае они смогут возместить этот налог, который платят сами.

В современной экономике налоговые платежи являются основным доходом государства [3].

Основные налоги при ОСНО:

- НДС (ставка – от 0 до 20% в зависимости от вида товаров, работ или услуг);

- НДФЛ (для ИП: ставка – 13% для резидентов РФ, 30% для нерезидентов РФ, т.е. тех, кто находится на территории РФ менее 183 дней в году);

- налог на прибыль организации (ставка – от 0% до 20%);

- налог на имущество организаций (ставка – от 1,5% до 2,2%);
- налог на имущество ИП (от 0,1% до 2%).

Таким образом, на общей системе налогообложения уплачиваются все виды налогов, и она не является льготным режимом. В связи с этим предоставляемая отчетность более сложная. Тем не менее, в некоторых случаях компании и ИП могут получить налоговые льготы. Например, это компании, работающие в сфере образования, медицины, социального обслуживания, резиденты особых экономических зон и т. д.

Ряд важных изменений налогового и бухгалтерского законодательства нашей страны коснется субъектов малого предпринимательства [4].

Специальные налоговые режимы (упрощенная система налогообложения) налоги общей системы налогообложения заменяет уплатой одного налога по специальной ставке.

Специальные налоговые режимы помогают экономить на платежах в бюджет. Если у бизнеса несколько видов деятельности и для каждого выгоден свой режим, удобно их совмещать. После отмены единого налога на вмененный доход (ЕНВД) самые популярные варианты совмещения налоговых режимов станут недоступны. Рассмотрим, какие режимы можно совмещать и как это делать в 2022 году. Кроме того, в России планируют внедрить новый специальный налоговый режим. Федеральная налоговая служба уже разработала законопроект по новому налогу. Параметры нового режима еще будут дорабатывать, но большинство деталей уже известны. Для компаний и ИП увеличат налоговую ставку:

- с объектом «доходы» – с 6 до 8 % от выручки;
- с объектом «доходы минус расходы» – с 15 до 20 % от прибыли.

Изменения касаются и минимальной ставки для УСН с объектом «доходы минус расходы» с 1 до 3 % от выручки. Кроме того, новый налоговый режим отличается от упрощенной системы налогообложения тем, что максимальный доход при УСН составляет 200 млн.руб., а новый налоговый режим – 60 млн.руб. Ставки налога на доходы физических лиц (НДФЛ) при УСН 13% и 15% с доходов более 5 млн.руб., при новом налоговом режиме НДФЛ составит 13% со всех доходов.

Применять новый налоговый режим смогут микропредприятия и индивидуальные предприниматели, которые находятся на УСН с объектом «доходы» или «доходы-расходы». Ограничения нового режима по максимальной численности сотрудников и доходам подойдут только микробизнесу. Но и здесь есть ряд ограничений.

При переходе на новый налоговый режим организации не смогут:

- открывать подразделения и применять другие режимы;

- нанимать нерезидентов и работников с правом на досрочную пенсию;
- заключать договоры простого или инвестиционного товарищества, доверительного управления имуществом или концессионного соглашения;
- работать по договорам поручения, комиссии или агентским договорам.

Рассмотрим особенности ведения бухгалтерского учета на новом налоговом специальном режиме.

При переходе на новый налоговый режим организациям и ИП больше не придется: платить страховые взносы; рассчитывать налог по УСН; вести бухгалтерский учет и Книгу учета доходов и расходов; сдавать 4-ФСС; проводить спецоценку; предоставлять сотрудникам имущественные и социальные вычеты.

Отчетность по НДФЛ и взносам сдавать тоже не нужно, но сведения о выплатах все равно придется передать в банк.

Применить новый налоговый режим предприятиям малого бизнеса можно будет уже с 1 июля 2022 года, но только из 4 регионов: Москва, Московская область, Калужская область, Татарстан. Все остальные регионы смогут внедрить новый налоговый режим с 1 января 2024 года.

В 2022 году по-прежнему действуют следующие налоговые режимы.

Специальные налоговые режимы:

Упрощенная система налогообложения (УСН). Налоговой базой являются либо доходы (6%) или доходы за минусом расходов (15%).

Отчетность:

Необходимо вносить авансовые платежи 3 раза в год: за квартал, за полугодие, за 9 месяцев - не позднее 25 числа месяца, следующего за отчетным периодом;

Необходимо подать декларацию по УСН и заплатить налог по итогам года не позднее 30 апреля года, следующего за тем, в котором использовали УСН.

Как перейти на УСН:

Перейти сразу: подать заявление о переходе при регистрации организации или ИП или в течение 30 дней с момента регистрации;

Перейти с других систем налогообложения: перейти со следующего года. Для этого необходимо подать заявление до 31 декабря текущего года.

Патентная система налогообложения (ПСН), ставка 6%.

Перейти на патентную систему могут не все. Это зависит от специфики деятельности.

Налоговая база формируется из потенциально возможного дохода. Важно обратить внимание, если патент выдан меньше, чем

на 1 год, необходимо считать сумму дохода не за год, а за количество месяцев, на которые выдан патент.

Как перейти на ПСН:

Подать заявление можно в любое время, но не позднее, чем за 10 дней до начала применения патента.

Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), ставка 6%.

Данный налог могут применять только производители сельской продукции. Налоговая база: доходы-расходы.

Отчетность:

После полугода деятельности до 25 числа следующего месяца необходимо внести авансовый платеж.

Заплатить налог по итогам года не позднее 31 марта года, следующего за тем, в котором использовали ЕСХН.

Как перейти на ЕСХН:

В течение 30 календарных дней с даты постановки на налоговый учет.

Можно перейти со следующего года, подав заявление до 31 декабря текущего года.

В 2022 году Правительство вправе (Федеральный закон от 09.03.2022 № 52-ФЗ): изменять сроки налоговых проверок; продлевать сроки уплаты налогов, взносов, сборов, авансовых платежей, в том числе региональных; откладывать сроки сдачи отчетности; сдвигать сроки требований по уплате недоимки; вводить новые основания для отсрочек или рассрочек уплаты налогов; отменить ответственность, если не сдали отчетность.

Регионы получили право менять сроки по налогам. При условии, что это не сделали федералы.

Кроме того, отменили плановые проверки (Федеральный закон от 09.03.2022 № 52-ФЗ):

- для субъектов МСП до 31.12.2022;
- для айтишников, у которых есть госаккредитация, – до 31.12.2024.

Проверки останутся для опасных объектов и для грубых нарушений.

Завести уголовное дело по налоговому преступлению теперь можно только по материалам от инспекции. До этого возбудить дело вправе были даже по информации из СМИ.

Поправки затрагивают преступления по статьям 198–199.2 УК (Федеральный закон от 09.03.2022 № 51-ФЗ): уклонение организации от уплаты налогов, сборов, взносов; неисполнение обязанностей налогового агента; сокрытие активов, за счет которых должно производиться взыскание.

Можно применять одновременно ОСНО с патентной системой налогообложения (ПСН) и единым сельскохозяйственным налогом

(ЕСХН). В таком случае вам нужно будет уплачивать налоги по ПСН и ЕСХН с тех видов деятельности, которые вы осуществляете, применяя эти налоговые режимы.

Таким образом, выбор налогового режима для предприятий малого бизнеса зависит от учетной и налоговой политики организации. «Следовательно, можно утверждать, что функции бухгалтерии уже не могут быть сведены лишь к ведению бухгалтерских счетов и составлению отчетности» [2]. Одной задачей бухгалтера является выбор оптимального режима налогообложения и определения налоговой политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Елисеева, О.В. Основные процедуры перед составлением бухгалтерской финансовой отчетности // Актуальные проблемы социально-экономического развития общества. Материалы Национальной научно-практической конференции научно-педагогических работников. 2019. С. 224–228.
2. Бушева, А.Ю., Елисеева О.В. Учетно-аналитическое обеспечение управления финансовыми результатами // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12-1. С. 24–32.
3. Елисеева, О.В. Оптимизация налогообложения предприятий малого бизнеса и ее влияние на финансовый результат // Фундаментальные исследования. 2018. № 11-2. С. 222–226.
4. Бушева, А.Ю., Елисеева О.В. Изменения в бухгалтерском и налоговом учете субъектов малого предпринимательства // Фундаментальные исследования. 2016. № 6-1. С. 149–153.

УДК 657.411.1

УЧЁТ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА

Алина Ринатовна Кильдеева, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st805374@ruc.su

ACCOUNTING FOR THE FORMATION AND USE OF EQUITY

Alina Rinatovna Kildeeva, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье раскрывается экономическая сущность, характеристика и определение собственного капитала организации. На примере АО «Кадошкинский элек-

тротехнический завод» освещены особенности учёта и формирования собственного капитала.

К л ю ч е в ы е с л о в а: акционерное общество, учетная политика, собственный капитал, уставный капитал, резервный капитал, добавочный капитал, нераспределенная прибыль.

The article reveals the economic essence, characteristics and definition of the equity of the organization. On the example of JSC «Kadoshkinsky electrotechnical plant» features of the accounting and formation of equity are highlighted.

К е у о r d s: joint-stock company, accounting policy, shareholders' equity, authorized capital, reserve capital, additional capital, retained earnings.

В процессе хозяйственной жизни организаций бухгалтерский учёт является основным инструментом непрерывного и систематизированного сбора и регистрации информации.

Одним из особо важных направлений в бухгалтерском учёте, которое требует постоянного изучения и совершенствования является собственный капитал – источник функционирования организаций. Это связано с тем, что принятие управленческих решений в организации, носящих тактический и стратегический характер, безоговорочно, должно основываться на полной и достоверной оперативной информации формируемой учетно-аналитической системой на экономическом субъекте [1].

Собственный капитал – совокупная величина вложений учредителей – для обеспечения дальнейшей деятельности субъектов хозяйствования [2].

Стоит отметить, что собственный капитал является мощным инструментом при финансовом анализе, так как он отражает реально положение организации и его анализ и оценка (показатели рентабельности, оборачиваемости) помогают описать использование средств хозяйствующим субъектом.

Современные и трансформируемые тенденции рынка, затрагивающие внешнюю среду функционирования предприятий, а также существенность роли мобилизации работы и адаптации к изменениям, определяют необходимость в постоянном исследовании методических и организационных подходов к учету собственного капитала. Единство процесса воспроизводства требует материально-технического обеспечения всех его фаз. [3].

На этот факт указывает рост потребности бизнес-сферы в информационных ресурсах, которые формируется в бухгалтерской учетной системе, что также свидетельствует о повышении роли последней как уникального источника для принятия стратегически обоснованных управленческих решений [4].

На территории Республики Мордовия действуют многие промышленные предприятия.

Одним из динамически развивающихся предприятий республики является АО «Кадошкинский технический завод», один из

участников кластера «Энергоэффективная светотехника и силовая электроника».

Рассматриваемое акционерное общество выпускает более трехсот наименований электротехнической продукции различного назначения: светильники (уличные, промышленные, тепличные), прожекторы, пускорегулирующие аппараты, импульсно-зажигающие устройства.

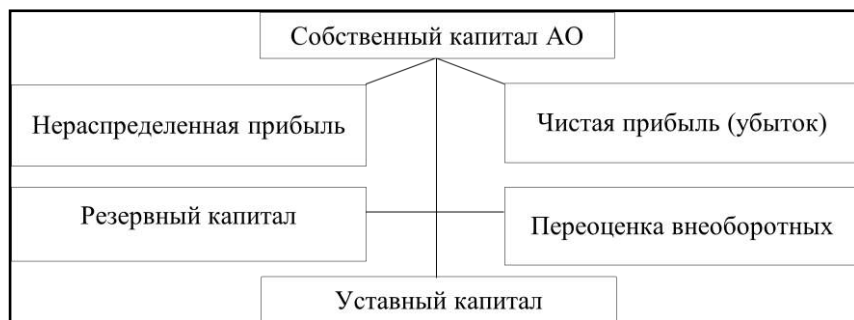
В соответствии с Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ в составе учетной политики рассматриваемого акционерного общества отражаются данные об образовании и о применении капитала.

В учетной политике рассматривает порядок формирования собственного капитала, порядок изменения акционерного капитала, а также порядок ликвидации задолженности учредителей по вкладам в уставный капитал.

Для АО важной задачей является ведение грамотного и достоверного учёта капитала.

Собственный капитал организации представлен в III разделе «Капитал и резервы» пассива баланса, а структуру акционерного капитала можно представить в виде схемы (рис. 1).

Счёт 80 «Уставный капитал» используется для корректного ведения учёта уставного капитала АО. Данный счёт содержит информацию о движении и состоянии. На нём обобщают информацию о состоянии и движении складочного капитала АО. По кредиту счёта отражается увеличение капитала, по дебету, соответственно, уменьшение.



Р и с. 1. Структура акционерного капитала

Исходя из учредительных документов величина уставного капитала равна конечному салдо 80 счёта. Проводки по счёту 80 отражаются при формировании и изменении складочного капитала.

Счёт 75 «Расчеты с учредителями» используют для отражения и формирования общих сведений об операциях с акционерами.

Величина уставного капитала, его использование и привлечение осуществляется только по решению акционеров.

Таблица 1

**Корреспонденция счетов по учету
формирования уставного капитала
АО «Кадошкинский электротехнический завод»**

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов	
	дебет	кредит
Отражен уставный капитал в сумме вкладов учредителей	75	80
Поступление денежных средств в кассу /на расчетный счёт/ на валютный счёт организации в счёт вклада в уставный капитал	50/51/52	75
Поступление вкладов учредителей в оборотных активах	10/41	75

Как было описано выше, использование собственного капитала (в данном случае уставного капитала) отражается по дебету 80 счёта и кредиту 75 «Расчеты с учредителями», так же могут кредитоваться счета 81 – при аннулировании акций на номинальную стоимость, 84 при доведении суммы складского капитала до суммы чистых активов и другие счета.

Добавочный капитал, так же как уставный является элементом собственного капитала, являющийся своеобразной финансовой подушкой безопасности. Источниками образования добавочного капитала в АО «Кадошкинский электротехнический завод» являются: переоценка основных средств; доход, полученный из инвестиционных средств; эмиссия.

Для учёта добавочного капитала в Плане счетов бухгалтерского учета предназначен счёт 83 «Добавочный капитал», формирующий все основные сведения об операциях, проводимых с использованием данного вида капитала [5].

При наращивании величины добавочного капитала дают запись по кредиту счёта 83 и дебету счетов: 75/1 «Расчеты по вкладам в уставный (складочный) капитал»; 84/1 «Прибыль, подлежащая распределению». Так же на основании справки-расчета отражаются проводки по переоценке основных средств организации, по дебету 01 «Основные средства» и кредиту счета 83.

Уменьшение капитала отражают по дебету 83 счёта и кредиту счетов: 84 – для погашения убытков прошлых лет; 75/2 «Расчеты по выплате доходов» – выделение части добавочного капитала, пропорционально вкладу собственника.

Резервный капитал общества создан в размере 5 процентов от величины уставного капитала. Резервный капитал в результате ежегодных отчислений от чистой прибыли. Учёт резервного капитала АО ведется на счёте 82 «Резервный капитал».

**Корреспонденция счетов по учёту формирования
и использования резервного капитала АО**

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов	
	дебет	кредит
Формирование резервного капитала за счёт нераспределенной прибыли	84	80
Резервный капитал направлен на покрытие убытка текущего года	82	84
На сумму разницы между фактическими затратами на покупку акций и их номинальной стоимостью	82	81

АО «КЭТЗ» вправе создавать различные оценочные резервы. Они создаются АО для покрытия своих рисков.

Основным источником формирования собственного капитала общества выступает нераспределенная прибыль (нераспределенный убыток). Для учета нераспределенной прибыли предназначен счёт 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Данная часть капитала собственников отражается после исключения из полученной прибыли всех претензий имеющихся кредиторов. Эту часть прибыли также можно реинвестировать обратно в целях роста компании (запуск новых продуктов или увеличение производственных мощностей).

**Корреспонденция счетов по учету нераспределенной
прибыли АО «Кадошкинский электротехнический завод»**

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов	
	дебет	кредит
За счет нераспределенной прибыли начислены дивиденды сотрудникам/ не сотрудникам АО	84	70/75
Удержание НДФЛ с дивидендов	70/75	68
Нераспределенная прибыль направлена на покрытие убытков прошлых лет	84/1	84/2
Списание убытка отчетного года при доведении величины уставного капитала до величины чистых активов	80	84/2
Резервный капитал направлен на покрытие убытка текущего года	82	84/2

В собственном капитале организации также может отражаться статья средств целевого финансирования.

Для их учета средств предназначен пассивный счет 86 «Целевое финансирование и поступления». Отражение поступления средств идёт по кредиту счета, а по дебету – их использование.

Эффективное управление собственным капиталом состоит из нескольких этапов. Для АО «Кадошкинский электротехнический завод» можно выделить несколько этапов по оптимизации капитала, которые наглядно представлены на рис. 2.

Основные этапы для эффективного управления собственным капиталом	1. Анализ капитала
	2. Определение общей потребности в капитале
	3. Оптимизация структуры по критерию политики финансирования активов
	4. Оптимизация структуры по критерию стоимости
	5. Оптимизация структуры по критерию эффективности использования

Р и с. 2. Этапы эффективного управления собственным капиталом для АО «Кадошкинский электротехнический завод»

Придерживаясь данной схемы хозяйствующий субъект имеет возможность разумно и взвешенно управление капиталом, позволяющее успешно работать на рынке.

Таким образом, на примере АО был рассмотрен собственный капитал и его структура, которая складывается из уставного и резервного капитала, добавочного капитала, а также нераспределённой прибыли.

Важно отметить необходимость эффективного управления собственным капиталом, так как грамотное и эффективное распоряжение данным инструментом позволяет АО обеспечивать финансовую автономию. Для достижения наилучшего результата в финансовом управлении предприятием в соответствии с требованиями постоянно изменяющейся экономической среды необходимо сформировать эффективную единую информационную базу [6].

Согласно Учетной политики АО «Кадошкинский электротехнический завод» аналитический учет формирования и использования собственного капитала ведется в разрезе видов собственного капитала, а также источников его формирования. Операции по учёту собственного капитала отражены в соответствии с Планом счетов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахолдина, И.В. Бухгалтерский (финансовый) учет / И.В. Бахолдина, Ю.В. Щербинина. М.: КНОРУС, 2021. 371 с.

2. *Нурмухамедова, Х. Ш.* Собственный капитал: проблемы теории и практики учета / Экономика и управление: проблемы, решения. 2021. Т. 2. № 2 (110). С. 78–82.

3. *Гудожникова, Е.В.,* Васильева Е.А., Елисеева О.В., Бушева А.Ю. Совершенствование материально-технической базы сферы заготовок / Фундаментальные исследования. 2018. № 3. С. 34–39.

4. *Ронжина, М.А.* Совершенствование системы учета собственного капитала в России / М. А. Ронжина, М. И. Горбачева / Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы. 2022. № 1. Том 4. С. 104–108.

5. *Качкова, О.Е.* Бухгалтерский финансовый учет / О.Е. Качкова, М.Ю. Алейникова, Е.Н. Баранова, И.Д. Демина. М.: КНОРУС, 2020. 551 с.

6. *Гудожникова, Е.В.,* Волгина И.В. Направления оптимизации финансового контроля для принятия управленческих решений / Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 1 (43). С. 30–33.

УДК 657.1

НОВЫЕ ПРАВИЛА ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Юлия Владимировна Мазаник, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st805376@ruc.su

NEW RULES FOR THE FORMATION OF ACCOUNTING FINANCIAL STATEMENTS

Yulia Vladimirovna Mazanik, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В 2022 году законодательством по бухгалтерскому учету предусмотрен целый ряд изменений. Последние новости касаются бухгалтерской финансовой отчетности. В статье автором анализируются изменения для бухгалтера.

К л ю ч е в ы е с л о в а: бухгалтерская финансовая отчетность, налоговая декларация, электронная подпись.

In 2022, accounting legislation provides for a number of changes. The latest news concerns accounting financial statements. In the article, the author analyzes the changes for the accountant.

К e y w o r d s: accounting financial statements, tax return, electronic signature.

Вести бухгалтерский учет на законодательном уровне обязаны

все экономические субъекты нашей страны. Независимо от того, какой режим налогообложения использует компания, она ежегодно должна сдавать бухгалтерскую отчетность.

Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» трижды в течение 2021 года претерпел изменения, последние были внесены перед самым новым годом Федеральным законом от 30.12.2021 № 443-ФЗ.

В Положении по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) ПБУ 4/99 «бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам» [1].

С 19 июля 2017 г. ПБУ 4/99 признано федеральным стандартом бухгалтерского учета.

«Бухгалтерская финансовая отчетность является завершающим этапом учетного процесса предприятия и характеризует результаты работы предприятия за отчетный год, а именно его имущественное и финансовое положение. Концептуальной основой бухгалтерской финансовой отчетности является формирование точной и достоверной информации для внутренних и внешних пользователей» [2].

Ведение бухгалтерского учета строго регламентировано нормативными актами, которые разрабатываются, рассматриваются и утверждаются Правительством РФ, Министерством финансов РФ, Институтом профессиональных бухгалтеров. В 2022 году для бухгалтера подготовлен целый ряд изменений.

Последние новости в бухгалтерии с 2022 года касаются изменений форм бухгалтерской и налоговой отчетности. Это связано с тем, что Федеральная налоговая служба (ФНС) обновляет бланки большинства деклараций и расчетов. Некоторые изменения вступили в силу уже с 1 января 2022 года, некоторые вступят с бухгалтерской и налоговой отчетности за первый квартал этого года.

Как известно, бухгалтерская отчетность является основным источником информации для всех заинтересованных в результатах работы конкретной организации пользователей. «На основании информации, содержащейся в формах бухгалтерской финансовой отчетности, внешние пользователи могут сделать вывод об инвестиционной привлекательности предприятия и принять решение о деловом сотрудничестве либо отказаться от него» [2].

С 1 января 2022 года изменились правила получения электронной подписи для отправки отчетности. Подписывать отчетность организации вправе: руководитель, то есть гражданин, который вписан в ЕГЮЛ и имеет право представлять организацию без до-

веренности; уполномоченный представитель, который получил доверенность от руководителя.

Напомним, что часть отчетности сдается исключительно в электронном виде, например: бухгалтерская отчетность, декларация по НДС, отчетность по доходам физлиц (6-НДФЛ) и взносам (РСВ), если численность персонала превышает пороговое значение (10 и более сотрудников).

С 2022 года работа с пособиями переводится в цифровой вид. Электронная цифровая подпись (ЭЦП) директора понадобится для заполнения электронных больничных, а также передачи в ФСС сведений для выплаты работникам других пособий. В общем, без ЭЦП в 2022 году компании не обойтись. С 1 января началось действие новых правил получения ЭЦП. Теперь руководитель организации может получить цифровую подпись только в ФНС или ее доверенных центрах. На данный момент на сайте ФНС представлено три таких центра: ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО), АО «Аналитический центр». Удостоверяющие центры в список доверенных не внесены.

С 2022 года они могут выдавать ЭЦП только простым физическим лицам, не являющимся руководителями организаций. Электронная отчетность с 2022 года может подписываться по одному из двух вариантов: электронной подписью директора, электронной подписью другого физического лица, на которое оформлена электронная подпись директора и заверена его ЭЦП.

Что касается налоговой отчетности, то с 1 января 2022 года изменится форма декларации по налогу на прибыль. Новый бланк утвержден приказом ФНС от 05.10.2021 № ЕД-7-3/869, будет новая форма применяется с отчетности за 2021 год.

Сразу отметим, что изменений немного, часть из них носит технический характер, часть отражает поправки, внесенные в Налоговый кодекс в 2021 году:

1. На всех страницах проставлены новые штрих-коды;
2. Добавлена возможность отразить расчет налога по сниженной ставке.
3. Новые поля заполняются при выполнении двух условий: работа компании связана с предоставлением прав на результаты интеллектуальной деятельности и в регионе действует сниженная ставка налога; изменен порядок отражения инвестиционного вычета по затратам на НИОКР;
3. Изменен порядок отражения необлагаемых сумм целевого финансирования;
4. По-новому отражается расчет налога при выплате дивидендов.

В 2022 году больше компаний получили право составлять бух-

галтерскую отчетность на упрощенных бланках. Изменение связано с корректировкой оснований для проведения обязательного аудита. Отменена обязанность сдавать бухгалтерскую отчетность в госорганы, если экземпляр отчетности уже есть в Государственном информационном ресурсе бухгалтерской (финансовой) отчетности (ГИРБО). Данное изменение касается унитарных предприятий застройщиков, туроператоров. С 2022 года сдавать бухгалтерскую отчетность необязательно через оператора электронного документооборота (ЭДО). Ее можно сдать через личный кабинет налогоплательщика на сайте ФНС.

В бухгалтерской отчетности будут по-новому отражаются запасы. Изменение связано с вводом нового федерального стандарта 5/2019 «Запасы». В отчетности за 2021 год запасы отражаются по новым правилам. «Согласно новому федеральному стандарту запасы списываются: одновременно с признанием выручки от их продажи; при выбытии в случаях, отличных от продажи; при возникновении обстоятельств, в связи с которыми организация не ожидает поступления экономических выгод в будущем от потребления (продажи, использования) запасов» [3].

Кроме того, вводится еще ряд новых стандартов: ФСБУ 26/2020 – по учету капитальных вложений; ФСБУ 6/2020 – по учету основных средств; ФСБУ 25/2018 – по учету аренды; ФСБУ 27/2021 – по работе с документами и организации документооборота. Организация были вправе добровольно перейти на новые ФСБУ с 2021 года. Соответствующие положения отражаются в учетной политике и бухгалтерской отчетности за 2022 год.

Организации и ИП сдают бухгалтерскую и налоговую отчетность в зависимости от применяемого налогового режима. Также важно наличие работников и специфичных операций. В налоговую инспекцию сдают отчетность предприятия и ИП на общем налоговом режиме (ОСНО): юридические лица отчитываются по НДС и налогу на прибыль, предприниматели – только по НДС.

Если отсутствует деятельность и движения по банковским счетам, отчеты по прибыли и НДС можно объединить в Единую упрощенную декларацию. Но она сдается в более ранние сроки – до 20 апреля. На УСН и ЕСХН квартальная отчетность не предусмотрена, она сдается только после завершения отчетного года.

У предпринимателей на патенте и самозанятости отчетность о доходах отсутствует. Спецрежимники могут сдавать отчетность по НДС и прибыли при наличии особых операций. Например, посредники (агенты, экспедиторы, застройщики) должны сдавать журналы счетов-фактур по НДС, даже если сами не платят этот налог, но участвуют в облагаемых операциях.

Также юридическое лицо или ИП может отчитываться по не

своему налогу, если выполняет роль налогового агента. Например, при аренде муниципальной собственности возникают агентские обязанности по НДС. Арендатор должен сдать декларацию, даже если сам не является плательщиком данного налога.

Некоторые отчеты сдаются при работе в отдельных бизнес-направлениях. Например, при разработке недр отчитываются по налогу на добычу полезных ископаемых, а при пользовании водными объектами – декларацию по водному налогу.

Кроме того, в ИФНС должны отчитываться страхователи и налоговые агенты по НДФЛ: работодатели при найме персонала по трудовым договорам, заказчики при найме физических лиц по договорам ГПХ, плательщики дивидендов. Налоговые агенты сдают форму 6-НДФЛ, а страхователи – еще и Расчет по страховым взносам (РСВ).

Юридические лица сдают всю отчетность в ИФНС независимо от наличия показателей. Если показателей нет, необходимо сдать нулевую отчетность. У предпринимателей картина другая: на общем налоговом режиме обязательно отчитываются по НДС, а 6-НДФЛ и РСВ сдают только при наличии показателей.

Сроки отправки бухгалтерской отчетности приведены в пп. 5, 5.1 п. 1 ст. 23 НК РФ, ч. 5 ст. 18 закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ. «Отчетность сдается не позднее трех месяцев после окончания отчетного года, то есть до 31 марта» [4].

Бухгалтерская отчетность сдается юридическими лицами. Размер организации, вид деятельности, форма собственности и другие показатели не играют роли, отчитываются все. Разница состоит в том, что большинство организаций обязаны отчитываться по ТКС. Небольшая группа организаций сдают отчеты на бумажных носителях.

Речь о предприятиях, например, работающих со сведениями, отнесенными к государственной тайне. Не сдают бухгалтерскую отчетность лица, освобожденные от ведения бухгалтерского учета, например, предприниматели, руководители фермерских хозяйств, лица с частной практикой (адвокаты, нотариусы), самозанятые.

Организации, у которых нет освобождения от сдачи отчетности в налоговую инспекцию, должны представлять ее, вне зависимости от вида осуществляемого ими деятельности или размера годовой прибыли. Из этого общего правила есть исключения, установленные ч. 4 ст. 18 федерального закона №402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Так, Центральный Банк России и компании, которые сдают туда финансовую отчетность, бюджетные и религиозные организации, компании, в бухгалтерской отчетности которых есть сведения, содержащие государственную тайну, освобождены от сдачи бухгалтерской отчетности.

С первого января 2022 года применяется принцип одного окна,

введенный Федеральным законом от 02.07.2021 № 352-ФЗ. Теперь предоставлять бухгалтерскую отчетность в другие государственные структуры, помимо налоговой инспекции, не нужно. Эти органы могут получить сведения из специального государственного ресурса бухгалтерской отчетности (<https://bo.nalog.ru>) [5]. Исключение предусмотрено только для юридических лиц, освобожденных от подачи документов для ресурса.

Таким образом, в статье были проанализированы последние изменения в законодательстве бухгалтерского и налогового учета, которые должны учесть все бухгалтеры при формировании бухгалтерской и налоговой отчетности в 2022 году.

ЛИТЕРАТУРА

1. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.03.2022).

2. *Елисеева, О.В.* Основные процедуры перед составлением бухгалтерской финансовой отчетности // Актуальные проблемы социально-экономического развития общества. Материалы Национальной научно-практической конференции научно-педагогических работников. 2019. С. 224–228.

3. *Елисеева, О.В., Бушева А.Ю.* Учет запасов по-новому. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 10-1. С. 57–63.

4. Налоговый кодекс российской федерации. Часть вторая (с изменениями на 29 ноября 2021 года) (редакция, действующая с 1 марта 2022 года) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.03.2022).

5. Федеральный закон от 02.07.2021 N 352-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.03.2022).

УДК 657.1

**БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС КАК ОСНОВНАЯ
ФОРМА БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ
АО «ГАЗПРОМ ГАЗОРАСПРЕДЕЛЕНИЕ САРАНСК»**

Ольга Владимировна Малькина, магистрант
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*
E-mail: st805377@ruc.su

**BALANCE SHEET AS THE BASIC FORM
OF ACCOUNTING REPORTS
OF GAZPROM GAS DISTRIBUTION SARANSK JSC**

Olga Vladimirovna Malkina, Master's Degree student
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматривается бухгалтерский баланс акционерного общества как основной формы бухгалтерской отчетности. В бухгалтерском балансе хозяйственные средства рассматриваются с двух позиций: в активе - по видам и размещению, а в пассиве – по источникам формирования и целевому назначению.

К л ю ч е в ы е с л о в а: бухгалтерская отчетность, бухгалтерский баланс, актив, пассив, анализ.

The article deals with the balance sheet of a joint-stock company as the main form of accounting. In the balance sheet, economic assets are considered from two positions: in the asset - by type and placement, and in the liability - by the sources of formation and intended purpose.

К e y w o r d s: financial statements, balance sheet, asset, liability, analysis.

Бухгалтерская отчетность является завершающим этапом учетного процесса. Исходя из требований, сформированных к формированию ее показателей, они обеспечивают достоверность всех данных бухгалтерского учета.

Значение показателей отчетности на этом не заканчиваются. С ее данными тщательно работают экономисты, финансисты, кредиторы с целью проведения анализа показателей при составлении бизнес-планов, выявления факторов, подведение итогов и т. п. Безусловно, показатели бухгалтерской отчетности должны быть максимально аналитичными.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность предприятия – является важным инструментом рыночных отношений и является обеспечением для каждого пользователя необходимой финансовой инфор-

мации. Именно с помощью финансовой отчетности можно узнать об имущественном и финансовом положении предприятия.

Полная и достоверная информация о финансовой отчетности позволяет предприятию выявить проблемы в финансовом плане и своевременно их устранить.

На основании бухгалтерской отчетности можно сделать выводы о прибыльности организации, общем финансовом положении, рисках и угрозах.

Бухгалтерская отчетность – это официальная информация о доходах, расходах и долгах компании. Она позволяет инвестору оценить ее финансовое положение. И решить, стоит ли вкладывать в нее деньги, покупать ее акции. Цель бухгалтерского учета – объединить показатели бухгалтерского учета за период и показать их в доступном виде интересующимся клиентам. Отчетные данные бухгалтерской отчетности необходимы как для внешних, так и для внутренних пользователей.

Принятие решений с целью выполнения важных вопросов долгосрочного, текущего и оперативного характера пользователями бухгалтерской отчетности имеют важное значение. Финансовая отчетность является основным ресурсом данных для определения материальной стабильности, экономического анализа, рентабельности и покупательной способности организации, а также выявления ее дальнейшего развития.

Бухгалтерский баланс любого предприятия является центральной формой бухгалтерской отчетности. По своей экономической характеристике бухгалтерский баланс представляет собой отчетный документ, в котором все хозяйственные средства, принадлежащие предприятию на правах собственности, показываются с двух позиций: в активе по видам имущества, в пассиве по источникам формирования имущества.

«Исключена возможность использовать в качестве единицы измерения миллионы рублей. Теперь вся отчетность будет составлять в тысячах рублях. Это сделано для того, чтобы обеспечить сопоставимость показателей отчетности от периода к периоду и привести к единообразию отчетность всех предприятий» [1].

Бухгалтерский баланс формируется на основе данных бухгалтерского учета, который обязаны вести все предприятия без исключения. Основанием для заполнения показателей бухгалтерской отчетности являются учетные регистры.

Учетные регистры ведутся по всем синтетическим счетам предприятия.

Достоверность показателей бухгалтерского баланса подтверждается актами проведенной инвентаризации имущества и обязательств. «Условия и порядок проведения инвентаризации взаимо-

расчетов на каждом предприятии определяется самостоятельно, за исключением обязательного проведения инвентаризации» [2].

Если бухгалтерская отчетность предприятия подлежит обязательному аудиту, то в бухгалтерском балансе обязательно делается отметка с указанием аудиторской организации, которая проводила аудит бухгалтерской отчетности.

В статье проанализированы показатели АО «Газпром газораспределение Саранск». Бухгалтерская отчетность АО «Газпром газораспределение Саранск» подлежит обязательному аудиту. В бухгалтерском балансе сделана отметка, что аудит бухгалтерской отчетности проведен аудиторской фирмой ООО «Аудит-новые технологии».

Достоверность бухгалтерской отчетности организации за 2020 год подтверждена аудиторским заключением Показатели бухгалтерского баланса АО «Газпром газораспределение Саранск» содержат информацию по счетам бухгалтерского учета.

В статье представлена бухгалтерская (финансовая) отчетность организации, полученная из официальных источников – ФНС и Росстата.

Данные получены из официальных источников: Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ), Государственного информационного ресурса бухгалтерской отчетности (ГИР БО), с сайта Федеральной налоговой службы (ФНС), Минфина и Росстата. Указанные данные подлежат опубликованию в соответствии с законодательством РФ [3].

Анализируемое предприятие имеет достаточно стабильную имущественную базу для ведения финансово-хозяйственной деятельности. У АО «Газпром газораспределение Саранск» имеются в собственности основные средства, остаточная стоимость которых по состоянию на 31 декабря 2020 года составила 3735006 тыс.руб., что меньше показателя 2019 года на 63375 тыс.руб., но по сравнению с 2018 годом остаточная стоимость основных средств увеличилась на 3034365 тыс.руб. или более, чем в 5 раз.

Отложенные налоговые активы АО «Газпром газораспределение Саранск» ежегодно увеличиваются. По состоянию на 31 декабря 2020 года они составили 79031 тыс.руб. Финансовые вложения по состоянию на 31 декабря 2020 года числятся в сумме 61667 тыс.руб., по сравнению с прошлым годом этот показатель уменьшился на 141947 тыс.руб. или почти на 70%.

В составе оборотных средств значительную долю занимает дебиторская задолженность 232305 тыс.руб. В таблице 2 представлена дебиторская задолженность подробно, в разрезе каждого дебитора. По сравнению с 2019 годом дебиторская задолженность увеличилась на 171601 тыс.руб. или почти в 4 раза.

Фактическая стоимость запасов по состоянию на 31 декабря 2020 года составила 52867 тыс.руб., что меньше, чем в 2019 году на 10636 тыс.руб. или на 17,75%. Денежных средств на балансе АО «Газпром газораспределение Саранск» по состоянию на 31 декабря 2020 года числится на 541 тыс.руб.

В целом валюта бухгалтерского баланса по состоянию на 31 декабря 2020 года составила 4168667 тыс.руб., что меньше показателя 2019 года на 47767 тыс.руб., но больше показателя 2018 года на 2988102 тыс.руб. или почти в 4 раза.

По состоянию на 31 декабря 2019 года валюта баланса составила 4216434 тыс.руб., по состоянию на 31 декабря 2018 года 1180565 тыс.руб.

Основным источником формирования имущества АО «Газпром газораспределение Саранск» является заемный капитал: 3051033 тыс.руб. долгосрочный заемный капитал и 561401 краткосрочный заемный капитал.

Собственный капитал АО «Газпром газораспределение Саранск» по состоянию на 31 декабря 2020 года составил 556233 тыс.руб., в том числе 1331 тыс.руб. уставный капитал, 81177 тыс.руб. и переоценка внеоборотных активов, 183146 тыс.руб. добавочный капитал, 4772 тыс.руб. резервный капитал и 285807 тыс.руб. нераспределенная прибыль.

Кредиторская задолженность по состоянию на 31 декабря 2020 года числится за АО «Газпром газораспределение Саранск» в сумме 379042 тыс.руб., что меньше, чем по состоянию на 31 декабря 2019 года на 391278 тыс.руб.

Пассив формируют две составляющие: собственный капитал (капитал и резервы) и заемные средства (долгосрочные и краткосрочные обязательства).

Поэтому при оценке структуры источников финансирования нужно рассмотреть причины изменения доли собственных и заемных средств. Эти изменения неразрывно связаны между собой.

Чтобы оценить изменение доли собственного капитала в балансе, предстоит рассмотреть самые существенные из его статей: нераспределенную прибыль и переоценку внеоборотных активов. Заметное изменение их балансовой стоимости может значительно увеличить или сократить сумму собственного капитала. А это, в свою очередь, отразится на его доле.

Однако если на ту же сумму сократятся заемные средства (например, при погашении кредитов и займов), уменьшение суммы собственного капитала никак не скажется на его доле в пассивах.

При оценке изменения динамики собственных средств стоит рассматривать разницу между суммами фактического и необходи-

мого собственного капитала. Если его фактическая величина больше или приближается к необходимому значению, поводов для беспокойства нет. Если же она меньше его, стоит уточнить, как это повлияет на рентабельность собственного капитала, и также рассмотреть этот показатель за несколько отчетных периодов.

Если сокращение доли собственного капитала не спровоцировало снижения его рентабельности, значит, заемные средства обходятся компании не слишком дорого, то есть в их составе нет займов с условием выплаты процентов. Если же рентабельность существенно уменьшилась, нужно пересмотреть заемные источники финансирования, например, снизить долю кредитов, заменить их на более дешевые кредиты и займы, договориться об

Чтобы оценить изменение доли долгосрочных обязательств в пассиве баланса, предстоит:

- рассчитать его долю в балансе на протяжении всего анализируемого периода;

- выявить, какие именно пассивы формируют эти обязательства;

- определить причины существенных изменений.

Увеличение доли этого показателя на протяжении всего периода исследования не всегда связано с ростом абсолютной суммы долгосрочных долгов. Такое возможно, например, если на балансе существенно уменьшилась сумма краткосрочных займов (в связи с их своевременной выплатой).

В таком случае общее изменение структуры пассива сложно оценивать как негативное. Если же увеличение относительной величины долгосрочных обязательств произошло за счет реструктуризации краткосрочных долгов (например, увеличение срока выплат по краткосрочным кредитам) или при появлении значительных инвестиционных вложений, требующих привлечения дополнительного внешнего финансирования, оценивать положительно такое изменение не получится. Поскольку рост этого вида обязательств свидетельствует об увеличении долговой зависимости компании от кредиторов.

Оценивая долгосрочные долги в целях прогноза финансовой устойчивости компании, стоит учитывать и ее текущую стратегию. Не исключено, что увеличение долгосрочной задолженности – явление временное, и по истечении инвестиционной фазы предполагается ее сокращение (погашение займов и кредитов).

Если доля кредиторки в пассивах растет, стоит сопоставить периоды оборота кредиторской и дебиторской задолженности. Если первый не превышает второй, то рост доли этих долгов в структуре баланса допустим для поддержания финансовой устойчивости компании на приемлемом уровне.

Среди основных положительных характеристик пассива баланса компании: рост накопленного капитала (нераспределенная прибыль и резервный капитал).

Подводя итог проведенному в статье анализу, сделан вывод, что бухгалтерский баланс играет основную роль как источник информации при принятии управленческих решений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Елисеева, О.В. Актуальные изменения в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. 2020. С. 265–271.

2. Елисеева, О.В., Бушева А.Ю. Значение инвентаризации взаиморасчетов при формировании бухгалтерской отчетности // Роль и значение науки в вузе и ее влияние на образовательный процесс. материалы Международной заочной научно-практической конференции. Б.Ф. Кевбрин (отв. редактор). 2015. С. 309–312.

3. АО «Газпром газораспределение Саранск» - Audit-it.ru. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru> > contragent > (дата обращения 02.03.2022).

УДК 338.242

НАЛОГОВОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Ирина Викторовна Негоднова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st803971@ruc.su

TAX BUDGETING AND FEATURES OF FORMATION OF TAX REPORTING

Irina Viktorovna Negodnova, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье рассмотрены особенности формирования налоговых деклараций по налогу на имущество и налогу на прибыль. Отмечается, что налоговое планирование имеет большое значение для деятельности организаций и оптимизации налогового бремени. По мнению автора, процесс налогового бюджетирования важен для организаций в ходе которого планируются налоги и оценивается налоговую нагрузку на предстоящий период.

© Негоднова И.В., 2022

К л ю ч е в ы е с л о в а: налоговое бюджетирование, налоги, налоговая отчетность, налоговый учет, налогооблагаемая база.

The article discusses the features of the formation of tax returns for property tax and income tax. It is noted that tax planning is of great importance for the activities of organizations and optimization of the tax burden. According to the author, the process of tax budgeting is important for organizations during which taxes are planned and the tax burden for the coming period is assessed.

K e y w o r d s: tax budgeting, taxes, tax reporting, tax accounting, tax base.

«В современной экономике налоговые платежи являются основным доходом государства. За счет налоговых поступлений реализуются государственные и социально ориентированные программы, содержатся бюджетные и муниципальные учреждения, функционирует само государство, то есть формируется государственный бюджет» [1].

Налоговая отчетность является результатом ведения налогового учета всех юридических лиц независимо от форм собственности и применяемого налогового режима. Налоговая отчетность состоит из документов, в которых отражаются сведения об исчислении налогов, налогооблагаемой базе и налоговой ставке по соответствующим налогам.

К налоговой отчетности относятся налоговые декларации и налоговый расчет авансовых платежей по налогам.

На показатели налоговой отчетности влияет налоговый режим, применяемый предприятием, и налоговое бюджетирование.

Налоговое бюджетирование – это часть бюджетного процесса организации, в ходе которого планируются налоги и оценивается налоговую нагрузку на предстоящий период.

Составление бюджета налогов в период экономического кризиса приобретает особую актуальность.

Во-первых, чтобы посчитать ожидаемую прибыль и размер дивидендов собственникам.

Во-вторых, оценить налоговую нагрузку и разработать меры, которые помогут ее оптимизировать.

В-третьих, запланировать расчеты с государством – предстоящие выплаты и задолженность по налогам и взносам.

При этом каждая организация самостоятельно определяет на какой срок формировать бюджет налогов. Горизонт и шаг планирования налогового бюджета рекомендуется определить тот же, что и для основных планов организации: бюджета доходов и расходов, движения денежных средств и прогнозного баланса. Безусловно, бюджет налогов не должен быть составлен ранее, чем будут утверждены прочие функциональные бюджеты: продаж, закупок, инвестиций, оплаты труда. От показателей этих планов зависит не только, какие налоги организации предстоит платить, но и сколько она сможет сэкономить на вычетах и льготах.

При планировании налогов необходимо учитывать следующие факторы:

- во-первых, предстоящие изменения в налоговом законодательстве – ставки, лимиты, сроки уплаты, правила расчета налоговой базы, льготы по налогам;

- во-вторых, какой режим налогообложения планирует применять организация, например, переходит на упрощенку или отказывается от нее;

- в-третьих, какие изменения внесли в учетные политики – бухгалтерскую и налоговую.

Каждая организация самостоятельно, исходя из особенностей деятельности, решает, как детализировать бюджет налогов по центрам финансовой ответственности, подразделениям, налоговым базам и видам налогов. В документе необходимо отразить как минимум три итоговых показателя: налоговые начисления, выплаты и задолженность на конец каждого планового периода. Их предстоит перенести в основные финансовые бюджеты – доходов и расходов, движения денежных средств и бухгалтерский баланс.

В зависимости от организационно-правовой формы, структуры организации, видов деятельности задачу планировать налоги и управлять налоговой нагрузкой оправданно передать бухгалтеру организации. Если такой возможности нет, имеет смысл закрепить функции за сотрудником в планово-экономическом или отделе бюджетирования либо выделить штатную единицу в бухгалтерии.

Рассмотрим бюджет планирования по налогу на имущество. Чтобы определить, сколько платить за имущество компании в следующем году следует выяснить по каким параметрам планировать налог на имущество. Затем отдельно рассчитать платежи с кадастровой и среднегодовой стоимости объектов. Общую сумму налога на имущество отразить в бюджете доходов и расходов по начислению, в бюджете движения денежных средств – в момент оплаты.

Чтобы запланировать налог на имущество на следующий год, у бухгалтера следует уточнить, за какие объекты предстоит платить и на какие льготы можно рассчитывать. Далее следует определить, с какой стоимости имущества считать налог – среднегодовой или кадастровой. После этого можно определить налоговую ставку и рассчитать авансовые платежи и доплату по итогам года.

Можно запланировать налог на недвижимость, которой организация владеет и которую учитывает на балансе: здания, сооружения, нежилые и жилые помещения, гаражи, машино-места. Налог на имущество уплачивается по всем объектам основных средств, находящимся в собственности организации независимо от того, использует ли его организация в основной деятельности или передало в аренду, доверительное управление, совместную собствен-

ность, включая недвижимость, которую организация получила по концессионному соглашению. В соответствии с налоговым кодексом РФ, п.4, ст.374, исключаются из облагаемого имущества земельные участки и объекты природопользования, культурного наследия.

На налоговые льготы организация может рассчитывать в двух случаях. Во-первых, если организация занимается деятельностью, которую закон освобождает от уплаты налога. Например, изготавливает протезно-ортопедические товары, оказывает юридические и адвокатские услуги. Во-вторых, если владеет недвижимостью, которую закон полностью освободил от налогообложения или установил пониженную ставку. К примеру, имущество, которое инвесторы используют в деятельности по соглашению о разделе продукции. После этого, льготированное имущество, освобожденное от налога, следует исключить из расчета налоговой базы.

Налогооблагаемой базой по налогу на имущество является среднегодовая балансовая стоимости имущества. По отдельным объектам налог считают с кадастровой стоимости, например, административно-деловым и торговым центрам, офисным помещениям, объектам общепита, торговли, бытовых. Полный перечень такого имущества и его кадастровую оценку на начало очередного года публикуют местные власти. Если в регионе такой список не утвержден, то налог считается со среднегодовой стоимости.

Региональные власти самостоятельно утверждают ставку налога на имущество. По закону она не может превышать: 2,2%, если налог на имущество рассчитывается со среднегодовой балансовой стоимости, и 2%, когда в расчет берется кадастровая стоимость имущества.

Согласно п.2 ст.380 Налогового кодекса РФ «регионы могут понизить или дифференцировать ставки налога по категориям налогоплательщиков и видам имущества» [2].

Если местные власти не определили размер ставок, в таком случае налог на имущество считается по максимальным ставкам из НК РФ.

Налоговым периодом по налогу на имущество является календарный год. Авансовые платежи рассчитываются и перечисляются со среднегодовой стоимости – за квартал, полугодие и девять месяцев, с кадастровой – за I, II и III кварталы календарного года.

Что касается налога на прибыль, то его следует планировать, когда подготовлены операционный и инвестиционный бюджеты, посчитаны страховые взносы и налог на имущество.

Выплаты по налогу на прибыль следует планировать в той же последовательности, в какой заполняется налоговая декларация. Чтобы определить налогооблагаемую базу по налогу на прибыль

следует взять во внимание предполагаемые доходы и расходы, налоговую базу, а затем сделать расчет налога.

Такая схема удобна тем, что в дальнейшем можно сравнивать плановые значения с фактическими.

Правила обложения налогом на прибыль определены главой 25 Налогового кодекса РФ, порядок заполнения декларации по налогу на прибыль – приказом ФНС от 23.09.2019 № ММВ-7-3/475. Правила формирования в бухучете и порядок раскрытия в бухгалтерской отчетности информации о расчетах по налогу на прибыль прописаны в положении по бухгалтерскому учету 18/02 «Учет расчета по налогу на прибыль».

Чтобы запланировать налог на прибыль, следует учитывать ожидаемые доходы организации: выручку от реализации, дивиденды, процентные и прочие доходы.

При планировании лучше использовать тот же метод признания доходов, который применяете при исчислении налога на прибыль, – кассовый или по начислению.

Также нужно спланировать и прочие доходы организации, такие как от продажи или аренды основных средств, дивиденды, проценты по выданным займам, положительные курсовые разницы.

Сумму доходов от реализации снижают только те расходы, которые относятся к отгруженной в этом периоде продукции. Отдельно из бюджета выделяются затраты, которые не уменьшают налоговую базу: капитальные, инвестиционные, сверх нормы, например на рекламу и представительские мероприятия.

«К числу значимых мер налогового регулирования и администрирования следует отнести инвентаризацию налоговых льгот и преференций на предмет их эффективного применения. Налоговые послабления, действующие в России, недостаточно стимулируют вовлечение предприятий в инновационную деятельность. Наличие большого числа неэффективных льгот создает предпосылки для сокрытия доходов» [1].

Чтобы сократить налог на прибыль, в расходы целесообразно включить амортизационную премию. Закон разрешает одновременно учесть от 10 до 30 процентов балансовой стоимости основных средств. Амортизационную премию можно применять, если в течение пяти лет с момента постановки на учет не планируется продажа имущества взаимозависимому лицу.

Иначе включенные в себестоимость расходы придется восстановить. Обязательно планируются расходы, которые не связаны с производством и реализацией, не относятся к основной деятельности организации. Например, проценты по займам, услуги банков, курсовые разницы и др.

Чтобы снизить ставку налога на прибыль, можно использовать инвестиционный налоговый вычет. Обязательное условие – организация или ее обособленное подразделение работает в регионе, который разрешил применять вычет.

Чтобы запланировать налог на прибыль, следует рассчитать прогнозную налоговую базу и вычислить сумму налога.

Организацией выбирается способ перечисления авансовых платежей: поквартально или ежемесячно. Итоговые данные переносятся бухгалтером в соответствующие бюджеты: сумму начисленного налога – в бюджет доходов и расходов, сумму авансовых платежей – в бюджет движения денежных средств.

Следовательно, можно утверждать, что функции бухгалтерии уже не могут быть сведены лишь к ведению бухгалтерских счетов и составлению отчетности [3].

Уплачивать налог на прибыль нужно авансовыми платежами. Организации могут перечислять их двумя способами:

- поквартально с ежемесячной уплатой 1/3 суммы, начисленной за отчетный период;

- ежемесячно исходя из фактически полученной прибыли.

В большинстве случаев проще использовать первый – перечислять налог поквартально. Если в течение планового года ожидаются убытки, то лучше применять второй способ. Также платить ежемесячно выгоднее, если величина уплаченного налога в IV квартале прошлого года значительно больше, чем ожидаемая в I квартале планового.

Однако в этом случае усложняется администрирование, так как организации придется ежемесячно подавать декларации.

«Сейчас бухгалтеру важно правильно организовать работу, а также не допустить досадных ошибок, которые приведут к искажению сумм платежей в бюджеты и санкциям, увеличат объемы работы бухгалтерии и финансовые потери компании» [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Елисеева, О.В. Оптимизация налогообложения предприятий малого бизнеса и ее влияние на финансовый результат. Фундаментальные исследования. 2018. № 11-2. С. 222–226.

2. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.11.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 20.02.2022).

3. Бушева А.Ю., Елисеева О.В. Учетно-аналитическое обеспечение управления финансовыми результатами. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12-1. С. 24–32.

4. Бушева А.Ю., Елисеева О.В. Изменения в бухгалтерском и налоговом учете субъектов малого предпринимательства. Фундаментальные исследования. 2016. № 6-1. С. 149-153.

УДК 336.221.4

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДОВ И СНИЖЕНИЯ
РАСХОДОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ
НАЛОГООБЛАГАЕМОЙ БАЗЫ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ**

Ирина Викторовна Негоднова, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803971@ruc.su

**WAYS TO INCREASE INCOME AND DECREASE
EXPENSES WHEN FORMING
THE TAX BASE FOR INCOME TAX**

Irina Viktorovna Negodnova, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Статья посвящена основным направлениям повышения доходов и снижения расходов в налоговом учете при формировании налогооблагаемой базы по налогу на прибыль на современном этапе. Автором рассмотрены виды расходов, которые могут быть оптимизированы и сокращены на предприятия. В целом результаты, полученные в статье, направлены на оптимизацию доходов и расходов и улучшение механизма формирования налогооблагаемой базы по налогу на прибыль.

К л ю ч е в ы е с л о в а : доходы, расходы, налог на прибыль, налоговые декларации, налоговая отчетность.

Annotation. The article is devoted to the main directions of increasing income and reducing expenses in tax accounting in the formation of the taxable base for income tax at the present stage. The author considers the types of expenses that can be optimized and reduced for enterprises. In general, the results obtained in the article are aimed at optimizing income and expenses and improving the mechanism for forming the taxable base for income tax.

К e y w o r d s : income, expenses, income tax, tax declarations, tax reporting.

Доходы и расходы, как объекты налогового учета, формируют конечный финансовый результат каждого предприятия. Соответственно, выбор метода учета доходы и расходы влияют на формирование налогооблагаемой базы по налогу на прибыль. «На основании налогооблагаемых разниц формируется отложенное налоговое обязательство» [1].

Один из факторов, влияющих на выбор метода учета доходов компании, – то, насколько оперативно нужно предоставлять собственникам данные о состоянии дел в компании. Например, если отчеты требуются ежедневно, при этом банковские выписки бух-

галтерия обрабатывает каждый день, а информация об отгрузках со склада выгружается в управленческую базу данных раз в неделю, то доходы нужно будет учитывать по оплате, чтобы обеспечить собственников актуальной информацией.

Еще один фактор – размер бизнеса. Так, небольшим предприятиям больше подходит кассовый метод (при его использовании трудозатраты по ведению учета минимальны и не обязательно иметь специальную программу), а крупным – метод начисления или же несколько разных методов.

Чтобы уменьшить расходы компании в условиях финансовой неустойчивости, рекомендуем сократить расходы, связанные с основной деятельностью; оптимизировать управление финансами компании; пересмотреть показатели ключевой эффективности.

Когда нужно из доступных способов сэкономить выбрать наиболее подходящие компании, учитывают не только сумму самой экономии – насколько меньше будете тратить, но и сколько придется вложить, удастся ли дополнительно заработать.

Сначала необходимо оценить выгоды и издержки компании, связанные с программой оптимизации. Если проект требует вложений, следует указать их размер и источники финансирования. Затем рассчитать экономию на перспективу. Период анализа выбирается в зависимости от вида проекта: если его можно быстро реализовать, экономию определите на два-три года.

Прежде чем сокращать расходы, нужно убедиться, что меры экономии не приведут к негативным последствиям для компании. Для этого необходимо спрогнозировать результаты мероприятий и убедиться, что не ухудшится качество продукции, не замедлятся бизнес-процессы, не снизится производительность, предприятие не потеряет конкурентоспособность.

Себестоимость. Чтобы уменьшить себестоимость, рекомендуется выбрать один или несколько способов:

- снизить либо повысить меньше, чем у конкурентов, цены на текущие компоненты себестоимости;
- ввести новинки: замените текущие компоненты на более эффективные или понизьте концентрацию некоторых составляющих;
- уменьшить расход компонентов в результате управления нормами.

Товары для перепродажи. Чтобы сэкономить на закупке товаров, необходимо пересмотреть их объем и форму оплаты, отказаться от доставки, посредников.

Обсудить с поставщиками возможность снизить цены. С теми, кто готов максимально уступить, обговорить, как сократить издержки.

Например, гарантируя контрагенту определенный объем заку-

пок в месяц; своевременную оплату за товар; 100-процентную предоплату; определенное количество отгрузок в месяц.

Уточнить, включает ли продавец доставку до склада покупателя в цену. Если это так, подумать о том, чтобы отказаться от этой услуги, следует проанализировать, насколько дешевле забирать товар своим транспортом или нанять стороннего перевозчика.

Если имеете свой автопарк, сократить расходы на транспортировку товара, к примеру: закупать кратными партиями, транспортировать сборные грузы, учитывать полную загрузку машин; объединять транспортные маршруты. Если нет собственного транспорта, найти транспортные компании с оптимальными тарифами, условиями по оплате, скоростью предоставления транспорта.

Сырье и материалы для производства. «Балансовая стоимость списываемых запасов признается расходом периода: в котором признана выручка от продажи этих запасов; в котором данное выбытие (списание) произошло, в случаях, отличных от продажи запасов» [2].

Чтобы сократить стоимость сырья и материалов, можно договориться о снижении цен, при этом пересмотреть отдельные этапы технологии производства.

Чтобы поставщики снизили цены на сырье и материалы, гарантировать определенный объем закупки материалов в течение года, месяца, квартала. Чтобы оперативно реагировать на изменение цен и выбирать выгодные условия, следить за ценами других поставщиков, проводить тендеры. Объединить потребность в сырье и материалах, если компания входит в состав группы.

Коммерческие расходы. Чтобы снизить коммерческие расходы, можно сэкономить на упаковке товара, аренде торговых площадей, зарплате торгового персонала.

Пересмотреть приемы и нормативы упаковки, снизить расход упаковочных материалов, упростить оформление, дифференцировать упаковку по клиентским сегментам, использовать многооборотную тару, перейти на дешевые аналоги.

Сократить численность продавцов, торговых представителей или уменьшить постоянную часть зарплаты и увеличить премиальную. Проверить, не переплачиваете ли торговому персоналу, затем сравнить зарплату в детализации по категориям сотрудников со среднерыночным уровнем.

Управленческие расходы. Чтобы сократить управленческие расходы, необходимо пересмотреть командировочные и представительские расходы; траты на услуги связи, почтовые отправления, канцелярские товары, содержание автопарка, аренду офиса, персонал.

Можно разработать график служебных поездок администра-

тивно-управленческого персонала, утвердить по категориям сотрудников нормативы и лимиты затрат на проезд, проживание, суточные.

Общехозяйственные расходы. Чтобы снизить общехозяйственные затраты, необходимо разработать нормативы для них, передать на аутсорсинг вспомогательные функции, перевести часть сотрудников на работу из дома, централизовать закупки.

Чтобы сэкономить на аренде, можно перевести на удаленную работу сотрудников, которые не взаимодействуют с контрагентами лично. Уменьшить площадь офиса или сдать в аренду свободные метры, так можно получить дополнительный доход.

Представительские расходы. Чтобы сократить представительские расходы, необходимо пересмотреть подарки сотрудникам и контрагентам, мероприятия. Сотрудникам дарить подарки только на юбилеи, контрагентам вручать менее дорогие подарки.

Командировочные расходы. Чтобы сэкономить на командировочных расходах, ужесточить контроль, оптимизировать стоимость проезда, проживания, использовать современные средства удаленной связи.

Чтобы получить максимально низкие цены на проживание в гостиницах: заключить договор с гостиницей; можно использовать услуги туристического агентства, бронируйте номера на специализированных сайтах со скидками. Нормируя расходы на проезд к месту командировки, ограничить класс билетов и тариф.

Доставка товара покупателям. Чтобы сэкономить на доставке товара покупателям, повысить загрузженность транспорта, оптимизировать маршруты, сократить потери товара, создать распределительный центр, проанализировать предложения транспортных компаний.

Необходимо изучить рынок транспортных услуг и сравнить ценовые предложения специализированных организаций с расходами на перевозки собственным транспортом. Если свой автопарк обходится дороже, рекомендуется воспользоваться услугами сторонних организаций.

Содержание собственного автопарка. Необходимо установить нормы расхода топлива с учетом специфики эксплуатации. Перевести весь автопарк на единого поставщика ГСМ.

Чтобы сократить расходы на сервисное обслуживание и дополнительные работы по поддержанию транспортных средств в надлежащем состоянии:

- обслуживать не у официального дилера, а в сертифицированном сервисе;
- заменять запчасти строго не позже установленного срока;
- следить за скидками и акциями своего автосервиса;

– поручить ответственным сотрудникам контролировать ремонтные работы и истребовать замененную деталь или, к примеру, остатки моторного масла.

Содержание службы управления персоналом. Чтобы сэкономить на содержании службы управления персоналом, необходимо сократить расходы на подбор и обучение сотрудников компании, оплату труда специалистов отдела кадров.

Можно сэкономить на внешнем обучении с помощью бесплатных онлайн-семинаров и мастер-классов, опыта коллег, внутреннего обучения, программ в интернете и т. п.

Чтобы снизить расходы на поиск персонала, принять одну или несколько из мер:

- отказаться от услуг рекрутинговых, кадровых агентств;
- выбрать оптимальные для себя тарифы на рынке онлайн-рекрутмента;
- размещать вакансии на бесплатных ресурсах по поиску работы в интернете, средствах массовой информации;
- искать соискателей через сотрудников компании;
- набирать соискателей внутри коллектива.

Сократить численность сотрудников отдела кадров, увеличить переменную часть их зарплаты или сократить продолжительность рабочего дня.

Фонд оплаты труда. Прежде чем оптимизировать фонд оплаты труда, необходимо проанализировать его структуру, провести аттестацию, оценить производительность труда персонала. Сократить выплаты стимулирующего характера и премии, пересмотреть условия сотрудничества по срочным договорам.

Мобильная связь. Чтобы снизить издержки на сотовую связь, установить ежемесячные лимиты для каждой должности. Стоимость сверхлимитных звонков удерживать из зарплаты сотрудников. Проанализировать расценки на мобильную связь. Сопоставить параметры действующего тарифа с остальными тарифными планами.

Содержание зданий и сооружений. Чтобы сократить затраты на содержание зданий и сооружений: оптимизировать штат обслуживающего персонала и фонд оплаты труда; проанализировать поставщиков материалов, работ и услуг, сравните цены, объемы закупки и т. д.; оценить характер работ и возможность выполнять их силами собственных подразделений.

Рекомендуется оценить количество потребляемых ресурсов и пути его сокращения. Например, снизить расходы на электроэнергию с помощью энергосберегающих ламп. Провести инвентаризацию недвижимого имущества и выявите незадействованные в деятельности компании или нерационально используемые объекты.

Вести контроль бюджетов расходов: на ремонт и техническое

обслуживание помещений, оплату труда обслуживающего персонала, общехозяйственные нужды.

Электроэнергия. Чтобы экономить на затратах на электроэнергию, необходимо ужесточить их контроль, внедрить энергосберегающие технологии.

Оценить качество управления энергозатратами, для этого провести энергоаудит, затем усовершенствовать данный процесс. Например, нормировать потребление электроэнергии, изменить методику и порядок планирования затрат, повысить детализацию учета затрат.

Таким образом, предложенные мероприятия по оптимизации доходов и расходов позволят улучшить финансовые показатели современных предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Елисеева, О.В.* Актуальные изменения в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности. В книге: Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. 2020. С. 265–271.

2. *Елисеева О.В., Бушева А.Ю.* Учет запасов по-новому. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 10-1. С. 57–63.

УДК 331

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВИЧНЫХ УЧЕТНЫХ ДОКУМЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Ольга Николаевна Скороходова, преподаватель

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: skorohodowaolga@yandex

ISSUES OF FORMATION OF PRIMARY ACCOUNTING DOCUMENTS IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC

Olga Nikolaevna Skorokhodova, Lecturer

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматриваются вопросы формирования первичных учетных документов в условиях пандемии.

Ключевые слова: электронный документооборот, первичные учетные документы, удаленная работа, электронная цифровая подпись.

The article discusses the issues of the formation of primary accounting documents in a pandemic.

Keywords: electronic document management, primary accounting documents, remote work, electronic digital signature.

Карантин, ограничения в передвижении и удаленная работа усложнили документооборот в бухгалтерии. Невозможность лично подписать документы директору или другим уполномоченным на это лицам, отправить их почтой России или курьерской службой, привели к тому, что многие организации задумались о переходе на электронный документооборот с партнерами.

В данных условиях необходимо внимательно и ответственно подойти к оформлению первичных документов, договоров, которые в дальнейшем не позволят налоговым инспекциям снять расходы и вычеты из-за ошибок в документации и избежать доначислений налогов и штрафов.

1. Документы завизировал больной или самоизолированный сотрудник. Проверить данную информацию можно из табеля рабочего времени, сопоставив его данные с подписями в документах. В случаях если работник, уполномоченный на подписание документов, находился на больничном, то за это время следует издать приказ о назначении другого работника, уполномоченного на подписание первичной документации.

Стоит обратить особое внимание на сотрудников старше 65-ти лет, так как данная категория лиц должна была находиться на самоизоляции. Поэтому исходя из данных обстоятельств, необходимо убедиться, что со стороны организации документы подписаны сотрудниками, которые продолжали работать. Если они старше 65-ти лет, то нужно быть готовым предоставить инспекторам приказ о том, что их не отстранили от работы и сведения о таких сотрудниках не передавали в ФСС для назначения «карантинных» пособий.

Главное доказать, что сделка реальна, нестыковки в подписях сами по себе не говорят о том, что компания получила необоснованную налоговую выгоду. Поэтому безопаснее заблаговременно передать право подписи документов другому работнику.

2. Директор на карантине лишь номинально руководил компанией. Ситуация сложнее, когда директор заболел или вынужден был самоизолироваться, либо не смог выехать из-за границы.

По правилам, на время болезни руководителя, его обязанности должен исполнять кто-то другой, например, заместитель. Если же, несмотря на недомогание, директор продолжал руководить компанией, придется документально подтвердить, что он мог:

– вести оперативное руководство по телефону или интернету;

- анализировать и подписывать отчетность;
- участвовать в заседаниях при помощи скайпа;
- издавать приказы, инструкции и подписывать их.

Необходимо собрать максимум документов, подтверждающих действительное участие руководителя в управлении бизнесом:

- ведомости телефонных переговоров;
- протоколы заседаний совета директоров, подтвержденные видеоматериалами;
- решения и приказы, подписанные директором и отправленные по электронной почте;
- скриншоты электронных писем.

Также доказательством может послужить переписка с партнерами, фото- и видеоматериалы переговоров.

3. На электронную первичную документацию перешли с нарушением.

В период пандемии компаниям было рекомендовано применять гибкие режимы работы, а также по возможности использовать различные формы работы на дому.

В связи с этим многие компании экстренно перешли на электронный документооборот с партнерами. В результате того, что также были введены ограничительные меры в передвижении граждан, у бухгалтеров возникли проблемы с получением оригиналов первичных документов. Первичные документы с электронной подписью признаются аналогом бумажного документа, подписанного от руки [1].

Однако здесь есть некоторые нюансы.

По мнению финансистов, устной договоренности с партнером об электронном обмене документами недостаточно. Они настаивают, что электронная первичная документация должна быть предусмотрена не только в договоре, но и в учетной политике. Если этот момент упущен, то первичная документация будет считаться составленной с нарушением, следовательно, расходы документально не подтверждены.

Кроме этого, необходимо убедиться, что в соглашении с партнерами прописан обмен документами посредством электронного документооборота. Это может быть, как одно из условий уже действующего договора, так и отдельный документ об электронном взаимодействии. Главное, чтобы в нем все стороны подтвердили наличие технической возможности перейти на электронный документ, т.к. нельзя чтобы одна сторона подписала документ на бумаге, а вторая – электронной цифровой подписью [2].

Также важно прописать вид электронной подписи, которым заверяется первичная документация, – простая или усиленная квалифицированная. Нужно указать дату, с которой отказались от бу-

мажных документов. Если соглашение не заключено ранее, то нужно сделать это сейчас. Оно обязательно должно быть заключено задним числом.

4. Выплаты сотрудникам после реорганизации.

Многие компании в этом году из-за кризиса задумались над тем, чтобы разукрупнить бизнес, прежде всего, для его оптимизации. В случае попадания в реестр малых и средних предприятий они смогут почти вдвое уменьшить социальные взносы. Проблема состоит в том, чтобы учитывать при этом выплаты работникам до реорганизации при определении лимита по пенсионным и социальным взносам.

Прежде чем принять решение о реорганизации, нужно оценить риск претензий инспекторов. Особенно этот вопрос актуален во втором полугодии, когда сумма выплат работникам с начала года может приблизиться к лимитам[3]. Если до них далеко, то можно обнулить базу по социальным взносам с месяца регистрации новой компании. Когда в организации высокие зарплаты следует просчитать, сколько составят потери на взносах из-за реорганизации. Расчеты необходимо показать директору и объяснить, что можно продолжить рассчитывать лимиты исходя из выплат работникам с начала года, но тогда, вероятнее всего, придется судиться. Возможно, руководитель отложит реорганизацию.

В противном случае нужно оформить все кадровые документы так, чтобы из них было видно, что трудовые отношения не прерывались. То есть сотрудников не увольняли и не выплачивали им компенсацию за неиспользованный отпуск. В трудовых книжках также не должно быть записей об увольнении, необходимо вписать новое наименование работодателя в связи с реорганизацией[4]. Иначе базу по взносам придется определять с нуля.

Рассмотренные нюансы по составлению документации в период кризиса будут способствовать благоприятной ситуации в организации в случае проверки контролирующими органами.

ЛИТЕРАТУРА

1. О бухгалтерском учете: ФЗ от 06.12.2011 № 402-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

2 Письмо ФНС от 23.04.2018 № ЕД-4-15/7760. URL: <https://www.audit-it.ru/law/account/950594.html> (дата обращения: 20.01.2022).

3 Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. М.: Проспект, 2019. – 1136 с.

4 Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. М.: Проспект, 2020. – 736 с.

УДК 332.24.05.7

**МЕТОДИКА УЧЕТА ЗАТРАТ
И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ**

Екатерина Андреевна Толстикова, магистрант

Валерия Анатольевна Морозова, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803975@ruc.su; st801123@ruc.su

**METHODOLOGY OF COST ACCOUNTING
AND COST CALCULATION**

Ekaterina Andreevna Tolstikova, Master's Degree student

Valeria Anatolyevna Morozova, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Методика учета затрат и калькулирования себестоимости является составным элементом корпоративной системы управления современной компании, что определяет ее актуальность. В данной статье рассмотрена методика учета затрат и калькулирования себестоимости. Раскрыты ключевые аспекты и параметры распределения общепроизводственных и общехозяйственных расходов. В статье определен механизм калькулирования себестоимости и регламент учета затрат.

К л ю ч е в ы е с л о в а: себестоимость, калькулирование, бюджетирование, управленческий учет, информационное обеспечение, затраты, жесткий бюджет, гибкий бюджет, план, компания.

The methodology of cost accounting and cost calculation is an integral element of the corporate management system of a modern company, which determines its relevance. This article discusses the methodology of cost accounting and cost calculation. The key aspects and parameters of the distribution of general production and general economic expenses are disclosed. The article defines the mechanism of cost calculation and cost accounting regulations.

Key words: cost, calculation, budgeting, management accounting, information support, costs, tight budget, flexible budget, plan, company.

Методика учета затрат и калькулирования себестоимости – документ, который раскрывает единые требования к учету затрат и калькулированию себестоимости продукции, работ, услуг в компании. Она описывает три элемента.

Первый – организация учета – группировка по элементам затрат, статьям затрат и объектам сбора затрат.

Второй – принципы распределения затрат между подразделениями компании, которые оказывают встречные услуги.

Третий – принципы распределения общепроизводственных, управленческих и коммерческих расходов [1].

Элементы, статьи и объекты затрат. В этом разделе методики стоит перечислить основные элементы затрат: материалы; амортизация нематериальных активов, основных средств и доходных вложений в материальные ценности; зарплата, страховые взносы в государственные внебюджетные фонды и т. д. Уровень детализации каждого из них нужно определить исходя из того, в каких аналитических разрезах необходимо видеть затраты в структуре себестоимости продукции.

Расходы по однородным процессам и функциям, связанным с производством или реализацией продукции, предстоит группировать в статьи. Достаточность и детализация последних также зависит от потребностей компании в раскрытии информации по ним в структуре себестоимости.

Пример выделение статей затрат. В транспортной компании есть свой медицинский пункт, в котором проходят осмотр водители подразделений «Легковое такси», «Грузоперевозки» и «Автобусные перевозки». Медицинский осмотр в этом случае – однородный процесс, которому соответствует статья затрат «Услуги по проведению медицинского осмотра». Именно по этой статье будут распределяться расходы медицинского пункта между подразделениями «Легковое такси», «Грузоперевозки» и «Автобусные перевозки».

В этом же разделе необходимо привести объекты учета. Их можно выделить по совокупности операций, схожих между собой, или по организационной структуре: основное и вспомогательное производство, подразделения, которые генерируют общепроизводственные, общехозяйственные и коммерческие расходы, и т. д.

Чтобы корректно учитывать расходы, которые понесло одно подразделение компании в пользу других, в методике нужно описать утвержденный способ их распределения [2].

Стоит зафиксировать перечень всех внутренних услуг, каждой из которой установить свою базу распределения.

Например, распределение затрат подразделений, которые оказывают встречные услуги. Автотранспортный цех предоставил услуги автокрана при ремонте крыши цеха готовой продукции. Базой распределения по предоставленной услуге автокрана утвержден объем оказанных услуг в машино-часах.

Распределение общепроизводственных, управленческих и коммерческих расходов. Компания должна определить экономически обоснованный порядок признания общепроизводственных, управленческих и коммерческих расходов в составе себестоимости продукции отчетного периода.

Пример описания порядка признания общепроизводственных, управленческих и коммерческих расходов. Производственное предприятие установило следующий порядок признания расходов.

Общепроизводственные расходы ежемесячно распределяются в себестоимость произведенной цехом продукции пропорционально сумме прямых затрат цеха.

Управленческие расходы ежемесячно списываются в полном размере на результаты финансово-хозяйственной деятельности, распределяются по видам проданной продукции пропорционально удельному весу выручки от продаж продукции каждого вида деятельности в общей сумме выручки от их продажи.

Коммерческие расходы списываются на результаты финансово-хозяйственной деятельности организации в доле, которая приходится на проданную продукцию. Включаются в стоимость отгруженных товаров в доле, которая на них приходится. Коммерческие расходы в части расходов на хранение, упаковку и транспортировку относятся непосредственно в себестоимость конкретных видов проданной продукции.

Если методику учета затрат и калькулирования себестоимости разрабатывать для многопрофильного холдинга или для компании с различными видами деятельности, в ней необходимо предусмотреть отдельные правила расчета себестоимости для каждого из производственных процессов.

В случае, когда используется систему нормирования, методику калькулирования нужно согласовать и увязывать с нормами расхода ресурсов.

В итоговом виде методику должны согласовать руководители подразделений, которые отвечают за учет затрат и калькулирование себестоимости, а затем – утвердить генеральный директор. Кроме того, методику можно оформить как отдельным положением, так и разделом учетной политики компании.

Параллельно с разработкой методики калькулирования себестоимости необходимо определить, в каких отчетных формах будет предоставляться полная информация о себестоимости продукции, какие показатели будут раскрывать в этих формах, в какой аналитике [3].

Эти требования стоит зафиксировать в виде альбома форм управленческой отчетности.

В альбоме нужно привести эскизы форм, для каждого – перечень требуемых показателей, аналитик. Необходимо прописать, как заполнять значения вручную, переносить информацию из информационной системы – задать состав данных и аналитик, которые подлежат выгрузке в отчет.

Стоит отразить, как рассчитывать показатели непосредственно

в отчете, привести формулы, а также как переносить значения из другого отчета – определить состав данных и аналитик, которые подлежат выгрузке из одной таблицы в другую [4].

Процесс учета затрат и расчета себестоимости предполагает, что сотрудники будут выполнять определенный набор последовательных действий с четким разделением функций. Если правильно выстроить процесс, такой режим работы не подлежит изменению. Исключения – случаи, когда подходы к учету затрат и калькулированию себестоимости пересматривают, происходит реорганизация процессов. Регламентировать эти действия можно с помощью отдельных пошаговых инструкций или единого регламента учета затрат и калькулирования себестоимости.

В регламенте нужно раскрыть все операции, которые входят в процесс калькулирования, в пяти разрезах. Первый – подразделение-исполнитель; при необходимости можно указать должность или роль ответственного сотрудника. Второй – входящая информация, документ, на основании которого выполняется операция. Третий – исходящая информация, документ, который формируется по результатам выполнения операции. Четвертый – подразделение-получатель, кому передается исходящая информация на согласование, утверждение, для контроля исполнения и т. д. Пятый – срок предоставления, указывается календарная дата, до наступления которой подразделение-исполнитель должно выполнить операции и подготовить исходящую информацию.

В регламенте следует отразить особенности выполнения различных видов операций. К примеру, в отношении учета затрат правила можно сформулировать так: «В течение отчетного периода собираются затраты, которые поступают по первичным учетным документам.

Первичные документы оформляются по мере того, как совершаются хозяйственные операции, и для целей сбора затрат должны быть отражены в управленческом учете, как только поступят. К сотруднику, ответственному за управленческий учет затрат, первичные документы нужно передавать в течение трех дней с момента их поступления». По учету услуг, которые оказывают подразделения компании: «Регистрация внутренних услуг подразделений допустима как по мере их оказания, так и по окончании отчетного периода». Перераспределять затраты по оказанным внутренним услугам возможно только после окончания отчетного периода и регистрации всех первичных документов».

ЛИТЕРАТУРА

1. Булычева, Т.В., Завьялова Т.В., Богданова А.Р. Роль стратегического управленческого учета в управлении предприятием Studium. 2014. № 3 (32). С. 3.

2. Булычева, Т.В., Бушева А.Ю., Завьялова Т.В. Стратегический учет в системе управления хозяйствующим субъектом. Фундаментальные исследования. 2017. № 10-3. С. 560–564.

3. Пронина, Т.В. Организация учета затрат по центрам ответственности // аграрная наука № 3-2009. С. 67–71

4. Завьялова, Т.В. Управленческий аспект классификации затрат в отраслевых хозяйствах ОАО «РЖД».

УДК 336.662

АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ОСНОВНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРОИЗВОДСТВА

**Татьяна Евгеньевна Шилкина, кандидат экономических наук,
доцент**

Ирина Сергеевна Дугаева, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: t.e.shilkina@ruc.su; st803956@ruc.su

ANALYSIS OF EFFICIENCY OF USE OF FIXED EQUIPMENT OF THE ENTERPRISE

**Tatyana Evgenievna Shilkina, PhD in Economics, Associate
Professor**

Irina Sergeevna Dugaeva, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматривается эффективность применения ведущих средств, как один из основных моментов управления средствами компании. Производительность применения ведущих средств позволяет определить вероятность - насколько производительно используется оборудование и каков уровень оснащенности производства оборудованием и техникой. Чтобы провести точный и результативный анализ, рассмотрена динамика движения и техническое положение ведущих фондов. А также произведены и проанализированы вычисления коэффициентов: обновления, выбытия, прироста, износа и годности, которые оказывают значительное воздействие на состояние и развитие производственного процесса.

К л ю ч е в ы е с л о в а: основные фонды, обеспеченность, анализ, динамика, технического состояния, коэффициенты: обновления, выбытия, прироста, износа и годности.

The article discusses the effectiveness of the use of leading funds, as one of the main points of managing the company's funds. The performance of the use of leading tools allows you to determine the probability of how productively the equipment is used

and what is the level of equipment and machinery in production. In order to conduct an accurate and effective analysis, the dynamics of movement and the technical position of the leading funds are considered. And also, calculations of coefficients were made and analyzed: renewal, retirement, growth, wear and tear and suitability, which have a significant impact on the state and development of the production process.

К е у о r d s: fixed assets, security, analysis, dynamics, technical condition, coefficients: renewal, retirement, growth, wear and tear.

Функционирование предприятий любой организационной формы собственности требует привлечения определенного количества ресурсов, с дальнейшим их использованием в производственном процессе, реализации товаров и услуг и получении прибыли [1].

При организации учетной работы по ведению объектов основных средств следует руководствоваться основным нормативным документом ФСБУ 6/2020 «Основные средства» от 17 сентября 2020 года №204н [2].

Согласно законодательства РФ под основными средствами понимаются средства производства, которые используются при выполнении работ или услуг, производстве продукции, и предназначены для использования с продолжительностью свыше 12 месяцев [3].

Задачами анализа основных средств является:

- изучение соответствия величины, состава, технического уровня основных средств и потребности в них;
- оценка эффективности использования основных средств, факторов на нее влияющих;
- изучение обещанных показателей эффективности использования основных средств;
- выявление резервов увеличения объёмов

В научно - экономической литературе принято выделять фактор, который способствует наращиванию резервов объёмов производства реализованной продукции и прибыли за счет улучшения использования основных фондов.

Анализ обычно начинают с изучения объёма основных производственных фондов, их динамики и структуры. На примере организации АО «Надежда» проанализируем данные динамики основных фондов предприятия.

По данным табл. 1 можно сделать вывод о том, что за период с 2018 по 2020 гг. стоимость основных фондов возросла на 39 967 тыс. руб. Наибольшее увеличение произошло по следующим группам основных средств:

1. машины и оборудование возросли на 31 280 тыс. руб. или на 42,39%,
2. транспортные средства возросли на 7 858 тыс. руб. или на 48,95%,
3. прочие объекты (многолетние насаждения, книги) возросли на 829 тыс. руб. или на 30,97%.

**Анализ динамики основных фондов предприятия
АО «Надежда» за 2018-2020 гг., тыс. руб.**

Показатели (группа основных средств)	2018	2019	2020	Конфигурации показателя 2020 к 2018	
				тыс. руб.	± %
Здания	38 504	38 504	38 504	0	0
Сооружения	–	–	–	–	–
Передаточные устройства	–	–	–	–	–
Машины и оборудования	73 793	83 925	105 073	+31 280	+42,39
Транспортные средства	16 053	20 223	23 911	+7 858	+48,95
Инвентарь, мебель и компьютерное оборудование	–	–	–	–	–
Земельные участки	–	–	–	–	–
Прочие объекты (многолетние насаждения, книги)	704	704	1533	+829	+117,76
Итого	129 054	143 356	169021	+39 967	+30,97
Сумма износа	83 667	89 352	97 516	+13 849	+16,55

Анализ производительности применения ведущих средств показывает насколько производительно используется оборудование и каков уровень оснащенности производства оборудованием и техникой. Чтобы провести точный и результативный анализ, понадобится вычисление такого рода обещающих коэффициентов, как обновления, выбытия, прироста, износа и годности.

1. Коэффициент обновления ($K_{обн}$) показывает отношение стоимости производственных фондов, вновь введенных в эксплуатацию за данный период, к общей стоимости основных фондов, имеющих у предприятия на конец данного периода. Расчет данного показателя целесообразно проводить как по общей сумме основных средств организации, так и по отдельным их группам. Условным нормативным значением для коэффициента обновления считается $\leq 0,5$.

$$K_{обн} = \frac{CO\Phi_{пост}}{CO\Phi_{кон}}, \quad (1)$$

где $K_{обн}$ – коэффициент обновления; $CO\Phi_{пост}$ – стоимость поступивших основных фондов; $CO\Phi_{кон}$ – стоимость основных фондов на конец периода.

2. Коэффициент выбытия ($K_{выб}$) характеризует, какой именно величины фондов предприятие лишилось в результате изнашиваемости фондов за данный период, т.е. какая именно доля основных

фондов на начало следующего периода, выбыла в этом периоде. В большинстве случаев коэффициент выбытия рассчитывается за год.

$$K_{\text{выб}} = \frac{\text{СОФ}_{\text{выб}}}{\text{СОФ}_{\text{нач}}}, \quad (2)$$

где $K_{\text{выб}}$ – коэффициент выбытия; $\text{СОФ}_{\text{выб}}$ – стоимость основных фондов, списанных в течение периода; $\text{СОФ}_{\text{нач}}$ – стоимость основных фондов на начало периода.

3. Коэффициент прироста ($K_{\text{прироста}}$) характеризует движение основных фондов, т.е. долю поступивших основных фондов в данном периоде, что должно свидетельствоваться с расширенным воспроизводством предприятия. Прирост основных производственных фондов может происходить за счет ввода в эксплуатацию новых объектов, приобретения более эффективных машин, что создает условия для увеличения выпуска новой продукции, повышения ее качества, конкурентоспособности.

$$K_{\text{прироста}} = \frac{\text{СОФ}_{\text{пост}} - \text{СОФ}_{\text{выб}}}{\text{СОФ}_{\text{нач}}}, \quad (3)$$

где $K_{\text{прироста}}$ – коэффициент прироста; $\text{СОФ}_{\text{пост}}$ – стоимость поступивших основных фондов; $\text{СОФ}_{\text{выб}}$ – стоимость основных фондов, списанных в течение периода; $\text{СОФ}_{\text{нач}}$ – стоимость основных фондов на начало периода.

4. Коэффициент износа ($K_{\text{износа}}$) характеризует техническую оснащенность и степень изношенности, иными словами, как происходит внедрение современной технологии и поднятие уровня модернизации производства на предприятии. Условным нормативным значением для коэффициента износа считается менее 50%.

$$K_{\text{износа}} = \frac{A}{\text{СОФ}_{\text{первонач}}}, \quad (4)$$

где $K_{\text{износа}}$ – коэффициент износа; A – амортизация; $\text{СОФ}_{\text{первонач}}$ – первоначальная стоимость основных фондов.

5. Коэффициент годности ($K_{\text{годности}}$) показывает, в каком физическом состоянии находятся основные фонды предприятия на дату отчета, т.е. свидетельствует о хорошем состоянии основных производственных фондов. Чем выше коэффициент, тем лучше техническая оснащенность основными фондами. Но все же на практике коэффициент годности не дает точной оценки текущего положения, поэтому существует нормативное значение для коэффициента, и он составляет $>0,5$ или же значение не должно быть ниже 50%.

$$K_{\text{годности}} = \frac{\text{СОФ}_{\text{ост}}}{\text{СОФ}_{\text{первонач}}}, \quad K_{\text{годности}} = 1 - \frac{A}{\text{СОФ}_{\text{первонач}}}, \quad (5)$$

где $K_{\text{годности}}$ – коэффициент годности; $\text{СОФ}_{\text{ост}}$ – остаточная стоимость основных фондов; A – амортизация; $\text{СОФ}_{\text{первонач}}$ – первоначальная стоимость основных фондов.

Следовательно, в процессе жизненного цикла готовой продукции, товаров, работ, услуг происходит движение основных производственных фондов, которые характеризуются такими показателями, которые представлены в табл. 2.

Таблица 2

Динамика движения и техническое состояние основных фондов АО «Надежда» за период 2018-2020 гг.

Показатели	2018	2019	2020	Конфигурации показателя 2020 к 2018 (+, -)
Коэффициент обновления ($K_{\text{обн}}$)	0,092	0,110	0,160	+0,068
Коэффициент выбытия ($K_{\text{выб}}$)	0,027	0,011	0,009	-0,018
Коэффициент прироста ($K_{\text{прироста}}$)	0,072	0,111	0,179	+0,107
Коэффициент износа ($K_{\text{износа}}$)	0,695	0,692	0,680	-0,015
Коэффициент годности ($K_{\text{годности}}$)	0,377	0,418	0,499	+0,122

На основании данных табл. 2, можно сделать вывод о том, что коэффициент обновления ($K_{\text{обн}}$) вырос с 2018 по 2020 гг. на 0,068, что соответствует нормативу значения $\leq 0,5$. Данная положительная динамика означает увеличение в общем парке машин и нового оборудования, как правило, более эффективных машин, что создает условия для увеличения выпуска новой продукции, повышения ее качества, конкурентоспособности. Чем выше коэффициент обновления основных средств оборудования, тем выше технический потенциал предприятия.

За анализируемый период наблюдается снижение коэффициента выбытия ($K_{\text{выб}}$) на 0,018. Это обусловлено значительным снижением выбытия величины фондов предприятия в результате изнашиваемости.

На основании данных табл. 2 можно сделать вывод о стабильном росте коэффициента прироста ($K_{\text{прироста}}$) на 0,107, что вызвано вводом в эксплуатацию новых объектов, приобретения более

эффективных машин. Все это создает условия для увеличения выпуска новой продукции, повышения ее качества, конкурентоспособности.

Из данных табл. 2 можно сделать вывод о том, что коэффициент износа ($K_{\text{износа}}$) за анализируемый период выше нормы данного показателя (50%). Все это говорит о сильной изношенности основных средств, поэтому предприятие проявляет свою финансовую активность, направленную на модернизацию основных фондов.

Очевидна тенденция роста коэффициента годности ($K_{\text{годности}}$) на протяжении исследуемого периода на 0,122. Это свидетельствует о высокой степени годности или обновления материально – технической базы предприятия.

Сущность вышеизложенного сводится к следующему, что для анализа производительности применения ведущих средств фирмы АО «Надежда» применяются основные показатели, которые оказывают значительное воздействие на положение и становление производственного процесса.

Факторы, способствующие дальнейшему улучшению использования основных фондов, являются:

- своевременное обновление материально-технической базы предприятия [4];
- повышение уровня квалификации персонала;
- внедрение современной технологии и поднятие уровня модернизации производства на предприятии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кочкурова, Л.А., Шилкина Т.Е. Формирование финансовых результатов в малом предприятии // «Научные исследования в социально-экономическом развитии общества» : материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 17 нояб. 2020 г.): в 2 ч. [редкол.: Р.Р. Хайров (отв.ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Принтиз, 2020. Ч. 1. С. 218–222.

2. ФСБУ 6/2020 «Основные средства» от 17.09.2020 №204н: [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: [сайт информ. - правовой компании] – [М.-2020] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_365338.

3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (последняя редакция): [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: [сайт информ. – правовой компании] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/.

4. Объякина, Е.В. Экономическая эффективность деятельности предприятий потребительской кооперации (на примере АПК Республики Мордовия) // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Саранск, 2001.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ (ИЛИ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

УДК 338.2

ИННОВАЦИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Рашад Гулу оглы Асадов, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: asadov.r.g@mail.ru

INNOVATION AS AN ECONOMIC CATEGORY

Rashad Gulu oglu Asadov, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Статья посвящена рассмотрению инновации как категории в современной экономике. Обоснована необходимость инноваций управленческих и иных решений для реализации производственной, продуктовой и технологической инновации, в целом, инновационная деятельность служит толчком для развития экономики. В статье рассмотрены свойства инновации, ее роль и необходимость в экономике.

Ключевые слова: инновации, инновационно-управленческие решения, инновационное развитие, прогресс, экономика.

The article is devoted to the analysis of innovation as a category in the modern economy. The necessity of innovations in managerial and other solutions for the implementation of industrial, product and technological innovation has been substantiated; in general, innovation activity serves as an impetus for the development of the economy. The article discusses the properties of innovation, its role and necessity in the economy.

Key words: innovation, innovative management solutions, innovative development, progress, economics.

Понятие определения «инновация» понимается исходя из разного контекста, из-за чего не всегда удастся растолковать эконо-

мическую саму суть инновации, стимулирующую основание к внедрению инновации.

Инновацию можно и нужно воспринимать как экономическую категорию. Как категория, либо суждение, высказывание или, наконец, мнение инновация отражает самые общепринятые и главные качества, характеристику, связи и соотношение создания, внедрения использования нововведений [1].

Самый часто встречающийся в литературе термин инновации гласит, что инновация представляет собой результат научного труда, доведенный до степени коммерческого применения и распространяющийся на данном рынке как совершенно новый товар, методика или технология.

По нашему мнению, инновацию, новую технологию, либо высокоэффективное усовершенствование следует понимать как самое первое, практически реализованное научно техническое, технологическое, производственное, организационно экономическое решение, либо решение иного рода, характера или реализованное в иной отрасли.

Современные ученые выделяют следующие виды инновации: продуктовая и процессная.

Продуктовая инновация воплощает в себе новые и высокоэффективные, улучшенные результаты усердного труда и делится на следующие группы: базисная продуктовая инновация и улучшающая продуктовая инновация.

Процессная инновация являет собой исследование новых форм и методов создания производств, выпуская совершенно новую продукцию, подразумевая, что выпуск новой продукции возможен лишь используя уже имеющиеся технологии, энергетических ресурсов, оборудования, используя классические способы организации производства и управления [2].

Инновациям свойственны в одинаковой степени три свойства: коммерческая реализуемость, научно-техническая новизна, производственная применимость.

Нельзя не уделить внимание перечню признаков, характеризующих инновацию как явление социально-экономического характера:

1. Вся совокупность движущей силы производства и хозяйственных связей являет собой объект инновационного развития. Они формируются как связь между субъектами инновационной деятельности, в том числе как экономической категорией.

2. Любая инновация обладает комплексной эффективностью, т. е. конкретным экономическим, техническим, экологическим и социальным эффектом.

3. Каждая инновация является плодом трудов намеренного из-

менения объекта его субъектов, выраженное в его качестве. Оттого ей свойственны такие качества как новизна и, например, зависимость от сферы потребления.

Иначе говоря, абсолютно каждая инновация, так или иначе обладает выраженной расположением в сторону возмещения сложившейся потребности общества, используя, при всем при этом, как можно меньшее количество всевозможных ресурсов. Сюда же относится необходимость создания иного, отличного от привычного метода удовлетворения общества.

В современном мире наиболее деятельными субъектами, своего рода инициаторами инноваций является огромный список лиц.

Ученые, открывшие новые законы развития природы и закономерности её развития, технологии самых различных сфер, от медицины до космической отрасли, а также предложившие наиболее эффективные методы по реализации данных законов и закономерностей для общества.

Инженеры-изобретатели, разработавшие изобретение, у которых не имелось ранее прямых аналогов во всем, способы его применения на практике, и, разумеется, подавшие заявку на патент.

Предприниматели и бизнесмены, инвесторы, менеджеры, банкиры, привнесшие новые варианты организации производства и управления, типы построения предприятий, вкладывающие свой капитал в инновационную деятельность и т. д.

Само свойство инновации применительно к экономической (и любой другой) категории, и кроется в некоторых ее функциях, призванных в ее необходимости в экономической системе любого правового государства, в ее хозяйственном и правовом процессе.

Инновация призвана в полной мере предоставить выполненный и готовый для рынков труд. Его успех – это соотношение от вложения капитала в нововведений продукт, либо процесс или технологию, которые будут применяться в дальнейшем как результат инновации.

Создание любой инновации, которая будет предложена на рынке, совокупно с фактом продажи инновации взамен на денежные средства. Эти денежные средства покроют все расходы по созданию инноваций для их дальнейшей продажи, а также принесут прибыль инноватору – продуценту или инвестору. При этом послужат мотиватором для созданию новых технологий, отличных от старых и послужат для дальнейшего финансирования.

Выше изложенные факты подводят к задачам, которые решает инновационная деятельность в экономической сфере: стимуляция, инвестиция, воспроизводство.

Например, задача воспроизводства означает, что продукт любой инновационной деятельности представляет из себя очень важ-

ный источник средств к реализации и к расширению воспроизводства.

После продажи продукта или услуги, результата инновационной деятельности на рынке, полученная прибыль, позднее будет являться мерилем эффективности инновационного процесса. Денежные средства, весь финансовый капитал может быть направлен на увеличение всей деятельности предприятия по расширению объемов производимой продукции, инвестициям в улучшение качества продукции, либо на новую инновационную деятельность.

Использование прибыли от продукта инновационной деятельности и последующее использование в качестве казны необходимых денежных, либо финансовых ресурсов является содержанием воспроизводственной задачи и функции инновационной деятельности в экономике.

Инновации свойственен межфункциональный характер, означающий «качественный» прыжок, ломающий старые правила, тем самым приводя к выходу за все возможные рамки системы.

Инновация также имеет системный характер, что приводит к изменению всех, либо нескольких субъектов сферы своего осуществления. Связано это с тем, что значимость любой серьезной инновации не ограничивается только одной отдельной средой, а её успешная разработка требует совместных усилий различных элементов тех или иных совокупных процессов.

Например, внедрение нового продукта почти всегда требует изменение устоявшихся технологий и организации производства, что приводит к внедрению новых систем стимулирования труда. Даже самые незначительные изменения, осуществляемые в социально-экономических и иных системах, уже можно назвать улучшениями [3].

Качество и положительный результат от любой инновационной деятельности выражается в виде инновационного потенциала конкретного не только предприятия, но и региона и страны, что означает неминуемую необходимость больших усилий для достижения крайне выраженного результата такой деятельности.

Инновационный потенциал, в свою очередь, представляет собой способность, готовность и амбиции предприятия исполнить высокоэффективную инновационную деятельность.

Под способностью понимается наличие структуры потенциала (ее ресурсы) и ее сбалансированность, а под готовностью – определенный уровень развития потенциала и имеющихся ресурсов для осуществления инновационной деятельности.

Инновационный потенциал в любых масштабах и уровнях своего развития, так или иначе, решает задачи, далеко превосходящие границы территориальных, либо ведомственных проблем, а пото-

му ему необходимо обладать государственными целевыми ориентирами и, разумеется, государственную поддержку и лояльность.

Инновационная сфера является сферой, в которой тесно взаимодействуют инноваторы в лице инновационных предпринимателей, инвесторов, а также производителей товара, которые обеспечивают выпуск и реализацию продукции, готовой к конкурентной среде, что влечет за собой развитую инфраструктуру.

Таким образом, в результате проведенного анализа можно подробно объяснить значение инновации в экономике, которая неразрывно связана с обеспечением финансирования, конкурентно способной среды, постоянным стимулом к новым нововведениям, инновациям, и постоянному воспроизводству все более новых и новых продуктов, товаров и услуг, завязанных на инновационной деятельности.

Данное толкование является универсальным и четко определенным, поскольку оно широко применимо и конкретно направленно на конечный продукт любой инновационной деятельности. Иными словами, в терминологии понятия инновация определяется законченный, а самое главное готовый результат усердного труда, реализованный сполна на данном рынке.

В это же время самые новые, либо усовершенствованные товары, услуги и работа, проверенные на практике куда более эффективные способы воспроизводства, либо смена устройства и реорганизация структуры организации управления, а также многое другое, все это относится к инновациям, либо нововведениям.

Эффективность и качество нововведений и инноваций заключается в соотношении полученного от их применения эффекта с необходимыми в таком процессе затратами. Чем выше полученный эффект и меньше затраты, тем нововведения лучше «прижились». Каждое предприятие или организация, которая ставит перед собой цели по внедрению инноваций в свое производство стремится к подобным показателям. Стоимостной подход формирует мотивацию для осуществления инновационной деятельности, тем самым повышая экономическую устойчивость предприятия [4].

Нововведения всегда обладают рыночной и научно-технической новизной. От этого инновационная деятельность рассматривается не только как деятельность по внедрению результатов научных исследований и разработок, но и как средство повышения эффективности результатов хозяйственной деятельности предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Копылова. Е.В., Кукушкин А.И. Анализ бизнес-процессов ООО «Метта» / Копылова Е.В., Кукушкин А.И. // «Интеграция науки в условиях цифровизации» [Текст] : материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 29–30 нояб. 2021 г.): в 2 ч. /

[редкол.: Р.Р. Хайров (отв. ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Тип. «Рузаев. печатник», 2021. Ч. 2. С.235–240.

2. *Солдаткина, С.М.* Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации/ Солдаткина С.М., Копылова Е.В., Чиранова Т.И.// Финансовая экономика. 2021. № 1. С. 78–82.

3. *Солдаткина, С. М.* Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.

4. *Зотова, Е.В.* Методические подходы к оценке эффективности инновационной деятельности предприятия // Studium. 2015. № 2 (35). С. 3.

УДК 338.1

ПРОБЛЕМА ЦИФРОВИЗАЦИИ В ПЕРИОД ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ РЕАЛЬНОСТИ

Жанна Юрьевна Бакаева, доктор экономических наук, профессор

Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова

Сергей Михайлович Имяреков, доктор экономических наук, профессор

Вера Степановна Бурланкова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: jannasar@yandex.ru; simyarekov@yandex.ru;

veraburlankova@yandex.ru

THE PROBLEM OF DIGITALIZATION IN THE PERIOD OF GLOBAL TRANSFORMATIONS OF REALITY

Zhanna Yurievna Bakaeva, Doctor of Economics, Professor

I.N. Ulyanov Chuvash State University

Sergey Mikhailovich Imyarekov, Doctor of Economics, Professor

Vera Stepanovna Burlankova, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье рассматривается проблема дигитализации экономической сферы современной реальности. Анализируется цифровая макроэкономика в виде классических теорий хозяйствования основных экономических систем. Особое место отдается интернет-процессам в структуре инновационных форм существующей действительности. Показано, что необходимо проводить анализ рисков иннова-

ционных систем в контексте представлений больших чисел современной экономической сферы.

Ключевые слова: дигитализация, интернет-процессы, инновационные системы, цифровая макроэкономика, экономические системы, риски, хозяйствование, большие числа.

The article deals with the problem of digitalization of the economic sphere of modern reality. Digital macroeconomics is analyzed in the form of classical economic theories of the main economic systems. A special place is given to Internet processes in the structure of innovative forms of existing reality. It is shown that it is necessary to analyze the risks of innovative systems in the context of representations of large numbers of the modern economic sphere.

Key words: digitalization, Internet processes, innovation systems, digital macroeconomics, economic systems, risks, management, large numbers.

Как отмечают ученые, занимающиеся проблемой цифровизации, человечество вступило в период глобальных трансформаций реальности. В данный период существования современного общества обусловлено экономической жизнедеятельностью, которая определяется макроэкономикой с новейшей сущностью и структурой. Индивид становится иным, так как он определяет новую модификацию социальных взаимоотношений.

Обоснование цифровых технологий в жизнедеятельности общества – одна из задач формирующегося глобализирующегося общества. Такое представление технического прогресса обусловлено сферами микроэлектроники, информативных «ноу-хау» и телекоммуникаций.

Цифровая макроэкономика – финансовая деятельность, в которой основным условием считается создание числовых методов обработки больших массивов данных в сопоставлении с классическими системами хозяйствования. Такое рассмотрение экономической деятельности дает возможность существенно увеличить результативность процессов оснащения, сохранения, товаров, продуктов, услуг и поспособствовать процессу осуществления их и доставки [1].

Иначе сказать, макроэкономика в современных условиях связанная с системой больших данных – это такая деятельность, в первую очередь связанная с процессом формирования числовых, так называемых, компьютерных технологий, она включает в себя в том числе обслуживание и самое главное предоставление интернет-сервисов, электрических платежей и электрической коммерции.

Основными составляющими компонентами цифровой экономики является Интернет-торговля и платежи, рекламные объявления и сеть развлечений. Согласно представлению российских ученых, ядром цифровой экономики считается создание продуктов больших данных и предложения услуг, сопряженных с числовыми технологиями.

Статистика государств, невзирая на ее неустойчивость, определяет увеличение международной торговли продуктами в структуре цифровой экономики (в обычном приближении около 4%), размер оказываемых услуг в этой сфере увеличивается (вплоть до 30%)». Увеличиваются расходы компаний, обусловленные такого рода технологиями, что говорит о главной значимости цифровизации в структуре инноваций. Формируется наиболее легкодоступная числовая инфраструктура, улучшающая свойство взаимосвязи технологий 4G (например, волоконно-зрительных концепций передачи сведений).

Они понижают стоимость в обслуживании мобильной взаимосвязи и расширяют применение специальных приборов с целью допуска их в сети Интернета. В результате технологии дают возможность прогнозировать увеличение прогрессивных процессов в обществе [2]. Отсюда, возможность применения новых технических средств в работе компаний становится актуальной.

Учитывая достижения в области искусственного интеллект, идея цифровой стратегии больше не является просто научной фантастикой. По-настоящему «роботизированный субъект» еще не появился, но отрицать такую возможность как совершенно невозможную кажется близоруким. Роботы доказали свою компетентность во множестве видов деятельности, которые когда-то считались способными выполнять только люди.

От изучения и овладения игрой в шахматы, до победы даже в самых жестких соревнованиях и в области вычислительной техники демонстрируется потенциал компьютеров для решения задач, более важных, чем игры. Программное обеспечение может выделять важную информацию без необходимости указывать, что конкретно искать. Инновационные возможности такого программного обеспечения для решения определенных задач впечатляют.

Новизна использования такого инструмента, несомненно, произведет впечатление на клиентов и сделает рутинные цифровые задачи более терпимыми. Конечно, легальное компьютерное программное обеспечение обеспечивает гораздо большую точность. Такие компьютерные программы никогда не устают так, как люди. Для практики это выгодное соглашение так как огромное преимущество обусловлено «черной» работой компьютера, что практически невозможно для обычных людей.

Программный фактор при проверке документов может значительно помочь фирмам, которые страдают от перегруженного работой персонала, склонного к ошибкам. Возможно, самым замечательным аспектом появления программного обеспечения, а скорее возможное его влияние – это оказание воздействия на цифровизацию в целом.

Немаловажно сосредоточить интерес в подобных ситуациях на наличие грамотных экспертов по применению вычислительного программного обеспечения. Следует принимать во внимание, тот факт, что технологические процессы владеют существенным потенциалом в форсировании инновационных действий и считаются значимым условием в конкурентоспособности компании в нынешних обстоятельствах. Формирующееся новейшее предпринимательство и его модификация (например, сетевые структуры, базирующиеся на способах изготовления и использования программных продуктов), трансформирует классические торговые взаимоотношения и исследует новейшие трансформации в сфере современного управления организациями [3].

Инновационные государственные цифровые стратегии затрагивают формирования экономики инновационных компаний, повышения занятости жителей, развития результативной правительственной концепции общества [4].

В Российской Федерации все субъекты без исключения понимают значимость формирования цифровой экономики. Возможно отметить, что последующие аспекты, реализуемые странами, также нацелены на формирование экономики цифр.

Развитие инфраструктуры экономики, представляющей собой базу трансформации новейших модификаций предпринимательства, а также определения академических общественных структур; сокращения барьеров в цифровой экономике требует увеличения вычислительных технологий и организации переобучения специалистов по безопасности и анализу рисков цифровой инфраструктуры экономики больших чисел. При формировании цифровой экономики выделяют целевые или «проблемные» характеристики, которые содержат несколько моментов.

Во-первых, это число выпускников подготовки, связанной с информативными и телекоммуникационными технологиями, Данное представление сегодняшней экономической деятельности способствует формированию концепции цифровой инфраструктуры.

Во-вторых, сформулированный принцип «успешной деятельности» также способствует созданию экосистемных и конкурентоспособных операторов во всемирных рынках. Хотя этот момент достаточно сложно осуществить в обстоятельствах нынешней реальности, так как главным ориентиром формирования экономики страны является вывоз материала нефтегазовой сферы.

В-третьих, основной проблематичной точкой цифровизации будет принцип «успешного функционирования вычислительных технологий и предоставления цифровых услуг». В Российской Федерации концепция НИОКР представляет собой сложную инфраструктуру, также как и принцип, действия научно-технического

прогресса в госкорпорациях и муниципальных структурах. Невзирая на перечисленные выше недостатки, имеются также положительные стороны данного вопроса, так как трансформация в цифровизации ускоряет расходы.

Кроме того, совершается сокращение транзакций в сторону их повышения. Принятие нормативных законных действий субъектов в контексте цифровизации способствует эластичному урегулированию профессиональных взаимоотношений. Этот момент можно рассматривать как опасность для рынка занятости, что не всегда способствует получению полной занятости [5].

Имеются конкретные опасности цифровизации, которые отображены в плане ее формирования. В очередности этого плана осуществляются проекты цифровизации, которые гарантированы общественно-финансовыми требованиями. В сегодняшней ситуации производственные взаимоотношения изменяют структуру экономики согласно отраслям и природоохранным реалиям [6].

Сущность данных концепции определяется разнообразными вариантами ее применения. Результативное функционирование цифровой экономики связано с изменениями теории формально-муниципального управления и с переходом на цифровизационную платформу предоставления услуг.

Итак, теория формирования информационно-инновационной инфраструктуры квалифицированных работников вырабатывает аналогию институтов развития в виде технопарков или бизнес-инкубаторов. Дигитализация помимо этого подразумевает развитие вычислительной формы, предполагающей реализацию, производственных и управленческих операций в концепции цифрового формата.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Имяреков, С.М., Бакаева Ж.Ю.* Проблемы социально-экономической политики и качества жизни населения региона и направления их устранения // Вестник Российского университета кооперации. 2020. № 1 (39). С. 37–43.
2. *Шилкина, Т.Е., Имяреков С.М.* Современные тенденции образовательных организаций и их взаимодействие с кадровыми партнерами // Управление, образование, экономика: вызовы и перспективы: сб. науч. тр. по материалам II Всерос. науч.-практ. конф. Саранск: МГПУ, 2021. С. 200–205.
3. *Samigin, D., Imyarekov S., Keleynikova S., Khayrov R., Kuznetsova E., Kondrashkina I., Volgina I., Shilkina T., Markova A., Kataykina N., Kukushkin O., Ponimatkina L. et al.* Modern financial management tools in agrarian business. North Carolina, USA: Lulu Press, 2020. 192 p.
4. *Бакаева, Ж.Ю., Имяреков, С.М., Калинин А.М., Кукушкин О.В., Матвеева О.Л. и др.* Информационно-цифровая парадигма современного знания: монография. Саранск: ЮрЭксПрактик, 2020. 94 с.
5. *Имяреков, С.М.* Управление финансовыми ресурсами в сельскохозяйственных кооперативных организациях // Финансы и бизнес. 2007. № 3. С. 94–100.
6. *Старченко, В.М., Имяреков С.М., Сулейманова А.Г.* Регулирование земельных и имущественных отношений в сельскохозяйственных производственных кооперативах: монография. М.: Восход-А, 2007. 104 с.

УДК 331.08

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА
В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Алексей Степанович Бекшаев, магистрант
Александр Сергеевич Чукланов, магистрант
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st803051@ruc.su; killua0207@yandex.ru

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF INNOVATIVE
MANAGEMENT DEVELOPMENT
IN MODERN ORGANIZATIONS**

Alexey Stepanovich Bekshaev, Master's Degree student
Alexander Sergeevich Chuklanov, Master's Degree student
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье отмечается роль и значение инновационного менеджмента в современных условиях для расширения, ускорения и повышения эффективности создания и применения различного рода инноваций. В статье выявлен ряд проблем, препятствующих развитию инновационного менеджмента, а также пути их решения.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, инновации, конкуренция, эффективность, НИОКР, инновационное развитие.

The article notes the role and importance of innovation management in modern conditions for the expansion, acceleration and improvement of the effectiveness of the creation and application of various kinds of innovations. The article identifies a number of problems that hinder the development of innovation management, as well as ways to solve them.

Keywords: innovation management, innovation, competition, efficiency, R&D, innovative development.

В условиях цифровизации и перехода к эпохе прорывных инноваций, повсеместного внедрения информационных технологий, инновационное развитие предприятия и использование современных технологий в области продвижения продуктов или услуг становится необходимым аспектом конкурентоспособности на рынке и гарантией достижения стратегических целей компании.

Эффективный менеджмент, как основа инновационного развития, является основным инструментом для решения вопросов организации всего процесса поиска и внедрения инноваций в пред-

принимательскую деятельность в целях повышения ее эффективности [1].

Экономические условия, созданные с целью поддержки индивидуального предпринимательства и развития инноваций, являются важнейшим условием развития инновационного менеджмента. Использование многих инноваций играет важную роль в управлении компанией, так как они способствуют увеличению ассортимента продукции, повышению ее качества с целью удовлетворения потребностей клиентов и увеличения прибыльности организации.

Инновации – одно из важнейших средств развития в современном мире. Они объединяют науку, промышленность и продукты.

Понятие «инновация» впервые была сформулирована австрийским экономистом Й. Шумпетером как средство получения прибыли [2]. П.Ф. Друкер рассматривал, инновацию как шанс продвижения нового бизнеса. По мировому стандарту инновация – это итоговый результат новейшего, прогрессивного процесса, пользующийся спросом на глобальном рынке.

Использование инноваций играет важную роль в управлении компанией, так как они способствуют увеличению ассортимента продукции, повышению ее качества с целью удовлетворения потребностей клиентов и увеличения прибыльности организации.

Успех инноваций в различных отраслях зависит от многих факторов, среди которых мощь науки и технологий; производственно-технологическая база; основные типы источников; большие вложения; соответствующая система контроля. Правильное проектирование и использование этих факторов, таких как близость через систему управления в инновационной, производственной и маркетинговой деятельности компании, привело к положительному результату внедрения инновационного процесса.

Сегодня многие предприятия переходят от традиционного экономического эффекта производства к современной инновационной стратегии. В таблице приведены условия успешной инновационной деятельности предприятия.

Условия успешной инновационной деятельности

Успех инновационной деятельности				
Производство новой продукции	Качественный товар	Внедрение бережливого производства	Разработка инновационных проектов	Освоение эффективных бизнес-проектов

Внедрение инновационного менеджмента в деятельность предприятия означает переход к новому, более продвинутому способу организации деятельности, которая обеспечивает рост возможностей предприятия и переход на более высокий уровень развития.

Базовые цели инновационного менеджмента представлены на рисунке.



Базовые цели инновационного менеджмента

Следует отметить, что именно благодаря инновациям в менеджменте современные организации способны проводить изменения синхронно с изменениями внешней среды, что достигается готовностью сотрудников привносить свою инициативу, изобретательность, увлечённость, а инновационная деятельность воспринимается ими как необходимая работа, которая выполняется на основании собственного желания.

Причинами отставания России по внедрению инноваций и технологий являются такие факторы, как применение санкций разных стран в отношении нашей, снижение цен на нефть и газ, сокращение процента инвестиций.

На сегодняшний день не налажено сотрудничество государства и индивидуального предпринимательства; стратегия инновационного менеджмента некорректно сформулирована и не отвечает вызовам глобальной экономики.

Сейчас важно понять, что нельзя «слепо» копировать опыт зарубежных стран. Нужно подходить к этой проблеме творчески и учитывать позиции современной России, не забывая про особенности российской истории предпринимательства. Это важно для анализа современного состояния и проблем развития инновационного менеджмента.

Для решения данной проблемы необходимо:

- 1) провести диагностику состояния, а также обозначить факторы и условия развития инновационной системы;
- 2) выработать и реализовать мероприятия по поддержке государством индивидуального предпринимательства для развития инноваций на ближайшие несколько лет;

3) разработать и внедрить систему мониторинга внедрения инновационного менеджмента [3].

Формирование инновационного менеджмента в нашей стране должно основываться на процессе создания новой культуры социальной ориентации. Это требует повышения профессионализма менеджеров, в результате чего происходит значительный рост подготовки и реорганизации профессионалов, которые должны основываться на современном целостном взгляде на науку [4].

Это требует и дополнительных инвестиций в человеческий потенциал [5].

Таким образом, необходимо повышать инвестиционную активность со стороны государства и частных инвестиций. Скоординированная работа государства и экономического сообщества является важнейшей организационной задачей, позволяющей решить проблемы, которые, на сегодняшний день, невозможно избежать в инновационной деятельности.

Необходимо, чтобы всё финансово-экономическое сообщество, представленное промышленными компаниями, с полной серьёзностью сформулировало свои цели и, в ходе конструктивного диалога с государством, выделило наиболее выгодные направления, позволяющие совершенствовать инновационную деятельность современных организаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina // Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. С. 1171–1178.

2. *Антонц, В.А.* Инновационный менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата. 2 - е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2019. 303 с.

3. *Вертакова, Ю.В.* Управление инновациями: теория и практика: учебное пособие. М.: Эксмо, 2018г. 432 с.

4. *Келейникова, С.В.*, Основные подходы и концепции стратегического менеджмента. материалы II Междунар. науч.-практ. конф. «Научные исследования в социально-экономическом развитии общества» (Саранск, 11–12 апр. 2018 г.) Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: Принт-Издат, 2018. 452 с.

5. Финансирование развития человеческого потенциала: учеб. пособие / Поляков А.Ф., Катайкина Н.Н., Чубрикова Л.Н., Зотова Е.В. Саранск, 2012. 207 с.

УДК 371.39

ОСОБЕННОСТИ НАЧАЛЬНОГО ЭТАПА ОБУЧЕНИЯ РКИ

Юлианна Дмитриевна Бобкова, магистрант

Марина Игоревна Беспалова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: yu.d.bobkova@ruc.su; m.i.bespalova@ruc.su

FEATURES OF THE INTIAL STAGE OF TEACHING THE RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

Yulianna Dmitrievna Bobkova, Lecturer

Marina Igorevna Bespalova, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Актуальностью исследования изучаемой темы является проблематика методики обучения русскому как иностранному на начальном этапе. Анализируются достаточно подробно цели обучения, а именно обучение произношению, без чего невозможно развитие навыков и умений устной речи, чтения и письма.

К л ю ч е в ы е с л о в а: русский как иностранный, грамматика, чтение, развитие речи, начальный этап обучения.

The relevance of the study of the studied topic is the problem of the methodology of teaching Russian as a foreign language at the initial stage. The aims of teaching are analyzed in sufficient detail, namely teaching pronunciation, without which it is impossible to develop the skills and abilities of oral speech, reading and writing.

К е у w o r d s: russian as a foreign language, grammar, reading, speech development, initial stage of teaching.

В отечественной традиции учебный процесс овладения русским как иностранным делится на три этапа обучения – начальный, средний (основной) и продвинутый. Однако в современной методике преподавания принята уровневая система владения иностранным языком, разработанная Советом Европы.

Она состоит из трех глобальных уровней: А, В, С, которые делятся на следующие подуровни: А1 «элементарный», А2 «уровень прорыва», В1 «пороговый», В2 «преимущественный», С1 «эффективный в профессиональной деятельности», С2 «близкий к уровню носителя языка». Данная система была адаптирована и для русского языка как иностранного:

– базовый уровень (включающий элементарный уровень) (ТБУ);

- первый сертификационный уровень(ТРКИ-1);
- второй сертификационный уровень(ТРКИ-2);
- третий сертификационный уровень (ТРКИ-3);
- четвертый сертификационный уровень (ТРКИ-4).

Соотносятся уровни следующим образом: начальный этап – А1, средний –А2, В1, продвинутый – В2, С1. Так как уровень С2 предполагает владение языком, близким к уровню носителя, он даже не предусматривается в учебных программах по понятным причинам, потому что малое количество людей обладает требуемыми для этого уровня языковыми способностями.

Для большинства уровень В2 является пределом достижения, с этим связано требование многих международных сертификатов именно этого уровня.

Для того, чтобы определить имеются ли у студента необходимые знания для дальнейшего изучения русского языка, ему необходимо иметь сертификат базового уровня.

Наиболее ответственным периодом в обучении иностранных учащихся является начальный этап. Именно этот этап органически связан со всем последующим обучением.

Следует отметить, что именно на этом этапе закладывается основа для дальнейшего овладения языком. Начальный этап представляет собой достаточно продолжительный период учебного времени, начинающийся с первой встречи с языком и предполагающий достижение цели общения на русском языке в определенной сфере коммуникации (учебно-профессиональной, социально-бытовой, социально-культурной и т. д.).

Начальный этап обучения РКИ характеризуется относительной завершенностью, что выражается в том, что он имеет свои цели, содержание и приемы работы.

Основным требованием для иностранных студентов является понимание устной речи, умение читать и обладать грамотным письмом. Для того чтобы определить цели начального этапа следует исходить из конечных целей.

Однако, цели начального этапа будут отличаться при обучении слушателей курсов, туристов, предпринимателей, студентов в вузах. Эти различия отражены в программах для каждой группы учащихся.

Одной из важной особенностью начального этапа является обучение устной речи. Ее достижению уделяется особое внимание, хотя возможны случаи, когда в качестве ведущей цели выступает обучение чтению. Главной задачей начального этапа в обучении речи на русском языке является овладение речью в темпе. В ходе экспериментальных исследований было выявлено то, что цель обучения устной речи на начальном этапе можно считать достиг-

нутой, если учащиеся говорят в темпе 4–6 предложений в минуту, допуская не более 3–4 ошибок на 10 предложений.

Невозможно овладеть устной речью без овладения правильного произношения. При определении целей начального этапа следует учитывать не только конечные цели с точки зрения видов речевой деятельности (аудирование, говорение, чтение, письмо), необходимо принимать во внимание и сферы общения. [1, с. 256]

Для того чтобы учащийся мог полностью овладеть языком, он должен уметь включиться в самые разные сферы общения и прежде всего в сферу повседневной жизни. При установке на обучение самостоятельному чтению специальной литературы учащийся должен научиться включаться в строго ограниченные сферы, поэтому уже на начальном этапе следует ограничиться специальными сферами общения (профессиональными) и не навязывать сферу повседневной жизни.

Таким образом, цели обучения, выдвигаемые для начального этапа, бывают различными, поскольку они соотносятся с разными конечными целями. Важнейшей задачей начального этапа является обучение произношению, без чего невозможно развитие навыков и умений устной речи, чтения и письма.

Под содержанием обучения на начальном этапе обычно понимается объем и характер языкового материала на фонетическом, лексическом и грамматическом уровнях, а также количественные и качественные характеристики умений и навыков речевой деятельности (темп, чистота речи, объем текстового материала, воспринимаемого за единицу времени, глубина понимания устного или прочитанного и т.д.).

Зависимость содержания обучения на начальном этапе от целей проявляется в том, что объем языкового материала при обучении с установкой на устную речь будет меньше, чем при подготовке учащихся, которые должны всесторонне владеть русским языком. Поэтому для каждого типа обучения отбираются соответствующие целям языковые минимумы.

Важной особенностью начального этапа является то, что обучение осуществляется на основе строго ограниченных минимумов. Языковой минимум – это объем языковых средств, являющийся максимальным с точки зрения возможностей учащихся и отводимого времени и минимальным с точки зрения всей системы языка. Так, традиционно в объем начального этапа включаются лексико-грамматические явления, которые признаются типовыми для русского языка: категории рода, числа, падежа, лица, времени, вида, наклонения, степеней сравнения.

Важную часть содержания обучения на начальном этапе составляет страноведческий материал, знакомящий иностранных

учащихся с историей, географией, общественной и культурной жизнью России. Страноведческий аспект обучения на начальном этапе отражается в содержании учебных текстов, в перечне слов с культурным компонентом. [2, с. 24]

В качестве основы комплексной организации учебного материала выступает речевой образец – типовое предложение, по аналогии с которым путем варьирования его компонентов и разнообразного лексического наполнения строятся многочисленные однотипные фразы, которые построены на основе одного речевого образца: субъект, выраженный именем существительным, плюс предикат, выраженный личной формой глаголов в настоящем времени.

Выступая в качестве единицы представления учебного материала, речевой образец становится важным элементом содержания обучения.

Для начального этапа отбираются прежде всего речевые образцы предложения, которые в дальнейшем будут расширяться за счет новых грамматических форм, которые могут наполняться новым лексическим материалом, а, следовательно, постоянно закрепляться и активизироваться.

Для эффективной работы на начальном этапе важно вводить новые и расширять известные речевые образцы так, чтобы введенный ранее материал мог при этом служить их основой. Например, сначала вводится речевой образец предложения, состоящего из субъекта и предиката: Он читает. Затем вводится обстоятельство образа действия: Он читает хорошо. От этого образца можно перейти к предложению с прямым объектом: Он читает текст. В результате структурная основа предложения закрепляется, активизируется, учащийся может употребить уже распространенное предложение: Он хорошо читает текст.

Обучение русскому языку иностранных учащихся на начальном этапе невозможно без постановки произношения. С этой целью выделяется вводно-фонетический курс, от которого зависит весь предшествующий процесс обучения.

Данный курс имеет срок, на который обычно выделяется около 3 недель при 6 часах в неделю. Именно после окончания вводно-фонетического курса работа по фонетике тесно связывается со всей остальной работой по развитию речи, но по-прежнему занимает на начальном этапе особенно важное место. Можно сделать вывод, что благодаря тому, что фонетике уделяется большое количество времени, у студентов совершенствуются навыки устной речи, навыки понимания речи на слух и чтения.

Таким образом, прочное усвоение определенного минимума речевых образцов с их грамматическим и лексическим наполнением в тесной связи совладением нормами русского произношения

составляют основное содержание начального этапа обучения иностранных учащихся русскому языку.

На начальном этапе обучения необходимо обратить свое внимание на отбор методических приемов, исходящих из целей и содержания обучения. На отбор методических приемов оказывают влияние возраст, общеобразовательный уровень и лингвистический опыт учащихся. Так, в работе с детьми активно используются средства зрительной наглядности, игровые упражнения, при объяснении не применяется специальная терминология.

При низком общеобразовательном уровне учащихся нельзя опираться на знания теории родного языка. Хотя игровой элемент может быть эффективным и во взрослой аудитории, им нельзя злоупотреблять, так как для взрослых учащихся характерно стремление к систематизации и обобщению воспринимаемого материала. [3, с. 185]

Система упражнений должна предусматривать необходимость учета родного языка при усвоении новых фонетических и грамматических явлений, новой лексики (прием контраста, использование перевода как средства раскрытия значения слова и т. д.).

К ведущим методическим приемам на начальном этапе относится использование вопросно-ответных упражнений, ситуативных упражнений.

Очень полезно выбирать ситуации общения из жизни, быта, прошлого и настоящего самих учащихся, тогда общение преподавателя и учеников на уроке становится более непринужденным. Выполнение таких упражнений развивает устную речь иноязычных студентов, умение самостоятельно дополнять, уточнять реплики диалога.

Большое значение на начальном этапе играет наглядность и ТСО. С помощью этого этапа преподаватель снимает дополнительную нагрузку на память учащихся и получает возможность создать типичные ситуации, которые оживляют урок, усиливают внимание студентов, делают изучение языка интересным и привлекательным. Наглядность компенсирует невозможность использования родного языка учащихся. [4]

Таковы некоторые особенности начального этапа обучения иноязычных учащихся русскому языку.

Итак, на начальном этапе обучения РКИ усваивается общеупотребительная лексика, формируется представление о грамматической системе русского языка, происходит знакомство с основными структурными схемами русских предложений, закладывается фундамент коммуникативной компетенции. В процессе обучения необходимо усвоить большой объем новой информации. Однако без ее упорядочения и систематизации сделать это довольно труд-

но. Решить эту проблему во многом помогает применение в учебном процессе дидактического материала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акишина, А.А. Учимся учить : для преподавателя русского языка как иностранного / А.А. Акишина, О.Е. Каган. М.: Рус. яз., 2002. – 256 с.
2. Архарова, Л.В. Обучение студентов неязыковых вузов русскому языку и культуре речи на материале связанных текстов: автореф. дис. ...канд. пед. наук / Л.В. Архарова; Ярослав. гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского. Ярославль, 2008. 24 с.
3. Балыхина, Т.М. Методика преподавания русского языка как неродного, нового. М.: Изд-во РУДН, 2007. 185 с.
4. Государственный стандарт по русскому языку как иностранному. Базовый уровень / М.М. Нахабина и др. М.: Златоуст, 2001. 32 с.

УДК 33(075.8)

ИННОВАЦИИ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

Артем Игоревич Вавилин, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st803052@ruc.su

INNOVATIONS IN THE FIELD OF MARKETING

Artem Igorevich Vavilin, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Маркетинг необходим для любого продукта или услуги. Однако иногда просто привлечь внимание к преимуществам бренда для привлечения клиентов недостаточно. Инновационным брендам нужен инновационный маркетинг. Инновационный маркетинг опирается на обширные маркетинговые инструменты, которые обеспечивают лучшее понимание потребностей, желаний и общего клиентского опыта. После сбора информации о текущих и потенциальных потребительских запросах можно генерировать новые и инновационные маркетинговые идеи и использовать их для улучшения позиций инновационного бренда и успеха на основных рынках. Маркетинговые инновации особенно актуальны в современных условиях, в условиях неопределенности и изменчивости среды.

К л ю ч е в ы е с л о в а : инновационный продукт, инновации, кризис, маркетинг, маркетинговые коммуникации, маркетинговые инновации, маркетинговая стратегия, потребители, санкции, организационное развитие.

Marketing is essential for any product or service. However, sometimes simply drawing attention to the benefits of a brand is not enough to attract customers. Innovative brands need innovative marketing. Innovative marketing relies on extensive mar-

keting tools that provide a better understanding of the needs, desires and overall customer experience. After collecting information about current and potential consumer needs, new and innovative marketing ideas can be generated and used to improve the innovative brand's position and success in major markets. Marketing innovations are especially relevant in modern conditions, in conditions of uncertainty and variability of the environment

Key words: innovative product, innovations, crisis, marketing, marketing communications, marketing innovations, marketing strategy, consumers, sanctions, organizational development.

Инновация – результат творческой и инвестиционной деятельности, направленной на разработку, изготовление и распространение новых видов товаров, услуг и технологий, организационных форм на уровне фирмы. Целью инновации является повышение конкурентности фирмы, товара и услуг и повышение за счет этого прибыли фирмы [1, с. 161].

Инновации обеспечивают изменения в экономике и в социальной среде, т. к. за счет них лучше и дешевле удовлетворяются обычные потребности людей. Некоторые инновации обеспечивают удовлетворение потребностей, которые человечество и не осознавало. Изменения, которые происходят под влиянием инноваций, позволяют обществу тратить имеющиеся ресурсы более эффективно, чем в предыдущее время.

В настоящее время организации столкнулись со сложностями в реализации инновационных решений, поскольку они ведут борьбу с новыми проблемами: рост цен, упадок акций и быстрые изменения в настроениях потребителей.

Это трудное время, когда лидеры инноваций встают перед выбором – полностью пересмотреть привычный ход вещей и запустить устойчивые к инфляции инновации или обновить весь процесс, чтобы стабилизировать цены. Даже когда рост цен неизбежен, перед производителями встает трудный выбор – повысить цены, уменьшить упаковку или использовать другие непрямые методы.

Создание инноваций в период инфляции - трудная задача, но успешные лидеры придерживаются гибкой тактики, используя мощные исследовательские инструменты для навигации в сложные времена.

Успешные маркетологи начинают анализ с оценки ценового ландшафта и выявления драйверов, которые определяют уровень влияния на их категорию и сегмент. Они делают упор на гибкость существующих предложений в своем пространстве, чтобы найти выгодное конкурентное положение для инноваций.

Чтобы создать устойчивый к инфляции инновационный кейс, маркетологи должны разделить рынок, чтобы уменьшить замещение одного продукта другим [2, с. 143].

У каждой категории есть обязательные характеристики для продукта, которых потребитель ждет по умолчанию, и они есть у всех, кто присутствует на рынке. Поэтому очень важно правильно сформулировать\подобрать дополнительные клеймы (характеристики), которые будут отличать продукт от других и оправдывать его стоимость, а также которые будут подходить имиджу марки.

Маркетологи должны постоянно адаптировать свой товарный ряд, основываясь на изменениях в поведении потребителей, одновременно балансируя между стоимостью и инновационными качествами продукта.

Когда рост цен неизбежен, маркетологам предстоит взвесить краткосрочную выгоду и возможные долгосрочные риски, а не открыто поднимать цены или использовать скрытый подход снижения цены за счет снижения количества продукта.

За два года пандемии многие компании привыкли к новой, непредсказуемой реальности. Между тем потребители требуют от брендов все больше: приверженности ценностям ESG, кроссплатформенности и удобства.

Прогноз современного B2C-маркетинга состоит в следующем:

1. Потребители будут чаще опираться на свои ценности при выборе бренда. Ценности бренда и его политика в области устойчивого развития и ESG станут еще более важными для клиентов. Более половины потребителей будут покупать товары у брендов, которые разделяют их принципы. Этот фактор сыграет большую роль в построении бизнес-стратегии и продуктовых решениях.

2. Услуги, которые появились в период пандемии, станут «новой нормой». Пандемия изменила ожидания потребителей навсегда. Люди привыкли к дистанционным встречам, удаленному шопингу, быстрой доставке и другим подобным услугам. В будущем они не захотят отказываться от этого. В перспективе бренды будут анализировать запросы потребителей и решать, от каких услуг можно отказаться, а какие оставить.

3. Трансформация торговли превратит директоров по маркетингу в экспертов по клиентскому опыту. Пандемия повлияла на то, как бренды продают свои продукты, - больше потребителей перешло в диджитал: на сайты, маркетплейсы и в социальные сети. В связи с этим 35% маркетинговых функций, имеющих отношение к B2C, будут связаны с выстраиванием потребительского опыта.

4. Устойчивое развитие займет центральное место.

За последний год принято ряд постановлений об ответственности компаний за изменение климата. Несмотря на это, потребители все еще скептически относятся к заявлениям брендов о том, что они начнут заботиться об окружающей среде. Чтобы решить эту проблему, на 25% больше компаний будут нанимать руководите-

лей по устойчивому развитию и вкладываться в это направление.

5. Ограничение доступа к информации породит инновации в управлении данными о клиентах. Управление данными самая большая головная боль в маркетинге, и все станет только хуже. Многие организации испытывают проблемы с доступом к информации в режиме реального времени и управлением качеством данных. В будущем компании будут работать над улучшением персонализации, пытаться лучше узнать своих потребителей и вкладываться в конфиденциальность клиентов.

Еще один инструмент маркетинга, который постоянно ищет инновационные решения в любых условиях – это система продвижения.

Маркетинговые коммуникации являются частью глобальной маркетинговой цели и выстраиваются на основе маркетинговой стратегии, в рамках которой уже выбираются каналы продвижения и способы коммуникации с потребителем.

Что такое маркетинговые коммуникации? Маркетинговые коммуникации – способы эффективного взаимодействия бренда со своей аудиторией. Любая реклама, PR–кампания, упаковка, акция, e–mail рассылка, то есть любое информационное сообщение от имени бренда – все это элементы маркетинговой коммуникации, направленные на создание позитивной репутации бренда, улучшение продукта и бизнеса в целом.

Известный пример хорошей маркетинговой стратегии у компании Coca–Cola, которая много лет удерживает внимание на своем бренде и построила не просто бизнес, а целую культуру, эпоху. Это и нерушимые черты бренда, узнаваемость логотипа и прочная ассоциация с чем–то праздничным – все это результат многолетней маркетинговой коммуникации бренда с потребителем.

В настоящее время мир переживает не просто турбулентные времена, но и отмирание прошлого опыта и зарождение нового рынка в прямом смысле этого слова. Стоит ли тратить ресурсы на инновации в области продвижения сейчас, когда все силы направлены на сохранение или создание нового бизнеса?

В период кризиса маркетинговая коммуникация важна как никогда прежде.

В условиях благоприятной конъюнктуры рынка бренду не составляет большой проблемы продвигать свой продукт, используя привычные каналы коммуникации. Но во времена сложные для потребителя, крайне важно оставаться с ним на связи. Только так получится держать руку на пульсе, не упустить вектор бизнеса в целом или скорректировать выбранную стратегию.

В последнее время многие каналы маркетинговой коммуникации находятся под большим вопросом с учетом действующих санкций и ограничений, как интернет-ресурсов, так и производ-

ственных возможностей. Поэтому предлагать каналы продвижения, которые были актуальны еще месяц назад, сегодня не имеет смысла. Лучшее, что можно сделать – не переставать искать возможности для поддержания коммуникации со своим клиентом.

В условиях кризиса бизнесу может помочь:

1. Эмоциональная стабильность. Сейчас мир меняется на глазах, потребителям страшно и непонятно за свое будущее. Лучшее что можно сделать – направить маркетинговую стратегию на сохранение эмоционального состояния своих клиентов, оставаясь для них островком стабильности и спокойствия.

2. Забота о существующих клиентах. Здесь подразумевается еще большая персонализация с точки зрения дополнительных сервисов, которые добавляют лояльности уже существующим клиентам. Создание атмосферы личной заботы и понимание их проблем позволит удерживать текущих клиентов, расширит поле рекомендаций и частоту взаимодействия с брендом.

3. Сужение фокуса и поиск новых решений. В моменте зарождения нового рынка стоит отказаться от всех нерабочих продуктов и нерабочих схем. Если то, что работало раньше больше не приносит результата – как можно скорее слезайте с этой бездыханной лошади. Гораздо эффективнее направить силы на поиск новых решений [3, с. 318].

Отдельное внимание стоит уделить бизнес-коллаборациям, которые продолжают набирать обороты еще с времен пандемии. Это и совместная поддержка бизнеса и дополнительный PR и новый продукт, а значит и прибыль. Кризис – не время для одиночек. Например, есть примеры ярких бизнес-коллабораций в сочетании, казалось бы, несовместимых между собой брендов. Это говорит о том, что шансы быть непонятым аудиторией сильно ниже, чем возможность создать классный продукт, о котором заговорит весь мир. Здесь определенно есть место креативу и новым возможностям.

Способы маркетинговой коммуникации корректируются в зависимости от обстоятельств, но только понимание глобальной маркетинговой цели поможет бизнесу не свернуть с нужного пути и преодолеть все кризисы [4, с. 170].

Кризис – время сплочения, совместной работы и взаимной поддержки. Хороший пример – многолетняя конкурентная битва брендов Burger King и McDonald's, которые при помощи агрессивного маркетинга взаимопиарят и поддерживают друг друга. Можно представить сколько трансформаций они пережили?

В итоге следует отметить, что в современных условиях когда из года в год наблюдается ухудшение конъюнктуры рынка для обеспечения конкурентоспособности организация должна успевать за быстроменяющимися потребностями рынка и максимально ис-

пользовать открывающиеся во внешней среде возможности. Организациям требуется постоянная работа над новыми продуктами, технологиями, отношениями с окружающим миром. Ключ к решению данных задач – инновационная маркетинговая деятельность, ставшая в современных условиях ядром корпоративных конкурентных стратегий [5].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Солдаткина, С.М., Копылова Е. В., Чиранова Т. И.* Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации // Финансовая экономика. № 1. 2021. С.159–163.
2. *Солдаткина, С.М.* Особенности разработки и реализации плана маркетинга на предприятии торговли // Роль и значение науки в вузе и ее влияние на образовательный процесс: Материалы Междунар. заочной науч.-практ. конф (Саранск, 30 октября 2015 г.). Саранск. 2015. С. 139–144.
3. *Солдаткина, С.М.* Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.
4. *Солдаткина, С.М., Хуснутдинов З. Т.* Менеджмент стратегии развития продаж // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Саранск : АНО СНОЛД «Партнер». 2019. С.165–171.
5. *Шустов, А.А.* Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2013. № 9 (56). С. 258–263.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВАЯ АКТИВНОСТЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Артем Игоревич Вавилин, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st803052@ruc.su

MARKETING ACTIVITY DURING A CRISIS

Artem Igorevich Vavilin, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Для любого вида бизнеса есть реальная потребность в организации продвижения товаров и услуг. Это особенно актуально в настоящее время в условиях санкционного давления, когда много неопределенности и изменчивости, высок

уровень рисков и возникновения непредвиденных обстоятельств. Предприятиям нужны продажи и клиенты, использование маркетинговых коммуникаций может активизировать и обеспечить эти продажи, клиенты не перестанут приходить. Маркетинговые коммуникации – это элемент комплекса маркетинга, направленный на представление и продвижение бизнеса на целевых рынках.

К л ю ч е в ы е с л о в а: антикризисный продукт, инновации, кризис, маркетинг, маркетинговые коммуникации, продвижение, санкции, стратегические исследования, организационное развитие.

For any type of business there is a real need to organize the promotion of goods and services. This is especially relevant now in the context of sanctions pressure, when there is a lot of uncertainty and volatility, a high level of risks and unforeseen circumstances. Businesses need sales and customers, the use of marketing communications can activate and secure these sales, customers will not stop coming. Marketing communications is an element of the marketing mix aimed at presenting and promoting a business in target markets.

К е у w o r d s: anti-crisis product, innovation, crisis, marketing, marketing communications, promotion, sanctions, strategic research, organizational development.

В настоящее время одним из самых ценных ресурсов предприятия является маркетинг, именно XXI век отличается обилием применяемых маркетинговых инструментов. Среди которых значимую роль играют маркетинговые коммуникации. Маркетинговые коммуникации – это инструмент, который при грамотном использовании помогает делать бизнес эффективнее, так как компании, которые выстраивают работу не на основе активной работы с целевыми рынками являются конкурентоспособными [1, с. 160].

Такие компании ориентированы на потребителя, они стараются его услышать, понять, и предложить именно тот товар или услугу, которые соответствуют ожиданиям их клиента.

Маркетинговые коммуникации лежат в основе создания ценности для потребителя. Изучение глубинных мотивов, ценностей, эмоций, предпочтений, ожиданий, трендов в поведении потребителей – все это дает точное понимание своего клиента и помогает выстраивать дальнейшие действия – от идеи товара до рекламы.

Ключевая цель маркетинговых коммуникаций - поддержать бизнес, создать все необходимое для принятия эффективного управленческого решения в области продвижения, снизить неопределенность при принятии таких решений, а значит, минимизировать риски и нерациональные затраты времени [2, с. 316].

Маркетинговые коммуникации являются для компаний, фирм, организаций некоей страховкой, позволяя идти в ногу с желаниями и запросами потребителя, что делает их более сильными и неуязвимыми перед конкурентами.

В век, где технологии и наука заняли главное место нельзя обойтись без маркетинговых коммуникаций. Именно они стимулируют каждый день изобретать массу нового и усовершенствованного, организации вынуждены бежать «в ногу со временем»,

чтобы продукт или предлагаемая услуга были актуальны и востребованы [3, с. 379].

Месяц назад мир изменился. Многие бренды ушли с рынка; те, которые остались, перераспределяют бюджеты, меняют стратегии продвижения, переезжают на новый софт.

Сейчас сложно предугадать, с каким количеством санкций и на какой срок нам придётся столкнуться. Российские бренды и иностранные компании с представительствами в России будут вынуждены снизить промоактивность, на которую приходится большая часть рекламных бюджетов.

Многие компании направят сэкономленные деньги на решение стратегических вопросов. На первое место выйдут задачи, до которых раньше не доходили руки: сложные триггерные коммуникации и точечная персонализация. Параллельно бренды будут строить сценарии общения с аудиторией на будущее, когда ситуация станет стабильной.

Можно выделить два главных сценария развития на ближайшие несколько месяцев.

Первый – возврат к классическому поведению пользователя. За время вынужденного перерыва компании адаптируют свой маркетинг к новым реалиям: пересмотрят, в какие рекламные каналы вкладывать деньги, продумают новые механики, проанализируют аудиторию и построят новый CJM (customer journey map).

В таком случае бизнес вернётся на рынок более подготовленным и будет продавать эффективнее.

Второй – санкции окажутся настолько жёсткими, что приоритеты и покупательская способность людей поменяются. Тогда бизнесу нужно будет пересмотреть целевую аудиторию, перестроить коммуникацию и tone of voice. Например, если бренд средств для ухода станет слишком дорогим для масс-маркета и не удешевит продукцию, его фокус сместится с широкого круга покупателей на уверенный средний класс.

С иностранными компаниями всё немного сложнее. Здесь добавляется третий сценарий развития ситуации. Зарубежные компании, которые настроены работать с Россией, будут сокращать бюджеты на рекламу.

Проблемы с логистикой и оплатой приведут к уменьшению числа товаров и услуг. Наверняка через некоторое время эти компании сумеют наладить импорт и вернут бюджеты на рекламу, но каналы продвижения к тому моменту изменятся.

В связи с тем, что Google AdWords прекратил работу в России, многие рекламодатели сделали упор на «Яндекс.Директ». Но чтобы не потерять связь с аудиторией, которая продолжает искать информацию в Google, важно заходить к ней через другие каналы.

Например, усилить присутствие в маркетплейсах: Ozon, Wildberries, «СберМегаМаркет».

Сейчас бизнесу проще и выгоднее работать с уже собранной базой, чем привлекать новых клиентов. Поэтому, вероятно, увеличится популярность email-маркетинга и рассылок в соцсетях.

И, конечно же, всегда будет актуальным SEO-продвижение.

Касаемо соцсетей следует отметить, что часть аудитории массово мигрирует во «ВКонтакте» и Телеграм. Например, дневная аудитория соцсети «ВКонтакте» только за 14 марта выросла на 4 млн. И это не просто регистрации: увеличились просмотры ленты и видеороликов, пользователи стали активнее оставлять комментарии.

Бизнесу стоит учитывать данную тенденцию. Даже если раньше там не было аудитории компании, сейчас структура этих площадок перестраивается, и высоки шансы, что в новых реалиях продвижение будет успешным.

Для b2c-сегмента, особенно регионального, лучше всего подойдёт продвижение во «ВКонтакте». Там есть умная лента, таргетированная реклама, и шансов захватить свою аудиторию будет больше.

Для b2b-сегмента больше подойдёт Телеграм. Вероятно, массовый отток пользователей в этот мессенджер приведёт к перенасыщению ленты каналами и падению охватов, поэтому со временем у людей сохранятся подписки только на самое важное - в том числе на каналы, которые помогают вести бизнес и организовывать работу.

Также будет развиваться «Яндекс.Дзен». У него есть своя специфика, например для узких ниш, регионального бизнеса эта площадка не подойдёт. Зато для продвижения сложного продукта, о котором есть что рассказать, даже если спрос на рынке ещё не сформирован, «Яндекс.Дзен» подойдет. В последние недели туда перебираются многие крупные блогеры, а вместе с ними и их аудитория. Если ещё месяц назад казалось, что в «Яндекс.Дзен» нет клиентов организации, скоро это может измениться.

В современных условиях никто не сможет дать точный прогноз, что лучше всего подойдёт для конкретного бизнеса и конкретной аудитории. Поэтому необходимо завести аккаунты в нескольких соцсетях, чтобы найти нужные названия, и анализировать, как меняется аудитория, какие новые возможности для продвижения появляются, есть ли успешные кейсы у конкурентов.

В ближайшие несколько месяцев плотность коммуникации посредством email-рассылки снизится, и пользователи станут получать меньше писем. Дело не только в уменьшении рекламных бюджетов, но и в снижении покупательской способности людей.

Прежние посылы и торговые предложения могут быть не привлекательными в новых условиях.

В ближайшие годы будет меньше праздничных рассылок, меньше призывов попробовать что-то новое и необычное и больше практичных предложений, например пополнить базовую потребительскую корзину. Если раньше компания отправляла по три письма в неделю с промокодом на скидку и призывом «Скорее купи новинки выгодно!», то в новых условиях она будет отправлять одно письмо с подборкой самых необходимых товаров.

В итоге констатируем, какие бизнесы смогут усилить маркетинговую активность на рынке?

В первую очередь, это производители товаров первой необходимости [4, с. 140]. Люди всегда будут питаться, следить за здоровьем, гигиеной и внешним видом. Поэтому продукты питания, бытовая химия, средства гигиены, фудтех, детские, медицинские и зоотовары востребованы даже в кризисное время.

Вероятно, количество контента снизится, а качество - вырастет. В новых условиях бизнес перестанет делать рассылку ради рассылки или спецпроект ради креативной подачи. Будут эффективнее расходовать бюджет и начнут относиться к пользователю с большим уважением и заботой.

Каким бизнесам грозит снижение маркетинговой активности?

Всем, кто имеет связи за рубежом: начиная с головных офисов в других странах и заканчивая поставкой готовых продуктов и сырья. В первую очередь это фарма, авто и электроника. Перед этими бизнесами стоит сразу несколько задач: решить проблемы с логистикой товаров, оплатой, вовлечённостью в политические процессы.

Также возможен спад в рекламе недвижимости. Увеличивается стоимость материалов и самого жилья, растёт процентная ставка по ипотеке. Следовательно, спрос снижается [5, с. 166].

Неизбежен спад среди компаний, чья продукция не входит в список базовых потребностей, - бары, рестораны и кафе. Покупательская способность населения падает, а цены на оборудование и сырьё, наоборот, растут, так как многое поставляется из-за рубежа.

Думаю, любая сфера бизнеса может не снижать, а, наоборот, усиливать коммуникацию с аудиторией. Вопрос в том, о чём рассказывать. Прямые продажи сейчас могут быть неактуальны, зато можно оказывать поддержку клиентам. Рассказывать, что происходит, предлагать помощь, делать инструкции, делиться знаниями. Например, застройщики могут объяснять, достроятся ли дома и чем будут замещать импортные материалы. Автдилеры - рассказывать, где покупать запчасти и куда приезжать на ТО. То есть делать всё, чтобы помочь своим клиентам сейчас и сохранить их ко времени, когда ситуация стабилизируется.

В итоге следует отметить, что в современных условиях санкционного давления роль и влияние маркетинговых коммуникаций на деятельность предприятий возрастает, так как маркетинговые коммуникации – это экономически целесообразный способ информирования клиентов о существующих видах бизнеса.

С их помощью можно достичь значительных преимуществ в конкурентной борьбе и снизить неэффективные затраты. После прохождения острой фазы кризиса бизнесу придется действовать, находить точки роста или островки стабильности, создавать новые продукты, занимать свое место на изменившемся рынке. Для этого важно оперативно и регулярно зондировать окружающий мир на предмет изменений [6, с. 287].

В этом способны помочь маркетинговые коммуникации, которые со времен прошлых потрясений стали более доступными и оперативными.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Солдаткина, С.М.*, Копылова Е. В., Чиранова Т. И. Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации // Финансовая экономика. №1. 2021 г. С.159–163.
2. *Солдаткина, С.М.* Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.
3. *Солдаткина, С.М.* Инновационный менеджер: понятие и становление // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 21–22 апр. 2020 г.) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : Принт- Издат, 2020. С. 378–384.
4. *Солдаткина, С.М.* Особенности разработки и реализации плана маркетинга на предприятии торговли // Роль и значение науки в вузе и ее влияние на образовательный процесс: Материалы Междунар. заочной науч.-практ. конф (Саранск, 30 октября 2015 г.). Саранск. 2015. С. 139–144.
5. *Солдаткина, С.М.*, Хуснугдинов З. Т. Менеджмент стратегии развития продаж // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Саранск : АНО СНОЛД «Партнер». 2019. С. 165–171.
6. *Солдаткина, С.М.*, Аранович О. Г. Особенности управления карьерой в современных условиях // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2017. С. 285–288.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОИСКА И ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ

Артем Игоревич Вавилин, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st803052@ruc.su

MARKETING TOOLS TO SEARCH AND ATTRACT CUSTOMERS

Artem Igorevich Vavilin, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Маркетинг – сфера, которая настолько актуальна сегодня, что современный бизнесмен обязательно должен знать особенности данного вида деятельности, а именно: в обязательном порядке изучить современные маркетинговые инструменты. В своей работе специалист использует целую палитру маркетинговых методов и инструментов, каждый из которых выполняет определенную роль в цикле. Для того чтобы изучить потребительские запросы, необходим один набор средств, для организации производства и сбыта – совершенно другой. Маркетологам приходится приспосабливаться, постоянно оттачивать текущий инструментарий и изобретать новый, чтобы соответствовать той скорости, с которой меняется мир. Одно из основных преимуществ маркетинговых инструментов заключается в том, что они являются основными способами поиска и привлечения клиентов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: брендинг, инновации, клиент, креатив, маркетинг, маркетинговые инструменты, маркетинговые инновации, маркетинговая стратегия, телефонный обзвон.

Marketing is an area that is so relevant today that a modern businessman must know the features of this type of activity, namely: it is mandatory to study modern marketing tools. In his work, the specialist uses a whole palette of marketing methods and tools, each of which performs a specific role in the cycle. In order to study consumer needs, one set of tools is needed, for the organization of production and marketing, a completely different one. Marketers have to adapt, constantly refining current tools and inventing new ones to keep up with the speed with which the world is changing. One of the main advantages of marketing tools is that they are the main ways to find and attract customers.

К e y w o r d s: branding, innovations, client, creative, marketing, marketing tools, marketing, marketing innovations, marketing strategy, telephone calls.

В современных условиях конкурентной среды находить новых клиентов становится все сложнее: стоимость их привлечения растет, рекламные площадки превращаются в замкнутые экосистемы, а системы оценки эффективности становятся менее прозрачными.

Одновременно с этим пользователи привыкли игнорировать значительную часть рекламы и стараются оградить себя от информационного шума [1, с. 163].

В последние несколько лет растет популярность телефонных обзвонov, в том числе роботизированных. Ботов стали использовать для информирования, NPS-опросов и даже продаж.

Популярность телефонных обзвонov как канала продаж в последнее время увеличивается. Это связано с тем, что зачастую небольшие компании ничего не знают о своих клиентах, кроме имени и номера телефона, а потому sms и звонок оказываются единственными вариантами для upsale. Причем звонок более эффективен, потому что он интерактивный.

При этом часто предприниматели и руководители продаж входят в проекты по роботизации телефонии с завышенными ожиданиями от предполагаемого эффекта. И недооценивают количество усилий, необходимых для его достижения.

Телефонные продажи часто сравнивают с контекстной рекламой. Чтобы она заработала и принесла результат, нужно:

Выделить аудиторию для рекламы. Ошибка приведет к пустой трате бюджета.

Создать креативы. Тексты и визуал для первого контакта с потенциальным клиентом очень важны.

Сделать лендинг, который клиенту будет интересно и удобно изучить, чтобы принять решение о покупке.

Работать с аналитикой по воронке продаж, чтобы улучшать конверсию.

Рынок контекстной рекламы очень зрелый, ему уже почти 20 лет [2, с. 144]. Однако продукты, которые готовы вести кампании полностью автоматически, без участия специалистов, появились только в последние годы.

В большинстве же случаев проведение рекламных кампаний требует усилий как со стороны профильных специалистов или SEO-агентств, которые сделают техническую работу, так и со стороны команды продаж в части определения ценности продукта или услуги.

Логично перенести отработанные и эффективные практики из рынка контекстной рекламы в проекты роботизированных обзвонov. Для этого необходимо пройти следующие шаги [3, с. 170].

Шаг 1. Ставится сотрудник на место робота. Перед стартом проекта команде продаж надо поставить себя на место робота и попробовать пообщаться с потенциальными клиентами по предполагаемому сценарию. Желательно сделать хотя бы несколько десятков звонков.

Шаг 2. Измеряется конверсия. В ходе такого эксперимента сто-

ит отметить, какой процент клиентов из базы ответит на звонок, вступит в диалог и дойдет до целевого действия (покупки или готовности ознакомиться с товаром). Конверсия зависит от того, насколько хорошо выделена аудитория и как построен сценарий.

Шаг 3. Боту присваивается имя. Не лишним будет придумать боту имя - это тоже влияет на конверсию.

Шаг 4. Привлечение внимания. Чтобы привлечь внимание клиента к товару или услуге будет 2–4 секунды [4, с. 317]. Это больше, чем в контекстной рекламе, но все равно немного. Поэтому важно попробовать варианты вводной реплики, провести A/B-тесты и выбрать работающие варианты.

Шаг 5. Сопротивление возражениям. Если получилось заинтересовать потенциального клиента, то далее предстоит ответить на его вопросы или снять опасения. При создании телефонного бота в него закладывается та же логика, его надо научить распознавать уточняющие вопросы и отвечать на них.

Для роботов в больших проектах у крупных клиентов, как правило, предусматриваются варианты обработки 30–50 возражений. Для небольших обзвонів рекомендуется заложить ответы на 5–10 ключевых возражений.

Если все сделать грамотно, то роботы показывают конверсию, сравнимую с хорошо обученными операторами контактного центра.

Чтобы бот мог понимать вопросы пользователя и строить с ним осмысленный диалог, требуется целый набор технологий:

1. ASR (Automatic Speech Recognition) - система распознавания речи. Ее задача - точно уловить, что говорит пользователь, даже если его дикция не совершенна, а на заднем плане кричит ребенок.

2. NLU (Nature Language Understanding) - понимание естественного языка. Система отвечает за то, чтобы бот понимал собеседника в правильном контексте и запоминал его предыдущие ответы, чтобы не спрашивать одно и то же дважды.

3. Синтез речи или Text-to-Speech (TTS) - технология преобразования текста в речь. За последнее время удалось достичь значительного прогресса в том, как звучит синтезированная речь - она стала практически неотличимой от живой и может выдавать естественные интонации. Кроме того, расширился выбор голосов, которые можно использовать для синтеза, в том числе благодаря выпуску первого в России маркетплейса голосов Aimyvoice.

Раньше, когда для проекта не удавалось найти подходящую технологию синтеза речи, часто использовали реплики, заранее записанные голосом диктора. Однако при таком подходе варианты ответов бота всегда ограничены, и это увеличивает вероятность того, что рано или поздно он не справится и звонок нужно будет переводить на оператора.

После запуска работа необходимо анализировать его работу, используя аналитические возможности выбранной платформы, и улучшать клиентский опыт взаимодействия с ним, в том числе путем А/В-тестов.

Если предприятие использует роботизированные обзвоны как канал продаж, то необходимо:

1. Выделить для обзвона целевую аудиторию.
2. Уделить внимание выбору платформы для создания обзвон. Обязательно уточните, заложены ли в тариф распознавание и синтез речи (ASR и TTS), прослушивание логов, подключение телефонии, покупка номеров.
3. Разработать качественный сценарий для обзвона.
4. Осознанно выбрать голос бота, так как он будет ассоциироваться с брендом компании.
5. Обратит внимание на возможности гибридного синтеза и управления интонациями.
6. Внедрить фишки, которые делают звучание бота естественным.
7. Тестировать, анализировать и постоянно улучшать работу бота.

Еще одна из маркетинговых технологий, широко используемых для привлечения клиентов – это брендинг.

Брендинг - это процесс формирования устойчивого образа компании в глазах потребителей. В него входит выстраивание коммуникации с целевой аудиторией, разработка позиционирования и айдентики – визуального воплощения бренда. Узнаваемый бренд компании повышает доверие к ней, что впоследствии положительно влияет на продажи.

Бренд, который отвечает представлениям потребителей, можно представить в виде пирамиды. В ее основании находятся атрибуты бренда: название, логотип, слоган, цвета и шрифты. Этажом выше – рациональные и эмоциональные преимущества, ценности и позиционирование бренда: здесь делается акцент на отличии компании от конкурентов. И, наконец, верхушка пирамиды — это суть бренда, его основная идея.

Брендинг – это сложный путь, в результате которого можно потерпеть неудачу. Чтобы этого не произошло, необходимо не допускать следующих ошибок.

Ошибка 1. Несерьезно относиться к исследованию. Брендинг требует тщательных исследований: построенный без них бренд рискует быть неотличимым от конкурентов и попросту неактуальным.

Исследования целевой аудитории позволяют точно определить своих потенциальных клиентов. На этапе анализа целевой аудитории важно учитывать не только стандартные параметры: пол, воз-

раст, доход человека. Нужно идти глубже и изучать образ жизни потенциальных клиентов, сферу занятости, какими социальными сетями они пользуются. На основе этих характеристик составляется портрет целевой аудитории.

Ошибка 2. Не учитывать культурные особенности. Когда бизнес выходит на рынок новой страны, нужно просчитывать, как его будут воспринимать люди другой культуры. Иногда компании этого не делают и выходят с неудачным названием продукта или дизайном: благозвучное имя бренда на одном языке может приобрести нежелательные коннотации на другом. Для устранения проблемы необходимо проверять как имя бренда звучит на языке страны, на рынок которой бизнес выходит, и какие коннотации оно может приобрести. Также важно обратить внимание на цвета - они должны быть релевантными для вашего продукта на конкретном иностранном рынке.

Ошибка 3. Постоянно менять фирменный стиль. В дизайне часто меняются тренды, и некоторые компании хотят им соответствовать настолько, что ежегодно меняют то цвета, то логотип, то шрифты. Проводить ребрендинг нужно тогда, когда это подкреплено весомой мотивацией: если скорректирована глобальная стратегия бренда, организация ориентируется на нового потребителя, изменились ценности компании.

Ошибка 4. Ориентироваться на свой вкус. Получая в студии вариант дизайна для компании, предприниматели часто оперируют понятиями «нравится/не нравится». Однако надежнее было бы положиться в этом вопросе на дизайнера, так как он строит визуал, опираясь на тщательно проведенные исследования. Выбирая дизайн-студию [5, с. 287], стоит обратить внимание на отзывы клиентов и портфолио: если дизайнеры уже работали с компаниями из вашей сферы, есть больше шансов, что они предложат более качественное решение.

Ошибка 5. Дизайн ради красоты. Каждый элемент дизайна призван решать конкретную задачу. Частая ловушка кроме «нравится/не нравится» может звучать как «красиво/некрасиво». Ведь сделать «красиво» и «функционально» — порой разные вещи. Необходимо помнить, что дизайн призван выполнять свою функцию. Например, текст должен хорошо читаться. Поэтому следует с осторожностью выбирать фон или, скажем, замысловатые шрифты — они подходят для заголовков и акцентов, но не длинных полотен текста.

Кроме того, элементы дизайна должны гармонично смотреться вместе и работать на единую концепцию. Логотип не справится со своей задачей, если будет один: поддержите его фирменными цветами, возможно — добавьте иллюстрации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Солдаткина, С.М.,* Копылова Е. В., Чиранова Т. И. Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации // Финансовая экономика. №1. 2021 г. С.159–163.
2. *Солдаткина, С.М.* Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.
3. *Солдаткина, С.М.* Инновационный менеджер: понятие и становление // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 21–22 апр. 2020 г.) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : Принт-Издат, 2020. С. 378–384.
4. *Солдаткина, С.М.* Особенности разработки и реализации плана маркетинга на предприятии торговли // Роль и значение науки в вузе и ее влияние на образовательный процесс: Материалы Междунар. заочной науч.-практ. конф (Саранск, 30 октября 2015 г.). Саранск. 2015. С. 139–144.
5. *Солдаткина, С.М.,* Хуснутдинов З. Т. Менеджмент стратегии развития продаж // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Саранск : АНО СНОЛД «Партнер». 2019. С. 165–171.
6. *Солдаткина, С.М.,* Аранович О. Г. Особенности управления карьерой в современных условиях // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2017. С. 285–288.

УДК 331.1

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Павел Геннадьевич Видманкин, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st804177@ruc.su

SYSTEMIC APPROACH TO HR MANAGEMENT AT INNOVATIVE ENTERPRISE

Pavel Gennadievich Vidmankin, Master's Degree student
Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье раскрывается значение системы управления персоналом в устойчивом развитии предприятия, дана характеристика системного подхода к ее форми-

рованию, определены цели, объекты, элементы системы управления персоналом АО «Элпресс», проанализированы ее недостатки и преимущества.

К л ю ч е в ы е с л о в а: персонал, система, управление, метод, подход, кадровая политика.

The article reveals the importance of the personnel management system in the sustainable development of the enterprise, describes the systematic approach to its formation, defines the goals, objects, elements of the personnel management system of "Elpress" JSC, analyzes its disadvantages and advantages.

К e y w o r d s: personnel, system, management, method, approach, personnel policy.

Для инновационного предприятия важность грамотного управления персоналом увеличивается в несколько раз, поскольку возрастает само значение данной организации для стратегического развития региона и страны в целом.

Развитие инновационной деятельности в России с каждым годом набирает все большую актуальность, поскольку представляет собой фактор движения научного и технического прогресса, наукоемкого производства и укрепления конкурентоспособности.

Приоритетами социально-экономической политики страны в настоящее время являются создание условий для долгосрочного устойчивого развития, улучшение инвестиционного климата, повышение конкурентоспособности за счет модернизации базовых отраслей, развития инновационного сектора, высокотехнологичных производств и человеческого потенциала [1].

На уровне предприятия устойчивое развитие в немаловажной мере зависит от организации управления компанией. Через качество управления формируется устойчивость, надежность и инновационная, инвестиционная привлекательность предприятия.

В настоящее время наибольшее распространение среди существующих подходов к управлению предприятием получил системный подход, который позволяет наилучшим образом организовать процесс принятия решений на всех уровнях в системе управления орг. Компания рассматривается как организационно-экономическая система, имеющая входы и выходы, и определенное количество внешних связей. Оценивая системный подход можно сделать вывод, что сам по себе он не решает проблему повышения эффективности деятельности предприятия, но способствует выявлению структурных характеристик эффективности и определению их взаимосвязи, а также основных направлений в управлении развитием предприятия [2].

Предприятие в рамках данного подхода рассматривается как совокупность взаимосвязанных элементов (подразделений, функций, процессов, методов). Основная идея системной теории заключается в том, что любое решение (действие) имеет последствия для всей системы. Системный подход в управлении организацией

позволяет избежать ситуации, когда принятое решение в одной области превращается в проблему для другой.

Основными элементами организационной системы, в том числе и объектами организационного управления, выступают: производство, маркетинг, сбыт, финансы, информация. В свою очередь, персонал, человеческие ресурсы, обладают системообразующим качеством, от них зависит эффективность использования всех остальных ресурсов. Именно поэтому управление персоналом выделяют как отдельный специфический вид управленческой деятельности.

Ключевым аспектом в организации системы управления персоналом предприятия является формулировка целей данной системы. Цели системы управления персоналом варьируются в зависимости от характера деятельности предприятия, объемов производства, стратегических задач и т.д.

Для АО «Элпресс», целью системы управления персоналом является создание благоприятных условий для развития, а также формировании инновационного потенциала его сотрудников.

Объектами системы управления персоналом АО «Элпресс» выступают сотрудники всех подразделений предприятия, а субъектом управления – руководители предприятия. Следует помнить, что «...эффективность управления зависит не только от изменения стилей управления, но и от готовности («зрелости») подчиненных» [3].

Система работы с персоналом состоит из совокупности таких элементов, как кадровая стратегия, наличие принципов по подбору персонала, регулярная оценка труда персонала, расстановка кадров, формирование кадрового резерва, мотивация труда и подсистема развития и повышения инновационного потенциала персонала. Управленческая деятельность в широком смысле представляет обмен информацией, который является сложнейшей проблемой любого предприятия [4].

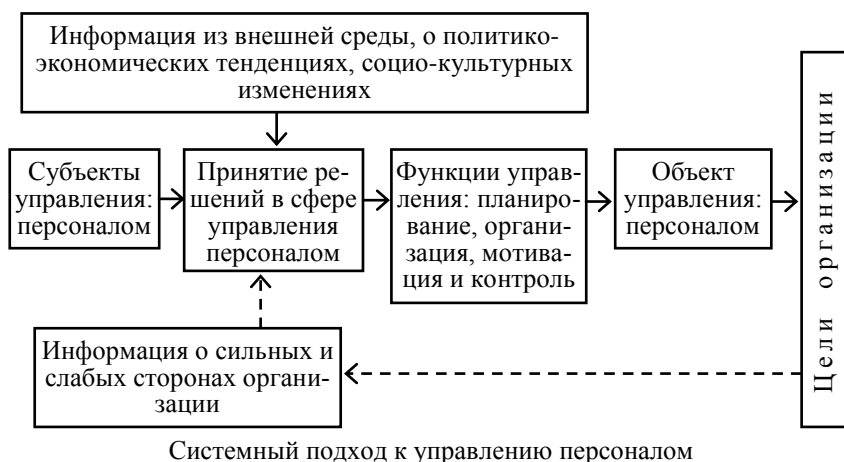
Одним из недостатков системы управления персоналом АО «Элпресс» является отсутствие отражения во внутренних локальных актах, положениях о подразделениях, контрактах с сотрудниками, должностных инструкциях.

В целом, систему работы с персоналом следует признать эффективной, персонал предприятия получает достойное вознаграждение за свой труд, что мотивирует к совершенствованию, развитию и самоотдаче сотрудников.

Для исследуемого инновационного предприятия свойственны такие методы материального стимулирования как плановые, ежеквартальные премии, а также вознаграждения по усмотрению руководства за особые заслуги в работе компании.

Кадровая стратегия АО «Элпресс» предусматривает мероприятия по совершенствованию профессиональных навыков и компетенций своих сотрудников. Управленческие процессы основаны на принципах постоянной переподготовки кадрового состава, определения и разработки инструментов мотивации, адаптационных программ, систем материального и морального поощрения для реализации потенциала своих работников.

Действующая система управления персоналом АО «Элпресс», может повлиять на эффективности управления персоналом, его мотивацию и заинтересованность в своем развитии, карьерном росте, создании сплоченного коллектива и укрепления внутри организации корпоративной культуры.



Проектирование системы управления персоналом – это систематизация функций управления персоналом в единый механизм, обеспечивающий взаимную связь и поддержку между элементами управления персоналом.

Каждая составляющая системы управления персоналом должна быть направлена на решение стратегических целей. Через осуществление управления персоналом внутри организации, достигаются необходимые результаты во внешней среде. На рисунке представлен механизм функционирования системы управления персоналом, позволяющий объединить элементы системы в единое целое.

Входом в систему управления персоналом является информация из внешней среды. Путем обсуждений и выводов относительно поступающей информации, субъекты управления принимают решения относительно деятельности сотрудников организации,

необходимости повышения их квалификации, проведении оценки труда, мотивации и т. д.

На основании принятых решений, через функции отдела кадров, осуществляется воздействие на объекты управления – персонал, действия которого ориентированы на достижение поставленных целей.

Эффективность данного подхода достигается за счет действий по управлению персоналом, соответствующим условиям внешней среды, оценке состояния организации в конкретный момент времени, а также ориентированы на реализацию поставленных целей организации. Рассмотренная система управления персоналом предполагает формирование конкурентных преимуществ, которые смогут обеспечить успех в условиях конкуренции на внутреннем и зарубежном рынках [5].

Управление персоналом нельзя рассматривать отдельно от управления предприятием в целом и необходимо воспринимать его как динамичную, изменяющуюся систему.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецова, Е.Г. Горин И.А. Практика применения проектного подхода к реализации государственных программ развития региона // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2017. № 2. С. 31–37.

2. Кузнецова, Е.Г., Волгина И.В., Романова И.В. Сравнительный анализ подходов к разработке стратегии устойчивого развития предприятия // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2019. № 3-1. С. 71–75.

3. Кузнецова, Т.Е. Ситуационный менеджмент в страховании // *«Инновации в образовательном процессе»* : материалы науч.-практ. конф. (Саранск, 15 нояб. 2017 г.) / [редкол.: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: Принт-Издат, 2017. С. 306–309.

4. Кузнецова, Т.Е. Коммуникации в управлении // *Инновационные технологии в кооперативном образовательном процессе* : материалы Междунар. заоч. науч.-практ. конф., посвящ. 40-летию Саран. кооп. ин-та (фил.) Рос. ун-та кооп. (Саранск, 19 окт. 2016 г.) / [редкол.: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : ЮрЭксПрактик, 2016. С. 185–189.

5. Марабаева, Л.В., Кузнецова Е.Г. Комплексный подход к разработке сбытовой стратегии предприятия в контексте концепции устойчивого развития // *Вестник Российского университета кооперации*. 2020. №3(41). С. 40–44

УДК 82.01/09

**КОМПЕНСАТОРНАЯ ФУНКЦИЯ НАРРАЦИИ
В ЛИТЕРАТУРЕ РОССИЙСКОГО
ПОСТМОДЕРНИЗМА**

Дмитрий Николаевич Дудолодав, преподаватель

Ольга Алексеевна Иванова, преподаватель

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: dudoladov_d@inbox.ru; o.a.ivanova@ruc.su

**THE COMPENSATORY FUNCTION OF NARRATIVE
IN THE LITERATURE OF RUSSIAN POSTMODERNISM**

Dmitry Nikolaevich Dudoladov, Lecturer

Olga Alekseevna Ivanova, Lecturer

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Актуальность исследования изучаемой проблемы реакции на положения европейской политики, направленной на поддержку мультикультурной парадигмы, массовой доступной информации, проникновение результатов труда во все сферы человеческого бытия. Проникновение в европейскую культуру левых, в частности ультралевых политических взглядов, стало катализатором для возникновения противодействия складывающейся ситуации. Наррация и реминисценция литературного произведения на наш взгляд оказывают на читателя эффект игровой модели, где у читателя есть несколько функций.

К л ю ч е в ы е с л о в а: нарратив, постмодернизм, реминисценция, наррация, Акунин, Минаев.

The relevance of the study of the studied problem of reaction to the provisions of European policy aimed at supporting a multicultural paradigm, mass accessible information, the penetration of labor results into all spheres of human existence. The penetration of the left into European culture, in particular ultra-left political views, has become a catalyst for the emergence of opposition to the current situation. Narrative and reminiscence of a literary work, in our opinion, have the effect of a game model on the reader, where the reader has several functions.

K e y w o r d s: narrative, postmodernism, reminiscence, narrative, Akunin, Minaev.

В середине 60-ых годов XX века зарождаются предпосылки возникновения постмодернистской теории, как реакции на положения европейской политики, направленной на поддержку мультикультурной парадигмы, массовой доступной информации, проникновение результатов труда во все сферы человеческого бытия.

Проникновение в европейскую культуру левых, в частности

ультралевых политических взглядов, стало катализатором для возникновения противодействия складывающейся ситуации.

Подобный философский дискурс релятивизма, был затронут впервые Н.Я. Данилевским в труде «Россия и Европа», где отмечается упадок культуры и нисхождение цивилизации. Освальд Шпенглер в труде «Закат Европы» отмечал, что история заката цивилизации, имеет нелинейный характер, кроме этого, он вводит термин «морфология» истории, куда включает историю, культуру, религию, т.е. подводит нас к пониманию одинаковости различных морфологических форм расцвета и заката культуры: «На пути морфологии мы достигаем только впечатлений от отдельных миров, проявлений отдельных душ; вера, которую и сегодня еще физик и философ разделяют с толпой, будто их мир есть подлинный мир, скоро будет напоминать нам веру дикарей, будто все боги черные.»[1, с. 57].

По своей природе постмодернизм является обращением не к прошлому и будущему, а попыткой рефлексии, одной из форм экзистенциального кризиса культуры на макрокосм и бытие. Вместе с этим мы можем утверждать, что постмодернизм не является трансцендентальной категорией, а является воплощением симулякров, то есть замещением реального объекта знаковой системой.

Впервые термин симулякр ввел французский философ Жан Бодрийяр в трактате «Симулякры и симуляции»: «Диснейленд – прекрасная модель всех переплетающихся между собой категорий симулякров. Это, прежде всего игра иллюзий и фантазмов: Пираты, Пограничная территория, Мир будущего и т.д. Этот воображаемый мир, как считают, причина успеха заведения»[2, с. 16].

Важно отметить, что подобная модель совмещает мир в самом себе и иррациональные объекты кажутся гораздо реальнее, чем это есть на самом деле. Подобные симулякры пронизывают литературу постмодернизма. Важным представляется вопрос о развитии российской постмодернистской литературы в условиях меняющейся трансформации культуроведческих функций.

Общий инструментарий приемов постмодернизма таких как ирония и черный юмор, фрагментация и фабуляция, гиперреальность, пратекст и метатекст, временное искажение и пастиш жанровых контаминаций не укладываются в привычные рамки культуроведения.

Важно заметить, что наррация и реминисценция литературного произведения на наш взгляд оказывают на читателя эффект игровой модели, где у читателя есть несколько функций: он догадывается об отсылках, находит второй и третий смысл, помимо этого реальность постмодернистского нарратива сводится к точке зрения

и мировоззрению, которое выбирает сам читатель. Поэтому функция постмодернистского текста является подвижной субстанцией, которая меняет свою форму в зависимости от субъекта.

На наш взгляд постмодернистский текст в рамках реминисценции и наррации выполняет компенсаторную функцию и обеспечивает читателю применение реализации его творческих способностей, т.е. направляет читательскую сублимацию и эскапизм на достижение выживаемости культуры.

Рассмотрим данный процесс в рамках российского постмодерна.

Разберемся с предлагаемыми определениями исследования. Апресян Рубен Гранатович предлагает следующее определение компенсаторной функции искусства в религиозном контексте: «сущностные характеристики религии, можно сделать вывод, что она способна в какой-то степени компенсировать человеку несовершенство окружающего мира и его самого.

В реальном мире изменений не происходит, поэтому данную функцию часто называют иллюзорно-компенсаторной, но следует учесть, что для самого человека, для его сознания и психики эта компенсация действительна»[3, с. 66].

Важно отметить, что по своей природе мы можем считать компенсаторную функцию близкой к катарсису, например, в статье А.В. Сафонова «Природа катартической реакции в литературе постмодернизма и современной публицистике» приводится следующее сравнение: «Иными словами, путь к катарсису – через стиль. Но постмодернизм отвергает стиль как нечто тоталитарное и угнетающее. Отсюда: нет стиля – нет катарсиса»[4, с. 83].

Русская постмодернистская традиция изначально отвергает стилевой ресурс автора и требует от него функции возмещения и очищения через страдание, то есть катарсис и компенсация читателю и автору в постмодерне гарантированы при выполнении следующих функций: во-первых, наличие эстетического; во-вторых, напряжение или столкновение; в-третьих, конфликт внутри формы и содержания, когда сам рассказчик (нарратор) вводится в текстовый сюжет, например, Борис Акунин часто использует нарративное иносказание в графике, когда появляется на страницах своих произведений на иллюстрациях Игоря Сакурова; в-четвертых, главенство иронии и сарказма над злом, то есть зло можно победить иронизируя над ним, но не искореняя его.

Последний тезис напрямую относится к писателю Борису Акунину и его знаменитому герою серии романов – Эрасту Петровичу Фандорину, начиная искоренять зло в одном месте, оно непременно возникает в другом, поэтому нарратор часто иронизирует над смертью и трудностями героя, начиная с первого произведения

«Азазель» и заканчивая романом «Не прощаюсь»: «Худшее из зол то, что добром прикидывается»[5, с. 114].

Компенсаторная функция в постмодернизме восполняет неудовлетворенность реальной жизнью, мы можем утверждать, что читатель уходит в эскапизм, чтобы найти нечто близкое к нему, например серию романов «Настоящий детектив» от Бориса Акунина читают и исследуют поклонники эпохи XIX–XX века, а также любители мистификаций; творчество Виктора Пелевина привлекает фанатов Леонида Андреева и Андрея Платонова, а также любителей синтеза братьев Стругацких с насилием Берроуза; творчество Людмилы Улицкой симпатично людям с большими запросами на интеллектуальную загадку; в творчестве Владимира Сорокина читатель всегда находит отдушину и память по 90-ым годам в России, а также ностальгирует по политической игре 2000–2008 годов; произведения Евгения Водолазкина, как правило, нацелены на аудиторию интеллектуально подготовленную; писатель Алексей Иванов компенсирует тоску по прошлому и обращаясь к целевой аудитории через произведения общается с ней, например, стоит отметить очень удачный опыт совмещения тоски читателя по советскому детству и фольклорный ужас, таким образом, появились романы «Псоглавцы» и «Пищеблок».

Компенсация со стороны автора гарантируется обращением к читателю при помощи функциональных средств постмодернизма. Важно заметить, что чаще всего компенсация читателю поступает от субъекта произведения – рассказчика (нарратора) и объекта – реминисценции.

Обратимся к определению реминисценции и наррации. В учебном пособии В. Е. Хализева приводится следующее обоснование реминисценции: «термином обозначаются присутствующие в художественных текстах «отсылки» к предшествующим литературным фактам; отдельным произведениям или их группам, напоминания о них. Реминисценции, говоря иначе, – это образы литературы в литературе. Наиболее распространенная форма реминисценции – цитата, точная или неточная; «закавыченная» или остающаяся неявной, подтекстовой»[6, с. 156].

Н.А. Фатеева предлагает другой взгляд на проявление реминисценции в тексте, в ее исследовании говорится, что отсылка относится не к самому тексту, а к конкретному событию из жизни автора. Содержательной характеристикой реминисценции в постмодернистском тексте может быть:

1. Воспоминание о художественном образе: портретная или пейзажная зарисовка. Например, достаточно вспомнить собирательный образ Эраста Петровича Фандорина, который вобрал в себя лучшие черты культовых представителей жанра – Шерлока

Холмса и Эркюля Пуаро. Или Вавилена Татарского – главного героя романа Виктора Пелевина «Поколение П»: автор отсылает нас к собирательному образу беспроблемных 90-ых;

2. Стилистический прием, заключающийся в отсылке к произведениям искусства, историческим фактам, культурным событиям, жизни значительных вождей. Все это осуществляется при помощи трансформативной текстовой конструкции, то есть может искажать часть событий, например, в двух романах Бориса Акунина – «Турецкий Гамбит» и «Смерть Ахиллеса», присутствует исторический деятель, русский генерал, герой турецкой войны – Михаил Дмитриевич Скобелев, но Акунин скрывает его намеренно под фамилией «Соболев». Виктор Пелевин в романе «Числа» скрывает под фамилией Бориса Маросеева – Бориса Моисеева. Сергей Минаев, описывая эпоху «нулевых» в романе «ДухLess» рисует московские модные места и делает пейзажную зарисовку Москвы времен правления Юрия Лужкова. Людмила Улицкая, рассказывая читателям о радикальном антисемитизме намеренно придает антагонистам эту особенность характера, чтобы исправить положение;

3. Воспроизведение одного текста в другом. Ярким примером подобной реминисценции может служить синтез романов Фредерика Бегбедера «99 франков» и Сергея Минаева «ДухLess». Минаев отсылается к Бегбедеру и перенимает у него некоторые детали сюжета, в частности, работа в крупной компании, желание завязать с пагубными привычками и обретение счастья через страдания. Текст в тексте встречается у Виктора Пелевина, Владимира Сорокина, Валентина Лаврова, Дмитрия Быкова и других авторов постмодернизма. Самый известным текстом в тексте является роман Виктора Пелевина «Чапаев и Пустота»;

4. Реминисценция возможная только в памяти читателя, то есть зависящая от самого реципиента. Основной функцией читателя в постмодернистской теории является «рождение». Читатель же дает произведению право на жизнь, наделяя его определенным смыслом в зависимости от степени литературных навыков и предпочтений, т.е. читатель интерпретирует и придает смысл написанному. При этом функционал реминисценции в постмодернистском тексте расценивается нами, как компенсаторная функция по ряду причин.

Во-первых, воссоздание исторической атмосферы эпохи, которое использует скриптор, так Дмитрий Глуховский – не автор, а прежде всего, умелый скриптор, эксплуатирующий то, что было ранее написано до него, но при этом, наделяя произведение своим авторским стилем, манерой подачи и героями от второстепенных до главного, когда скриптор описывает будущее Москвы, то наделяет свой постапокалиптический роман узнаваемыми ландшафта-

ми поверхности и глубины московского метрополитена. В романах Глуховского исторические реминисценции и аллюзии на историческую тематику присутствуют в двух видах: в качестве прямого указания на источник и скрытых изменений, а иногда и видоизмененных лозунгах.

Наделяя хронотоп чертами древнерусского фольклора, писатель Мария Семенова создала серию романов «Волкодав», где сумела вплести в фэнтези историческую основу. Гораздо сложнее определение нарратива, но, сослаться в работе мы будем на исследование Вольфа Шмидта из книги «Нарратология»: «Согласно этой концепции решающим в повествовании является не столько признак структуры коммуникации, сколько признак структуры самого повествуемого.

Термин «нарративный», противопоставляемый термину «дескриптивный», или «описательный», указывает не на присутствие опосредующей инстанции изложения, а на определенную структуру излагаемого материала» [7, с. 23]. Вольф Шмидт также отмечает: «Нарратор может быть сконструирован как сверхчеловеческая всеведущая и вездесущая инстанция, живущая в разные эпохи, проникающая в самые утаенные, уголки сознания персонажей. Он может предстать и с подчеркнута сниженной, по сравнению с абстрактным автором, компетентностью, как это имеет место в случае сказа. Нарратор может быть едва уловимым, сливаясь с абстрактным автором.

Но как бы объективен, безличен он ни был, нарратор всегда предстает как субъект, наделенный более или менее определенной точкой зрения, которая сказывается, по меньшей мере, в отборе тех или иных элементов из «событий» для повествуемой «истории» [7, с. 83].

Нарратор в нашем понимании является проводником читателя в абстрактный мир, наполненный аллюзиями и отсылками, в задачу абстрактного автора входит только предугадывания увлечений читателя и экспериментирование с образами.

Важно отметить, что нарратор в постмодернистском тексте проводит перед читателями самопрезентацию – рассказывает о своих увлечениях, образе мышления, показывает читателю уровень политического дискурса. Например, Борис Акунин в серии «Приключения Эраста Фандорина» или в серии романов «Приключения магистра» часто обращается к читателю и побуждает его к изучению восточной философской школы, проводит параллели выбора своего псевдонима и связывает его с восточной семиотикой «пиньинь», говоря другими словами, в псевдониме Акунин совмещаются противоположности белого и черного, т.е. Инь и Ян, примером может служить его роман «Алмазная колесница», где

японец Асагава объясняет Фандорину значение псевдонима нарратора: «Акунин – это злодей, но это не мелкий человек, это человек сильный. У него свои правила, которые он устанавливает для себя сам... Акунин – это как *evill man* или *villain*» [8, с. 23].

Компенсация в произведениях Чхартишвили-Акунина обеспечивается успешным соединением восточной философской мистификации и демократическим стилем поведения нарратора. Акунин не навязывает свою идеологию, а просто призывает прислушаться к некоторым советам. Фандорин совмещает в себе китайский путь вещей, то есть «даосизм» и японское икигаи – совокупное понятие философской практики, помогающее находить гармоничное решение и радость в сопутствующих делах.

В фандоринском герое умело сочетаются лучшие черты аристократа XIX века: острый ум, стиль, взвешенность решений, отвага, благородство, преданность, образованность, сила и верность своим принципам. Читателю в современном мире подобный пример брать не с кого, поэтому в Эрасте Петровиче Фандорине рядовой читатель постмодернистского детектива находит компенсацию чуждости и алчности современного мира.

Важно отметить, что нарратор выступает в качестве проводника мысли идеи. Приведем простой пример подобной агитации из серии «Настоящий детектив». Если в романе «Азazel» Борис Акунин отказался от восточного образа мысли, то начиная с четвертой книги серии – «Смерть Ахиллеса» рядом с Эрастом Петровичем Фандориным присутствует верный компаньон Масса, с которым они познакомились в Японии, во время очередного приключения детектива. Под влиянием японской культуры Фандорин начал свое преобразование – окреп физически и духовно, стал практиковать восточные практики, включил в ежедневные физические нагрузки практику с мечом и восточные единоборства.

Читатель в быстро меняющемся ритме благодаря посланию нарратора понимает, что если Фандорин мог изменить свое сознание, то и читатель может абсолютно все. Компенсация со стороны постмодернистской литературы всегда направлена на дискуссионный месседж своему читателю.

Читательская фрустрация в постмодернизме возводится автором в абсолют. Нарратор восстанавливает баланс, которого не хватает в реальности. Благодаря иллюзорности происходящего у читателя возникает эскапизм и сублимация переживаний, возникающих при чтении. Рождение читателя происходит в момент чтения, когда у него наступает эмпатия по отношению к главному герою, подобная эмпатия заключается и в том, что читатель стремится поставить себя на место персонажа, подражать ему.

Таким образом, современный человек, лишенный многих

чувств в эпоху глобализации получает от нарратора компенсацию в виде любви, приключений, интриг, дорогих вещей, продвижения по карьерной лестнице. Литература постмодернизма помогает восстанавливать гармонию читателя, утраченную в жизни. Благодаря эмпатии люди оказываются эмоционально связаны и небезразличны друг другу. В процессе восприятия произведений искусства эта способность развивается, благодаря чему человеческое общество консолидируется и приобретает больше возможностей для успешного взаимодействия.

Функции рассказчика в постмодернистском тексте отводятся не только компенсаторной функция. Личность нарратора может быть скрыта за тремя различными образами, каждая из этих личностей автора раскрывается на определенном этапе текстового представления.

Читатель сам выбирает, на каком варианте основывать подражательную и компенсаторную модель, подобная фиксация существовала до литературы постмодернизма, однако, данный метод возвел в абсолют стремление автора спрятать себя настоящего. Важно отметить, что процесс компенсации автор не определяет, а лишь направляет читателя. Рассмотрим мистификацию автора на двух самых ярких произведениях XXI века – Алексей Маврин «Псоглавцы» и Анатолий Брусникин «Девятный Спас».

Первым уровнем мистификации является отторжение автором прошлого имени и полное погружение в новую личность, например, под Алексеем Мавриным скрывается Алексей Иванов, который перенимает новую форму мистификации и отказывается от консервативных воззрений на формат дневниковых записей и все расследование главного героя строится на интернетовских статьях о таинственных святых с головами псов. Анатолий Брусникин в лане отторжения собственного авторского имени три раза «отрекался» и каждую свою мистификацию возводил в ранг сильных произведений – Георгий Чхартишвили служит для научных исследований, Борис Акунин для детективных историй, Анна Борисова для сентиментальных женских романов и наконец, Анатолий Брусникин, продолжающий лучшие традиции Дюма.

Первая задача постмодернистского нарратора – создать мистификацию вокруг своего имени, чтобы у читателя возникла потребность и интерес к изменениям. Вторичный нарратор присутствует в самом тексте в качестве одного из персонажей, в случае с Ивановым-Мавриным и романом «Псоглавцы» таким нарратором является главный герой – Кирилл, молодой человек, чья личность не раскрывается, но именно он является двигателем сюжета и ведет нас от элемента сюжета к другому, голосом Кирилла говорит сам рассказчик-Иванов, который раскрывается благодаря деталям,

например, подробное описание быта заброшенной деревни явный намек на то, что все происходит в Пермском крае. Анатолий Брусникин (он же Борис Акунин) разговаривает с читателем на языке трех основных персонажей, не отдавая предпочтение кому-то одному – Дмитрий Никитин, Алексей Леонтьев, Илья. Брусникин-Акунин является диегитическим нарратором, то есть повествует о себе в двух дискурсах: повествовательной и исторической, он не отделим от героев, так как нередко иронизирует и высказывает предположения о дальнейших действиях персонажей.

Третья личность нарратора основывается на цитации, то есть на повторение определенных истин из произведения в произведение, назовем их триггерами: Акунин-Брусникин – триггер Восток, история, нон-фикшн, японская культура, слияние Европы и России и неприятие любых коллективных форм. Маврин-Иванов – российская глубинка, мистика, соединение реального и фантастического, российская культура 90-ых, безнадежность и преодоление трудностей.

Исходя из вышеперечисленного, мы можем обратиться к исследованию Ю.Б. Борева «Эстетика», где автором приводится следующее доказательство: «М. Дюфрен, признавая социальную значимость искусства, сводит ее к утешительно-компенсаторной функции, призванной в сфере духа иллюзорно восстановить гармонию, утраченную в реальности.

Компенсаторный момент присущ искусству. Однако его общественно-преобразующее воздействие имеет не идеально-иллюзорный, а реально-действенный характер. Выдвигаемые искусством идеалы гармонии человека и мира, внутренней духовной гармонии личности – средство пробуждения социально направленной активности людей. Пробуждая в человеке сейсмическую чувствительность к нарушениям общественной гармонии, формируя эстетические идеалы личности, искусство мобилизует ее на преобразование мира, на приведение его в соответствие с идеалами» [9, с. 93].

Таким образом, можно сделать вывод, что наррация и реминисценция литературного произведения на наш взгляд оказывают на читателя эффект игровой модели, где у читателя есть несколько функций: он догадывается об отсылках, находит второй и третий смысл, помимо этого реальность постмодернистского нарратива сводится к точке зрения и мировоззрению, которое выбирает сам читатель. Поэтому функция постмодернистского текста является подвижной субстанцией, которая меняет свою форму в зависимости от субъекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шпенглер, О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории.

Гештальт и действительность / пер. с нем., вступ. ст. и примеч. К. А. Свасьяна. М.: Мысль. 1998. 663 с.

2. *Бодрийяр, Ж.* Симулякры и симуляции/перевод с французского А. Качалова М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.

3. *Апресян, Р.Г.* Понятие общественной морали: Послесловие к дискуссии // Вопросы философии, 2010, № 2. С. 63–75.

4. *Сафонов, А.В.* Природа катартической реакции в литературе постмодернизма и современной публицистике// Знак: проблемное поле медиаобразования. 2007. №1. С. 81–89

5. *Акунин, Б.* Статский советник: роман. М.: Захаров, 2005. 284 с.

6. *Хализев, В.Е.* Теория литературы : учебник для студ. высш. учеб. заведений. 5-е изд., испр. и доп. М.: Издательский центр «Академия», 2009. 432 с.

7. *Шмид, В.* Нарратология. М.: Языки славянской культуры. 2003. 312 с.

8. *Акунин, Б.* Алмазная колесница, в 2-х т.: Между строк. Япония 1878 г. М.: Захаров, 2003. 543 с.

9. *Борев, Ю.Б.* Эстетика: учебник. М.: Высшая школа. 2002. 511с.

УДК 808.5

РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: РАЗВИТИЕ ЯЗЫКОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ У СТУДЕНТОВ

Надежда Васильевна Еремкина, кандидат филологических наук, доцент

Геннадий Евдокимович Романов, кандидат филологических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: n.v.ermkina@ruc.su; g.e.romanov@ruc.su

SPEECH CULTURE IN BUSINESS COMMUNICATION: DEVELOPMENT OF STUDENTS' LANGUAGE COMPETENCES

Nadezhda Vasilievna Eremkina, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Gennady Evdokimovich Romanov, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Речевая культура является составной частью общей культуры человека. Она связана с культурой мышления и поведения, является определителем нравственности, оказывает большое влияние на эффективность общения и профессиональ-

ной деятельности. Речевая культура проявляется через знание и соблюдение основных языковых норм, в связи с чем автором приводятся некоторые примеры правильности произношения слов и предложений. Отмечается важность формирования у студентов речевой культуры высокого уровня на основе осмысленного отношения к родному языку, развития языковых компетенций.

К л ю ч е в ы е с л о в а: речевая культура, языковая норма, коммуникативная компетентность, язык, речь.

Speech culture is an integral part of the general human culture. It is associated with the culture of thinking, behavior, is a determinant of morality, has a great influence on the effectiveness of communication and professional activities. Speech culture is manifested through knowledge and observance of the basic language norms, in connection with which the author gives some examples of the correct pronunciation of words and sentences. The importance of forming a high level of speech culture among students on the basis of a meaningful attitude to their native language, the development of language competencies is noted.

К e y w o r d s: speech culture, language norm, communicative competence, language, speech.

В XXI в. динамика функциональных преобразований русского языка не только не замедлилась, но и приобрела новые импульсы: русский язык вступил в цифровую эру. Современные исследователи говорят о тенденции к неологизации, экспрессивизации, демократизации языка и отмечают, что процессы трансформации языка и коммуникации усложнились и интенсифицировались.

«Будущее любого государства определяется тем, какой вклад вносят наука и образование в развитие общества» [1. С. 3].

Изменения, происходящие в экономической, политической, научной, культурной сферах, оказывают влияние на жизнь общества и предъявляют новые требования к уровню образованности и компетентности современного специалиста, что, в свою очередь, ведет к созданию новых условий для развития личности. Показателем базовой культуры личности является культура речи. Общеизвестный факт, что центральное место в формировании и развитии культуры личности занимает речевая культура. «Речевая культура – это владение литературными нормами на всех языковых уровнях в устной и письменной формах речи, умение пользоваться языково-стилистическими средствами и приемами с учетом условий и целей коммуникации» [2. С. 72].

Культура речи является неотъемлемой частью личностной характеристики любого человека. Доминирующее значение в современных реалиях приобретает проблема речевого и интеллектуального развития. Общество испытывает потребность в гражданах с высоким уровнем интеллекта, отличающихся инициативностью, мобильностью, способностью к самостоятельному принятию решений, выражению и защите своей жизненной позиции, способных творчески увеличить интеллектуальный потенциал страны.

Выпускники вузов должны не только быть образованными и

компетентными специалистами, способными к анализу и решению сложных профессиональных задач, но и обладать набором коммуникативно-речевых навыков, от которых в немалой степени будет зависеть успех их профессиональной деятельности. По мнению Н. В. Левчаевой, «успех во многом зависит от самого человека: от уровня культуры устной и письменной речи; речеведческих понятий и совершенствования коммуникативно-речевых умений; способности производить первое впечатление. Кроме того, первое впечатление о человеке, как правило, формируется на основании продемонстрированной собеседником речевой культуры. Культура речи человека, способность четко и ясно выражать свои мысли и чувства как в устной, так и в письменной форме являются его визитной карточкой» [3. С. 323].

Поддерживая мнение исследователя Усмановой Е. Ф., мы считаем, что «культура речи обязывает человека придерживаться определенных норм и правил в разговоре с другими людьми. Эти нормы не представляют собой рецептов на все случаи жизни и не могут научить красиво и правильно говорить человека, однако знать и придерживаться их чрезвычайно важно» [4. С. 36], поскольку формирование речевой культуры не только значительным образом определяет развитие личности, но и способствует ее профессиональному развитию ввиду большей акцентированности интенции говорящего, обладающего более высокой речевой культурой.

Речевая культура входит в структуру личности, помогает реализовать индивидуальные черты субъекта речевой деятельности в межличностном общении. Понятие «речевая культура» интересовало исследователей и ученых в области лингвистики, психологии, педагогики. Однако необходимо указать на ее недостаточную теоретическую разработанность.

В основе культуры речи центральное место занимает современный русский литературный язык, поскольку использование норм литературного языка обеспечивает выбор и организацию языковых средств, позволяющих в конкретной ситуации при соблюдении этики общения обеспечить требуемый эффект в достижении поставленных коммуникативных задач. В связи с этим умение ясно и точно формулировать цели, аргументированно обосновывать их, выдвигать и отстаивать идеи, устанавливать речевой контакт является важным и востребованным в процессе общения. Владение языком, умение общаться, добиваться успеха в процессе коммуникации являются теми характеристиками личности, которые влияют на достижения специалиста в профессиональной деятельности.

Современное состояние русского языка вызывает обоснованное беспокойство среди ученых, что обусловлено различными причи-

нами: тенденцией к снижению речевой культуры в обществе; проникновением в разговорную речь носителей языка (особенно молодежи) большого количества нелитературных элементов; сужением сферы использования русского языка под зарубежным влиянием (сокращения, язык SMS-сообщений, электронной почты); применением заимствований не уместно в данной ситуации или с другим лексическим значением и т. д.

В связи с этим высказывание знаменитого русского писателя-реалиста А. И. Куприна, что язык – это история народа, путь цивилизации и культуры, и изучение и сбережение русского языка является не праздным занятием, а насущной необходимостью, приобретает в наши дни особую актуальность.

По мнению филолога-слависта И. И. Срезневского, «язык – не только орудие познавательной и мыслительной силы человека, но и сама эта сила... Без всякой другой науки человеку еще можно обойтись; без знания родного языка обойтись нельзя: это знание – свидетельство на его право быть сочленом в народном обществе, свидетельство его человечности» [5. С. 40].

Для повышения культуры речи студентов следует учить соблюдать орфоэпические, лексические, стилистические и морфологические нормы русского языка. Например, в соответствии с произносительными нормами надо говорить афера (а не афёра), бу[тэ]рброд (а не бу[те]рброд), необходимо запомнить и правильно произносить слова: вероисповéдание, опéка, премировáть, звонít, красúвее, приговóр, каталóг, ходáтайствовать, кварта́л, мусоропрóвóд, экспéрт, облегчítь, завíдно, чéрпать и др. [6. С. 90].

Довольно часто в речи студентов встречаются немотивированный повтор однокоренных или близких по звучанию слов в предложении (например: Можно ли спросить вопрос?), неправильное употребление падежной формы существительного с предлогом (согласно утвержденных правил, вопреки обычая, наперекор родителей), плеонастические выражения (коллега по работе, перспективы на будущее, эмигрировать за границу, габаритные размеры, ладони рук, апрель месяц), слова-паразиты (Как бы он не придет на занятия), неправильное употребление числительных (Трое студентов справились с заданием), ошибки в построении предложений с дееспричастным оборотом (Сдав экзамен по деловым коммуникациям на «5», мне стало радостно).

Системная работа по предупреждению речевых ошибок позволяет сформировать у студентов коммуникативные навыки, повысить уровень их речевой культуры. Речевая культура предполагает овладение навыками правильной речи, которая необходима студентам в будущей профессиональной деятельности, ибо ее отсутствие негативно отражается и на самом человеке, и на отношении

к нему других. Важно формировать у студентов высокий уровень речевой культуры на основе осмысленного отношения к родному языку, развивать языковые компетенции студентов, развивать мотивацию к речевому самосовершенствованию.

Вместе с тем повышение уровня речевой культуры, ее совершенствование, воспитание активной саморазвивающейся личности возможно благодаря эффективным методам обучения, способствующими укреплению культуры речи и активизируют деятельность студентов.

В частности, одним из таких приемов могут стать деловые и ролевые игры, которые не только развивают речевые навыки, но и позволяют наиболее точно имитировать модель общения, психологические тренинги, проводимые со студентами, а также профессиональные тренинги, на которых можно отработать разного рода жизненные ситуации во избежание непоправимых ошибок, а также развивать профессиональную, убедительную речь.

Таким образом, процесс повышения речевой культуры и профессиональной коммуникативной культуры студентов вузов связан не только с заучиванием норм и правил употребления языковых единиц, но и с последовательным формированием у обучающихся представления о языке как части общей культуры во всех ее проявлениях, развитием умений видеть связи между языковыми единицами и сферами их функционирования, адаптировать собственное речевое поведение в соответствии с ситуацией общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кузнецова, Е.Г.* Коммуникативная культура профессионала: учебное пособие / Е.Г. Кузнецова, Т.Е. Кузнецова, Р.Р. Хайров; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: Принт-издат. 2017. 44 с.
2. *Головин, Б.Н.* Основы культуры речи. М.: Высшая школа, 1988. 320 с.
3. *Левчаева, Н.В.* Литературный язык – основа культуры речи // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 2–2 (80). С. 322–326.
4. *Усманова, Е.Ф., Еремкина Н. В.* Культура речевой коммуникации в альтернативном разрешении правовых споров и конфликтов // Право и государство: теория и практика. 2020. № 11 (191). С. 35–37.
5. *Срезневский, И.И.* Об изучении родного языка вообще и особенно в детском возрасте. М., 2010. 120 с.
6. *Левчаева, Н.В.* Особенности публичного выступления в лингво-коммуникативном аспекте культуры общения // Казанская наука. 2018. № 4. С. 86–89.

УДК 332.146

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ:
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ**

**Сергей Михайлович Имяреков, доктор экономических наук,
профессор**

Анна Сергеевна Каменева, магистрант

Елена Николаевна Белякова, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: simyarekov@yandex.ru; annaimyarekova@yandex.ru;

elenabelbel@yandex.ru

**STRATEGIC MANAGEMENT: CONCEPTUAL ISSUES
AND DEVELOPMENT PROBLEMS IN RUSSIA**

Sergey Mikhailovich Imyarekov, Doctor of Economics, Professor

Anna Sergeevna Kameneva, Master's Degree student

Elena Nikolaevna Belyakova, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматриваются основные концептуальные вопросы стратегического управления. Особое внимание уделяется стратегическому менеджменту и стратегическому маркетингу. Исследуются особенности стратегической модели М. Портера, как основной стратегии конкуренции. Анализируются причины медленного распространения стратегического управления в практике российских предприятий. Приводятся предложения и рекомендации по развитию стратегического управления в России.

К л ю ч е в ы е с л о в а: стратегическое управление, менеджмент, маркетинг, конкуренция, миссия, стратегия.

The article discusses the main conceptual issues of strategic management. Special attention is paid to strategic management and strategic marketing. The features of M. Porter's strategic model as the main strategy of competition are investigated. The reasons for the slow spread of strategic management in the practice of Russian enterprises are analyzed. Suggestions and recommendations for the development of strategic management in Russia are given.

К е y w o r d s: strategic management, management, marketing, competition, mission, strategy.

Стратегическое управление по праву считается стержневым условием существования и развития любого предприятия, ведения им бизнеса. Основными направлениями стратегического управле-

ния являются стратегический менеджмент и стратегический маркетинг [1, с. 202].

Они неразрывны между собой, поскольку один задает общую концепцию организационно-производственной деятельности предприятия, другой обеспечивает непрерывную связь с внешней средой, стимулирует процесс реализации продукции (услуг) и поддержание постоянного спроса на нее со стороны рынка.

Таким образом, стратегический менеджмент и стратегический маркетинг закладывают основу стратегического управления предприятием. Наипервейшая цель стратегического менеджмента заключается в том, чтобы четко сформулировать и проработать корпоративную миссию предприятия.

Основанием для этого является объективная причина, суть которой состоит в следующем. Основной функцией стратегического управления является стратегическое планирование, которое невозможно без четкой идентификации предприятия, наиболее полное представление о которой дает именно корпоративная миссия. Стратегическое управление невозможно без стратегического планирования, которое кроме плана направления развития предприятия несет в себе еще и контрольную функцию [2, с. 159].

Она контролирует как качество самого стратегического планирования, так и качество управления в целом, включая оперативный и стратегический аспект. Поэтому разработку корпоративной миссии предприятия можно объективно считать основой стратегического планирования, а значит основой стратегического менеджмента и стратегического маркетинга предприятия.

При разработке корпоративной миссии предприятия необходимо четко сформулировать и обосновать ответы на следующие вопросы:

- к какому виду бизнеса, исходя из масштабов задач, следует относить предприятие (к крупному, среднему или малому);
- какому виду собственности принадлежит предприятие;
- какая форма организации в данном случае наиболее приемлема и почему;
- какую отраслевую принадлежность имеет предприятие;
- к какой территориальной структуре оно относится;
- какую сферу деятельности предприятия следует считать основной;
- в чем состоит суть организации предприятия, какова его главная цель;
- какую общественную потребность предприятие считает предметом своей деятельности;
- какова значимость целевой потребности в структуре общественно-необходимых потребностей в целом и исходя из место-

размещения предприятия (межрегиональное, региональное, муниципальное значение).

Отрабатывая организационную структуру предприятия в рамках стратегического управления, менеджмент непосредственно опирается на главную цель создания предприятия – получение частной и/или коллективной прибыли (дохода). При этом оно должно придерживаться главного принципа маркетинга: «Не руби сук, на котором сидишь». Умелое использование инструментов маркетинга позволяет потребителю стать активным участником сделки, когда интенсивное давление на него со стороны производителя и продавца практически сводится к нулю.

Не случайно успешно развивающиеся предприятия отвергают спекуляцию и монопольный сговор, как способ психологического давления на потребителя, предпочитая вести добросовестную конкуренцию [3, с. 126].

Основной задачей стратегического менеджмента является правильный выбор стратегии конкурентного управления предприятием, при которой максимизация (оптимизация) прибыли (дохода) не наносит вреда рынку и не приводит к сиюминутной, обманчивой выгоде. Практика показала, что управленцы чаще всего за правило ведения бизнеса и конкурентного развития предприятия принимают стратегическую модель М. Портера и на ее основе разрабатывают маркетинговые стратегии конкуренции.

Согласно стратегической модели Портера максимизация (оптимизация) прибыли доступна, в первую очередь тем предприятиям, которые придерживаются стратегии:

- концентрации;
- специализации;
- дифференциации.

Стратегия концентрации позволяет создать условия для минимизации основных и вспомогательных производственно-хозяйственных затрат. Суть данной стратегии конкуренции заключается в стратегии конкурентных цен, в этом и состоит ее конкурентное преимущество. Стратегия концентрации опирается на организационный менеджмент, с помощью которого за счет концентрации производств появляется возможность использовать более производительное оборудование. При этом появляется возможность заметно сократить транспортные расходы на единицу изделия, а также другие общехозяйственные расходы [4, с. 88].

Снижаются при этом затраты и на непосредственно управление. Стратегия концентрации позволяет снизить затраты на рекламу и другие инструменты формирования спроса и стимулирования сбыта. Данную стратегию в основном используют крупные и средние предприятия.

Малые предприятия как правило используют стратегию специализации. Создавая оптимальный ассортиментный ряд, они стремятся использовать специализированное оборудование, поддерживать и наращивать надлежащие объемы производства продукции, не выходя за рамки обозначенного ассортимента.

Таким образом им удастся максимально использовать производственные мощности, минимизировать производственно-хозяйственные площади и, соответственно, производственно-хозяйственные и рыночные затраты на единицу изделия (услуги). Стратегия специализации предполагает умеренные затраты на маркетинг.

Особое место в стратегической модели Портера занимает стратегия дифференциации. По своей сути она означает создание конкурентных преимуществ за счет оптимального сочетания цены и качества выпускаемой продукции. Производитель создает качественные отличительные преимущества своей продукции, за которые потребитель готов дополнительно заплатить.

По своему содержанию данная стратегия доступна как крупным, так и средним, и малым предприятиям. Здесь речь идет о создании фирменного стиля, собственной торговой марки, разработки брендов и не только. Данная стратегия в наибольшей степени подходит тем предприятиям, которые выпускают технические изделия, качественная характеристика которых может иметь многочисленные комбинации за счет технологических возможностей предприятия. Однако это далеко не обязательно. Успешно стратегия дифференциации применяется предприятиями малого бизнеса, действующими в сфере услуг.

Таким образом, стратегическая модель Портера является основой для стратегического планирования маркетинга. Цели маркетинга затрагивают цели планирования объемов производства и реализации продукции. В данном случае через призму конъюнктуры рынка анализируются сильные и слабые стороны предприятия, выявляются необходимые резервы для роста бизнеса.

Анализ рыночной конъюнктуры часто сравнивают с анализом внешних факторов предприятия [5, с. 25].

Однако внешние факторы по содержанию шире рыночной конъюнктуры. Последняя основывается на сочетании товара и рынка, которое при использовании сегментного принципа может дать ясную картину о позиционировании и конкурентоспособности предприятия и его продукции на рынке. Кроме того, анализ рыночной конъюнктуры дает четкое представление о состоянии платежного потребительского спроса в целом и на продукцию предприятия, в частности. Состояние потребительского спроса непосредственно характеризует уровень и качество жизни населе-

ния, на которое ориентируется большинство производителей, производящих продукцию потребительского назначения.

К сожалению, в России продолжает доминировать низкий платежный спрос населения. Усилия Правительства по повышению жизненного уровня жителей страны пока не дают желаемых результатов. Опережающий рост цен на товары и услуги со стороны торговли и производителей сводит на нет, а нередко ухудшает и без того высокоэластичный спрос на продукцию даже первой необходимости. Все это ведет к тому, что производители основной упор делают на оборотные, а не основные фонды. Отсутствие требуемой капитализации производств, особенно малого бизнеса, ведут к слабой финансовой устойчивости предприятий, снижению их кредитной и инвестиционной активности [6, с. 97].

Большинство малых предприятий применяют стратегию специализации, однако при этом непрерывно увеличивают ценовую нагрузку на продукцию.

Негативно сказывается на применении стратегического управления в России и тот факт, что во многих регионах ощущаются последствия массовой коррупции девяностых, когда чиновники создавали целые сети своих малых предприятий муниципального и регионального значения. Все они до сих пор находятся на монопольном положении и непосредственно пользуются монопольным сговором при назначении цен на продукцию или услуги. Ярким примером тому может быть малый бизнес в жилищно-коммунальном хозяйстве и его инфраструктуре.

Отсутствие требуемой капитализации, то есть инвестирования в основные фонды предприятий, свидетельствует о том, что малые предприятия не стремятся к развитию бизнеса [7].

Они предпочитают вести вялое существование и свой успех напрямую связывают с ростом цен. Есть предприятия, которые за счет увеличения выпуска продукции и оборачиваемости оборотных фондов стремятся занять достойную рыночную нишу, ведя при этом умеренную ценовую политику. К сожалению, они достаточно малочисленны, а суждение о том, что в малом секторе экономики победит чистая конкуренция себя не оправдало.

Таким образом, для развития стратегического управления в российской экономике необходимо достичь политической стабильности, последовательности проводимых экономических реформ, обеспечив последним опережающий, а не запаздывающий характер, ликвидировать монополии в малом секторе экономики, особенно в социально-значимых ее сферах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шилкина Т.Е., Имярек С.М. Современные тенденции образовательных организаций и их взаимодействие с кадровыми партнерами // Управление, обра-

зование, экономика: вызовы и перспективы: сб. науч. тр. по материалам II Всерос. науч.-практ. конф. Саранск: МГПУ, 2021. С. 200–205.

2. Куркина, Н.П., Стародубцева Л.В., Имяреков С.М. Управление академической мобильностью обучающихся педагогического вуза в условиях трансформации образовательной среды // Современные наукоёмкие технологии. 2020. № 3. С. 158–162.

3. Samigin, D., Imyarekov S., Keleynikova S., Khayrov R., Kuznetsova E., Kondrashkina I., Volgina I., Shilkina T., Markova A., Kataykina N., Kukushkin O., Ponomatkina L. et al. Modern financial management tools in agrarian business. North Carolina, USA: Lulu Press, 2020. 192 p.

4. Старченко, В.М., Имяреков С.М., Сулейманова А.Г. Регулирование земельных и имущественных отношений в сельскохозяйственных производственных кооперативах: монография. М.: Восход-А, 2007. 104 с.

5. Самыгин, Д.Ю., Имяреков С.М., Келейникова С.В. Модели оценки эффективности инноваций в агропроме // Экономика сельского хозяйства России. 2019. № 5. С. 23–29.

6. Имяреков, С.М. Управление финансовыми ресурсами в сельскохозяйственных кооперативных организациях // Финансы и бизнес. 2007. № 3. С. 94–100.

7. Скворцова, М.А., Хайров Р.Р. Зотова Е.В., Пруцкова Е.В. Инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия: механизмы, инструменты и модели развития: монография. Москва. 2022. 63с.

УДК 330.34

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В БИЗНЕСЕ

**Сергей Михайлович Имяреков, доктор экономических наук,
профессор**

Наталья Вячеславовна Мугаева, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: simyarekov@yandex.ru; natali.tremaskina.97@mail.ru

EFFICIENCY OF USE OF MARKETPLACES IN BUSINESS

Sergey Mikhailovich Imyarekov, Doctor of Economics, Professor

Natalia Vyacheslavovna Mugaeva, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматривается внедрение и использование маркетплейсов в ведении бизнеса. Проанализированы популярные маркетплейсы и их дальнейшее влияние на непосредственную деятельность организации. Предлагаются способы грамотного вхождения на рынок маркетплейсов. Приводятся рекомендации, поз-

воляющие не уйти в убыток при ведении бизнеса с применением маркетплейсов.

Ключевые слова: маркетплейс, торговая площадка, бизнес, удаленная деятельность, Wildberries, специальная военная операция.

The article discusses the introduction and use of marketplaces in doing business. Popular marketplaces and their further impact on the direct activities of the organization are analyzed. Ways of competent entry into the marketplace market are proposed. Recommendations are given to avoid loss when doing business with the use of marketplaces.

Key words: marketplace, trading floor, business, remote activity, Wildberries, special military operation.

В последнее время, под влиянием пандемии, люди все чаще стали уходить на «удаленку». Термин «удаленка» или удаленная работа – это определенный вид дистанционной работы, при которой сотрудник или студент находится в удалении от организации, в которой он работает или учится [1, с. 202].

Удаленная сфера деятельности затронула не только работу, учебу и бизнес, а также оказала мощное влияние на повседневную нашу жизнедеятельность. Население с каждым днем все больше и интенсивнее совершает покупки в режиме «онлайн», сервисы доставки за последние годы вышли на новый уровень своей работы и продолжают активно развиваться дальше [2, с. 159].

Устоявшиеся на потребительском рынке маркетплейсы не перестают совершенствоваться, а также наравне с ними появляются новые формы продвижения товаров, создавая тем самым конкуренцию [3, с. 116].

Для начала дадим определение понятия «маркетплейс». Это торговая площадка, представленная сайтом и/или приложением, в которой представлены различные категории товаров, по выгодным ценам.

На сегодняшний день в мире существует множество торговых площадок. Например, такие как:

- Allegro (Польша);
- Aliexpress (Китай);
- Amazon (США);
- Carrefour (Франция);
- Ebay (США);
- Fruugo (Великобритания);
- Promofarma (Испания);
- SHEIN (Китай);
- Tmall (Китай);
- Zalando (Германия) и др.

Перечисленные выше маркетплейсы пользуются популярностью во всем мире, в том числе и в России. Но, в связи с последними событиями, происходящими в мире, а именно от 24.02.2022 г., когда Президентом Российской Федерации В.В. Путиным было принято решение о начале специальной военной операции на

Украине, многие зарубежные площадки стали частично недоступны для использования в России. Это связано и с блокировкой популярных платежных систем (Apple Pay, Google Pay и т.д.), и с закрытием границ некоторыми странами, в связи с чем стала ограничена поставка товаров.

В связи с этим, перечислим топ самых популярных в России маркетплейсов:

- Wildberries;
- Ozon;
- Yandex Market;
- Lamoda;
- СДЭК Маркет;
- Юлмарт;
- ЛеруаМерлен;
- Robo.market;
- KazanExpress.

Рассмотрим более подробно торговую площадку Wildberries, а также способы ее внедрения и эффективность использования на примере организации г. Саранска ООО «Промышленные системы». Данная организация представляет собой одну из ведущих компаний по реализации оборудования в области газификации, теплоэнергетики и метрологии на территории России.

Основными видами деятельности организации являются: продажа газорегуляторного оборудования, запорной арматуры и контрольно-измерительной техники для измерения давления, температуры и расхода, а также любые комплексные решения в области автоматизации технологических процессов.

Выбор в пользу данного маркетплейса был сделан в связи с тем, что он является самым популярным для российских пользователей. Также позволяет строить эффективный, прозрачный и стабильно растущий бизнес. Осуществлять свою деятельность и сотрудничество довольно просто:

1. На странице партнера знакомимся с договором, внутренним устройством площадки, заполняем представленную форму и регистрируемся.

2. Оформляем заявку на портале поставщиков, предоставляем всю необходимую документацию и ожидаем подтверждения в течении трех рабочих дней.

3. Размещаем товары на площадке.

Теперь рассмотрим дальнейшие шаги для эффективного ведения бизнеса на торговой площадке. Для начала необходимо провести тщательный анализ по следующим направлениям:

- логистика;
- реклама;

- рейтинг;
- отзывы;
- система скидок и акций.

Нужно заранее определиться с хранением товара, т.е. выбором склада. Мы можем выбрать как собственный склад, в связи с чем товар следует доставлять самостоятельно потенциальному покупателю или в пункт выдачи Wildberries, так и склад самой площадки, на который товар должен своевременно поставляться. Необходимо просчитать дополнительный финансовый резерв в случае форс-мажорных обстоятельств, требующих непредвиденных затрат.

Для успешной реализации товара, ему необходима продуманная рекламная стратегия [4, с. 106]. Определившись с моделью продвижения конкретного товара, мы можем долговременно закрепить его в топе, что непосредственно принесет прибыль. Также размещение и продвижение товара на площадке может различаться по стоимости. Можно заплатить более ста тысяч рублей за закрепление баннера на главной странице, либо затратить одну тысячу рублей за две тысячи показов.

Рейтинг складывается на основе отзывов на каждую товарную категорию. Для улучшения данного показателя многие компании прибегают к помощи социальных сетей, где у них уже есть определенная аудитория. Например, в Instagram размещается пост или история с просьбой к покупателям, ранее покупавшим товар, оставить положительный отзыв.

Стоит отметить, что не нужно ограничиваться одной социальной сетью, т.к. в связи с напряженной ситуацией в мире и введением санкций некоторыми странами, Instagram в России уже испытывает проблемы в использовании. Также с покупателями можно связываться по электронной почте или смс, предлагая скидку при дальнейшей покупке в ответ на положительный отзыв.

Для того, чтобы провести какие-либо акции или применить скидку на товар, необходимо четкое понимание своих финансовых и конкурентных возможностей, дабы не уйти в убыток. Необходимо учесть такой важный момент, что при долгом нахождении товара на складе, торговые площадки заставляют продавца снижать реальную цену товара для ускорения его продажи.

В данном случае цена может быть меньше закупочной, что непосредственно принесет убыток организации. Также есть и обратная сторона складских запасов. В случае если товар начнет быстро распродаваться, а продавец не сможет вовремя обеспечить поставку товара на склад, то торговая площадка обязательно наложит санкции и может прекратить дальнейшее сотрудничество.

Для начала, при хорошей торговле стоит начать с минимума товара, примерно около сорока штук. Также не следует забывать, что

продавцу необходимо будет самостоятельно купить у себя же некоторые товары, с целью выведения его в топ поисковой выдачи.

Какие еще моменты необходимо учесть при торговле на торговой площадке?

Во-первых, товар лучше доставлять на региональные склады. Это ускорит его доставку в пункт выдачи по месту нахождения поставщика, соответственно и ускорится продажа. Также сократятся логистические расходы. Можно также прикрепить видеоролик с использованием данного вида товара.

Во-вторых, товар нужно выгодно представить, т.е. провести качественную «фотосессию» для каждого товара. Фотография должна быть яркой, должна уметь привлечь и замотивировать процесс приобретения именно этого товара. Профессионально представленная съемка поможет увеличить продажи в несколько раз.

В-третьих, необходимо грамотно и подробно представить описание товара. Здесь целесообразно выделить определённые ключевые слова, используемые при описании товара, что повысит его в выдачу при поиске. Описание должно содержать параметры товара, его преимущества в использовании и эксплуатации [5, с. 26].

Возникает вопрос, как в дальнейшем оценить эффективность выбора модели работы на маркетплейсе и дальнейшего развития?

Необходимо будет проанализировать получаемую прибыль от продаж заказов с площадки. И если она превышает все затраты на размещение товаров, включая комиссию (5–15%), то определённо эффективность есть.

Стоит учесть количество переходов в карточку товара, анализировать обратную связь, учитывать рейтинг в поисковой системе. Отличным показателем будет, если представленный организацией товар будет находиться в пределах двух страниц.

Итак, для выведения бизнеса на маркетплейсы необходимо тщательное изучение всех нюансов и так называемых «подводных камней». Организация ООО «Промышленные системы», проанализировав выше представленные направления, пришла к выводу, что выведение части товаров на торговую площадку Wildberries, несомненно приведет к увеличению прибыли.

На данный момент времени сотрудник организации проходит обучение для работы на данном маркетплейсе. Затраты на обучение также стоит учесть при дальнейшем планировании развития. Бизнес на торговых площадках имеет особую специфику, поэтому здесь необходима подготовка в проведении тщательных расчетов и учета мельчайших факторов, а тогда соответственно появится возможность в получении необходимой прибыли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шилкина, Т.Е., Имяреков С.М. Современные тенденции образовательных организаций и их взаимодействие с кадровыми партнерами // Управление, образование, экономика: вызовы и перспективы: сб. науч. тр. по материалам II Всерос. науч.-практ. конф. Саранск: РИЦ МГПУ, 2021. С. 200–205.
2. Куркина, Н.Р., Стародубцева Л.В., Имяреков С.М. Управление академической мобильностью обучающихся педагогического вуза в условиях трансформации образовательной среды // Современные наукоемкие технологии. 2020. № 3. С. 158–162.
3. Samigin, D., Imyarekov S., Keleynikova S., Khayrov R., Kuznetsova E., Kondrashkina I., Volgina I., Shilkina T., Markova A., Kataykina N., Kukushkin O., Ponimatkina L. et al. Modern financial management tools in agrarian business. – North Carolina, USA: Lulu Press, 2020. 192 p.
4. Имяреков, С.М. Заготовительная деятельность потребительской кооперации Республики Мордовия: проблемы и перспективы развития: монография. Саранск, 2006. 256 с.
5. Самыгин, Д.Ю., Имяреков С.М., Келейникова С.В. Модели оценки эффективности инноваций в агропроме // Экономика сельского хозяйства России. 2019. № 5. С. 23–29.

УДК 641.51/54

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ КУХНИ ИТАЛИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Лариса Александровна Карякина, кандидат экономических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: karyakina.larisa@yandex.ru

NATIONAL TRADITIONS OF ITALIAN CUISINE: REGIONAL ASPECT

Larisa Alexandrovna Karyakina, PhD in Economics, Associate Professor

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье рассматриваются вопросы, связанные с формированием национальных традиций в питании итальянцев. Автор акцентирует внимание на рационе питания народов, населяющих Италию, характеризует эту кухню с точки зрения широты ассортимента блюд и продуктов, из которых они изготовлены. Указывается на отличительные особенности итальянской кулинарии в целом.

Ключевые слова: итальянская кухня, питание, особенности, регион, традиции.

The article discusses issues related to the formation of national traditions in the diet of Italians. The author focuses on the diet of the peoples inhabiting Italy, characterizes this cuisine in terms of the breadth of the range of dishes and products from which they are made. The distinctive features of Italian cooking in general are pointed out.

Keywords: Italian cuisine, food, features, region, traditions.

Итальянская кухня – уникальная, многогранная и неповторимая. В ее основе лежат исторически сложившиеся многовековые традиции с культурным влиянием римлян, греков, кельтов, этрусков и прочих народов, когда-либо населявших Италию и оказывавших влияние на формирование её культуры.

Следует отметить, что кулинарные традиции разных регионов Италии очень различаются. Довольно запутанное административное деление этой страны, ее особое географическое расположение и разнообразные климатические условия создали удивительную ситуацию, когда внутри одной страны, в соседних областях, можно встретить совершенно разную природу, абсолютно непохожую культуру и новые рецепты. В этой связи представляется интересным рассмотреть кухни основных областей этой «прекрасной страны», как называют Италию ее жители.

Сицилия – самый крупный средиземноморский остров. Начиная с VI века н.э. через него прошли многочисленные завоеватели: греки, римляне, византийцы, арабы, норманны, немецкие швабы, французы, испанцы. И каждый из них привносил что-то новое в местные кулинарные традиции. С IX по XI век Сицилией правили арабы, и благодаря им в местную кухню вошли рис и цитрусовые, сахар и специи (особенно корица и шафран), кускус и кофе, марципан, миндальное тесто, сухофрукты, фундук и фисташки, вырастающие на Сицилии до крупных размеров.

Скорее всего благодаря именно арабам в Европе так распространилось мороженое. Караваны осликов, груженых льдом, собранным на ледниках вулкана Этна, спускались на побережье. Там этот лед мелко толкли, превращая его в кашицу, и перемешивали с фруктовым соком или кофе. Этот тип мороженого существует и по сей день, называется «гранита» и является любимым лакомством сицилийцев в летний зной. Кухню Сицилии можно в общих чертах описать тремя словами: *pasta, pesce e pasticceria*, то есть, паста, рыба и сладости.

Апулия – это море и земля равнин, засеянных пшеницей, древних ароматных оливковых рощ и обширных виноградников на склонах холмов. Оливковые деревья дают масло высочайшего качества, а виноградники – великолепные вина. Пшеница, виноград и маслины составляют основу апулийской кухни.

В этих местах производят большую часть пшеницы твердых сортов, из которой потом делают пасту практически по всей Италии. Здесь царит атмосфера радушия и гостеприимства, а в особых рецептах соединяются вкус земли и моря – крестьянская кухня в Апулии неразрывно связана с кухней морской. Особенно знамениты мидии из залива Тарано, обладающие особым вкусом, так как живут они в морской воде, но вблизи устьев пресноводных источников. Рецепты из Апулии – это пример того, как небогатый набор продуктов, соединенных фантазией, может дать основу потрясающей кухни.

Базиликата располагается в «подъёме» итальянского «сапога» и обладает самым гористым ландшафтом из всех регионов (две трети территории заняты горами), что затрудняет развитие сельского хозяйства. Эта область – одна из беднейших в Италии, как по доходам жителей, так и по тому, что может дать местная земля. Тем не менее в Базиликате имеются свои кулинарные традиции, которые складывались веками, соединяя гастрономические традиции соседей и различных завоевателей.

От греков области досталась традиция виноградарства, швабы здесь выращивали редьку, и сейчас Базиликата – единственная область, где этот овощ растут на продажу. Арабы привезли сюда апельсины и миндаль, а испанцы – сладкий перец и кукурузу. В кухне Базиликаты практически не используют сливочное масло, молока и говядины здесь тоже немного. Зато предостаточно свинины и баранины и, соответственно, овечьих сыров, которыми Базиликата по праву гордится.

Сардиния – остров, расположенный в центре Средиземноморья, уже в средние века был перекрестком коммерческих путей. И жители побережья постепенно впитывали традиции тех народов, корабли которых останавливались в портах. А центральная часть Сардинии оставалась закрытой для путешественников, и здесь сохранилась местная кулинария, основанная на пшенице и овечьем сыре. Сыр на Сардинии всегда делали с большим количеством соли, чтобы его было легко перевозить на далекие расстояния. Из пшеницы пекли совершенно особенный хлеб – карасау, больше похожий на еврейскую мацу, только высушенный, его даже называют «бумага для нот». Разноликая кухня Сардинии любопытна и привлекательна, именно поэтому здесь регулярно проводят отпуск любители вкусно поесть.

Кухня Кампании невероятно разнообразна. Благодаря сильному влиянию Франции и Испании на кампанскую культуру в кулинарной сфере родилось бесчисленное множество великолепных блюд, относящихся к богатому придворному столу. Иностранное влияние внесло свою лепту и в формирование кухни бедных слоев

населения, где отсутствие деликатесов компенсировалось народной фантазией. Самое знаменитое местное блюдо – это пицца, любимая во всех уголках земного шара. Но помимо пиццы, кухня Кампании может похвастаться очень богатым ассортиментом. Каждое неаполитанское блюдо, будь то паста, овощи, сыры, мясо или рыба просто великолепно. Пармиджана из баклажанов воспета поэтами и писателями Италии. Кампанская моцарелла из буйволиного молока стала почти легендой – как и знаменитая запеканка сарту из риса со сложной начинкой из маленьких фрикаделек с овощным соусом и соусом бешамель. И конечно, сладости: мороженое, ромовые бабы, слойки и несравненная «Пастьера наполетана» из свежайшей рикотты...

Молизе и Абруцци объединяет общая история, благодаря чему кухня этих регионов очень схожа. Регионы расположены северо-западной Рима и знамениты копченными мясными изделиями и сыром. Жители регионов часто употребляют в пищу баранину. Здесь почти нет промышленности, большинство населения занято в сельском хозяйстве. Ведь Абруцци кормит бараниной почти всю Италию. Да и у себя дома баранина – главное блюдо на столе. Широко используются специи, особенно шафран. В провинции города Аквила, столицы Абруцци, выращивают особый, очень ценный шафран, который идет на экспорт.

Интересны традиции молизан в приготовлении сладких блюд. Их рецепты удивительно разнородны. В Молизе существуют десерты, рецепты которых заимствованы из болгарской и даже из среднеазиатской кухни.

Кухня Лацио проста, если не считать целую серию блюд, которые подверглись влиянию кулинарных традиций других народов. Например, еврейской кухни. Особенно в Риме ценят артишоки и вишневый пирог по-еврейски. Жители Лацио любят пасту, бобовые, овощи. Что же касается мяса, то помимо привычных рецептов (жаркое, мясо тушеное и разварное), они с удовольствием употребляют субпродукты – печенку, легкое, бычьи хвосты, куриные потрошки.

Многие традиции кухни Лацио связаны с тем, что эта область всегда принадлежала Папскому государству. Считается, что люди церкви едят неплохо, и у них есть что позаимствовать. «Если хочешь научиться вкусно есть, с монахами за стол придется сесть», – так говорят римляне.

Область Умбрия (в переводе – «тенистая») со всех сторон закрыта горами. Здесь сохранились блюда и приемы, которые не менялись в течение многих веков. Кухня Умбрии основана на простых и доступных ингредиентах, за исключением одного – черного трюфеля. Особенно знаменит черный трюфель из Норчи. Несомненно,

мненно, на особенности кухни Умбрии повлияла история области. В давние времена это была территория этрусков, народа, жившего здесь еще до древних римлян. По-видимому, именно благодаря этрускам здесь широко распространены злаки, особенно ячмень и овес. В средние века главными источниками кулинарных новшеств были многочисленные монастыри, которые усовершенствовали старинную кухню. Поэтому в Умбрии так много рецептов, связанных с различными церковными праздниками. Нельзя не упомянуть и знаменитые умбрийские окорока, которые экспортируются по всей территории Италии.

Кухня Тосканы – древняя и мудрая, в ней используются лишь самые вкусные ингредиенты, и поэтому она не очень сложна – ведь нет необходимости улучшать то, что и так прекрасно. Основной всего в Тоскане является хлеб без соли (соль там всегда была дорога); он присутствует в качестве ингредиента в большинстве блюд. Равновесие, простота, традиция и высочайшее качество – вот основные характеристики тосканской кухни.

Хотя в административном смысле Эмилия-Романья является единым целым, она состоит из двух совершенно различных частей. Эмилия – спокойная, богатая и хлебосольная провинция. В течение практически восьми веков она существовала автономно и почти всегда в мире со своими соседями. Романье повезло меньше – она долгое время являлась провинцией папского государства, и ей приходилось долго и много воевать. Поэтому кухня Романьи проще, она более бедная и менее развитая по сравнению с кухней Эмилии. Кулинария Эмилии-Романьи знаменита благодаря своей пасте. Это тальятелле, сдобренные сложным мясным соусом, а также фаршированная паста – тортеллини и тортелли. Среди продуктов Эмилии-Романьи нельзя, конечно, не назвать известные колбасные изделия области – сыровяленую ветчину сан-даниэле и колбасы, особенно знаменитую мортаделлу. Регион является родиной пармезана. В средневековой столице региона Эмилия-Романья Болонье находятся лучшие рестораны Италии.

Пожалуй, ни одна из областей Италии не имеет таких различий в кулинарии от провинции к провинции, от города к городу, как Ломбардия. Города Бергамо и Бреша долгое время были в составе Тишайшей республики (то есть Венеции), и до сих пор там чувствуется отголосок кулинарных традиций венецианских дождей. Города Мантуя и Крема всегда были под сильным влиянием Эмилии-Романьи. Кухня Верхней Ломбардии практически не отличается от кухни Трентино-Альто-Адидже и кантона Тичино в южной Швейцарии. Но есть и общие символы Ломбардии: прекрасные сыры – маскарпоне, грана падано и горгонзола; сливочное масло, которое употребляют здесь чуть ли не чаще, чем оливковое. И, ко-

нечно, знаменитое ризотто по-милански с шафраном, великолепное разварное мясо, жаркое, вкуснейшая котлета по-милански и классический панеттоне, без которого не мыслит Рождества вся Италия.

В Пьемонте есть все – озера, горы, море, рисовые плантации, парки, леса... Он граничит с Францией и Швейцарией, поэтому кухня переняла некоторые традиции кухонь этих стран. Подобно кухне Ломбардии, с которой Пьемонт обладает схожим ландшафтом, для кухни Пьемонта характерны блюда из риса, полента и ньокки. В плодородной Паданской долине пьемонтцы занимаются виноделием, к примеру, прославившееся на весь мир вино бароло производят именно здесь.

Считается, что в Пьемонте выращивают лучшие лук и чеснок, а также белые трюфели. И, наконец, одна из самых удивительных в Италии областей – крошечная Валле д'Аоста, земля зеленых пастбищ, густых лесов и снежных горных вершин. Гастрономические традиции Валле д'Аоста, связаны в основном с овощами, особенно с капустой и луком-пореем, с ржаным хлебом, каштанами и грибами, с охотой, разведением коров и домашней птицы. А праздничная кухня области испытала существенное влияние Франции и Швейцарии.

В прошлом вальдостанцам приходилось сильно экономить на соли. Традиционно они покупали соль у более южных итальянских областей. Но когда в середине XVI века Савойская корона ввела высокий налог на вывоз соли, вальдостанцам приходилось тайком проникать в Швейцарию и выменивать соль на сыр и сливочное масло. Такие взаимоотношения продолжались вплоть до недавнего времени, только место соли было занято табаком и шоколадом. Знаменитый ржаной хлеб выпекался в семьях всего лишь несколько раз в год. Когда круглые ароматные буханки вынимали из печи, в поселках начинался праздник.

Безусловно кухня отдельных регионов отличается одна от другой, однако имеют ряд общих признаков: итальянцы любят рыбу, морепродукты, закуски и макароны. Приготовление блюд невозможно без свежих овощей и зелени. В целом итальянская кухня довольно простонародна и старается не подавлять натурального вкуса продукта. По сути своей местная кулинария представляет собой богатую и колоритную народную традицию. В пределах самой страны "современная" кухня прижилась только в северных областях, граничащих с Францией и Альпами, да в крупных промышленных городах. Все остальные регионы Италии продолжают использовать сытную и достаточно простую народную кухню, построенную на сочетании морепродуктов, зелени, оливкового масла, овощей и вина.

Следует отметить, что итальянская кухня, являясь одной из самых распространенных в мире, по большей части проста в приготовлении и великолепна во вкусе. Итальянские повара делают ставку не на сложность блюда, а на качество продуктов, из которого оно приготовлено. Воспетая поэтами, прославленная знаменитыми путешественниками и литературными классиками, итальянская кухня радует нас и сегодня. Ни с чем не сравнимые ароматы итальянской кухни – насыщенные, терпкие – будят фантазию и возбуждают аппетит.

ЛИТЕРАТУРА

1. Питание как часть национальной культуры народов: учебное пособие/Л.Е. Чередниченко. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2018. – 163 с.

УДК 336.647

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Светлана Викторовна Келейникова, кандидат экономических наук, доцент

Павел Евгеньевич Марунин, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: s.v.kelejnikova@ruc.su; st803062@ruc.su

IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGING THE FINANCIAL RESOURCES OF AN INNOVATIVE ENTERPRISE

Svetlana Viktorovna Keleinikova, PhD in Economics, Associate Professor

Pavel Evgenievich Marunin, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье подчеркивается важность раскрытия теоретико-методологической основы повышения эффективности управления финансовыми ресурсами инновационного предприятия. Представлен сравнительный анализ существующих трактовок термина финансовые ресурсы предприятия в рамках современной экономической науки. Определяются ключевые индикаторы, характеризующие уровень

эффективности управления финансовыми ресурсами предприятия в современных условиях. Предложены автором основные мероприятия по повышению эффективности управления финансовыми ресурсами хозяйствующих субъектов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: финансы, финансовые ресурсы, финансы предприятий, денежные средства, ликвидность, рентабельность, платежеспособность.

The article emphasizes the importance of disclosing the theoretical and methodological basis for improving the efficiency of financial resources management of an innovative enterprise. A comparative analysis of the existing interpretations of the term financial resources of an enterprise within the framework of modern economics is presented. The key indicators characterizing the level of efficiency of management of financial resources of the enterprise in modern conditions are determined. The author suggests the main measures to improve the efficiency of financial resources management of economic entities.

К е у w o r d s: finance, financial resources, enterprise finance, cash, liquidity, profitability, solvency.

Эффективная деятельность хозяйствующих субъектов в рыночных условиях находится в прямой зависимости от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов. Вопросы управления и повышения эффективности их использования приобретают особую актуальность для инновационных организаций, поскольку для проведения научных исследований и серийного выпуска инновационных продуктов необходимы значительные финансовые, трудовые, временные ресурсы [1].

В связи с этим на современном этапе управление финансовыми ресурсами выходит на новый уровень.

В контексте предметного раскрытия тематики данной научной статьи, считаем необходимым осуществить анализ трактовок термина «финансовые ресурсы» в трудах зарубежных и отечественных ученых-экономистов (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Обзор существующих трактовок термина «финансовые ресурсы» [2]

№ п/п	Автор	Характеристика
1	Рудченко И.В.	Источники денежных средств предприятия, направляемые на формирование его активов для осуществления производственно-финансовой деятельности для получения доходов и прибыли
2	Казачок И.А.	Совокупность всех денежных ресурсов, поступивших в организацию на определенную дату в ходе реализации продукции, товаров, работ, услуг
3	И. А. Бланк	Финансовые ресурсы предприятия представляют собой совокупность капитала (собственного и заемного) в денежной форме, который предназначен для финансирования его предстоящего развития предприятия с учетом фактора риска

В целом, учитывая вышеприведенные трактовки можно определить, что финансовые ресурсы представляют собой совокуп-

ность денежных средств, как собственных, так и заемных, и их эквивалентов, которые используются руководством предприятия в системе обеспечения его непрерывной деятельности.

В первую очередь, финансовые ресурсы состоят из прибыли, полученной от основной деятельности организации, дополнительных взносов акционеров и пайщиков, а также из заемных средств (кредиты банков, лизинг, факторинг). В дополнении могут поступать средства, полученные от страховой компании по возмещению, дивиденды от ценных бумаг, денежные средства от государства и других фондов.

Финансовые ресурсы предприятия образуются за счет следующих источников:

- собственных средств;
- заемных (привлеченных) средств.

Предприятие старается использовать собственные (внутренние) источники финансирования.

Собственные средства включают в себя:

- вклады учредителей при организации уставочного капитала;
- добавочный капитал, создаваемый за счет переоценки имущества;
- прибыль, которая осталась в распоряжении предприятия от всех видов деятельности. Предприятие, которое использует только собственные финансовые ресурсы, обеспечена наивысшей финансовой устойчивостью.
- амортизационные отчисления.

К заемным средствам относят следующие источники финансовых ресурсов:

- краткосрочный и долгосрочный кредит банка;
- коммерческий кредит;
- задолженность, полученная от кредиторов, находящая постоянно в обороте;
- кредиты разных видов из других источников (средства работников);
- факторинг. Под факторингом понимается взыскание долгов с покупателей по поручению продавца (поставщика);
- лизинг.

Важным аспектом в системе управления финансовыми ресурсами предприятия являются механизмы и инструменты оценки уровня эффективности управления ресурсной базой.

Ключевые группы показателей в сфере анализа эффективности использования финансовых ресурсов представлены в табл. 2.

Система данных показателей является стандартной и состоит из индикаторов, характеризующих эффективность управления фи-

нансовыми ресурсами инновационного предприятия.

В настоящее время для большинства инновационных предприятий острой проблемой является повышение эффективности использования финансовых ресурсов.

В целом в зависимости от сферы и емкости предприятия будет в значительной степени отличаться и механизм совершенствования системой управления финансовыми ресурсами [3].

Таблица 2

**Ключевые показатели в сфере анализа
эффективности использования финансовых ресурсов [2]**

Показатели платежеспособности и ликвидности предприятия	Коэффициент абсолютной ликвидности. Общий коэффициент ликвидности. Собственный оборотный капитал. Обеспеченность собственными оборотными средствами. Доля труднореализуемых активов в текущих активах.
Показатели, используемые для анализа структуры капитала	Коэффициент независимости. Коэффициент финансовой устойчивости. Коэффициент финансирования. Коэффициент инвестирования. Коэффициент финансовой независимости
Показатели, используемые для анализа оборачиваемости оборотных средств	Коэффициент оборачиваемости активов Коэффициент оборачиваемости оборотных активов. Оборачиваемость дебиторской задолженности. Период погашения дебиторской задолженности. Доля дебиторской задолженности в общем объеме оборотных активов.
Показатели рентабельности	Рентабельность активов. Рентабельность оборотных активов. Рентабельность инвестиций. Рентабельность собственного капитала. Рентабельность заёмного капитала. Рентабельность совокупных вложений. Рентабельность продаж.

Для построения подобной системы управления финансовыми ресурсами инновационному предприятию необходимо:

1. Совершенствование управления дебиторской задолженностью. В этой связи, перед каждым предприятием стоит острая необходимость осуществления деятельности по оптимизации размеров и структуры дебиторской задолженности.

2. Управление источниками формирования финансовых ресурсов – неотъемлемая часть управления предприятием, которую можно определить, как организацию финансовых потоков в целях эффективного использования финансовых ресурсов, а также получение максимальной возможной прибыли. В процессе функционирования управление опирается на финансовый механизм. Управление источниками формирования финансовых ресурсов осу-

ществляется при помощи управляющей и управляемой подсистем.

3. Эффективное использование оборотных средств. Разработка политики управления оборотными средствами заключается в определении необходимых объемов и структуры текущих активов и играет большую роль в обеспечении нормализации работы предприятия.

Следовательно, эффективно управлять источниками формирования финансовых ресурсов – значит, широко их использовать в производстве, распределении, обмене и потреблении. В целях стабилизации и роста прибыли предприятия, как одного из основных источников финансирования деятельности предприятия рекомендовано [4]:

1. Планировать балансовую прибыль – то есть составлять прогнозы по норме прибыли и возможностям её использования.

2. Анализировать эффективность производственной и торговой деятельности предприятия. Эффективность производственной и торговой деятельности субъекта предпринимательской активности характеризуется на основе использования абсолютных и относительных показателей.

Не менее важным является оценка финансовых рисков предприятия [5].

Таким образом, эффективное управление финансовыми ресурсами на инновационном предприятии в дальнейшем дает возможность предприятию вкладываться в новое производство, вовремя расширяться, улучшать техническое оборудование и оснащать производство квалифицированными человеческими ресурсами.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina // Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. С. 1171–1178.

2. *Мягкова, М.В., Захаркина Р.А.* Методика оценки механизма формирования и использования финансовых ресурсов предприятия // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Национальной научно-практической конференции. Редколлегия: Р.Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. 2020. С. 70–75.

3. *Келейникова, С.В.* Особенности разработки и реализации стратегии организации. Проблемы развития социально-экономических систем: материалы Национальной научно-практической конференции, Саранск. 20 ноября. 2019 г. С. 294–297.

4. *Келейникова, С.В.,* Основные подходы и концепции стратегического менеджмента. материалы II Междунар. науч.-практ. конф. «Научные исследования в социально-экономическом развитии общества» (Саранск, 11–12 апр. 2018 г.) Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: Принт-Издат, 2018. 452 с.

5. *Дворецкая, Т.В., Зотова Е.В.* Оценка финансовых рисков предприятия по абсолютным показателям // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 152–156.

УДК 331.104

**РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ
В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ
ПЕРСОНАЛА И ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО КАРЬЕРЫ**

Светлана Викторовна Келейникова, кандидат экономических наук, доцент

Екатерина Ивановна Наумкина, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: s.v.kelejnikova@ruc.su; e.i.naumkina@ruc.su

**THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE
IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL
DEVELOPMENT OF PERSONNEL
AND THE FORMATION OF HIS CAREER**

Svetlana Viktorovna Keleinikova, PhD in Economics, Associate Professor

Ekaterina Ivanovna Naumkina, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Актуальность темы исследования объясняется значительным влиянием организационной культуры на формирование карьеры специалистов и процесс их профессионального развития. Организационная культура оказывает влияние на качество взаимодействия сотрудников внутри коллектива, эффективность работы и уровень мотивации персонала. Автор приходит к выводу о том, что грамотно сформированная организационная культура внутри предприятия способствует развитию профессиональных навыков среди сотрудников, что, в свою очередь, благоприятно сказывается на их карьерном росте.

К л ю ч е в ы е с л о в а: персонал, организационная культура, профессиональное развитие, формирование карьеры, эффективность, менеджмент, факторы мотивации.

The relevance of the research topic is explained by the significant influence of organizational culture on the formation of the career of specialists and the process of their professional development. Organizational culture influences the quality of employee interaction within the team, work efficiency and the level of staff motivation. The author comes to the conclusion that a well-formed organizational culture within the enterprise contributes to the development of professional skills among employees, which, in turn, has a positive effect on their career growth.

К e y w o r d s: personnel, organizational culture, professional development, career formation, efficiency, management, motivation factors.

Организационная культура является неотъемлемой частью лю-

бой организации и занимает одно из приоритетных мест в системе управления. Культура оказывает существенное влияние на персонал организации, а, следовательно, именно она формирует то, как они будут выполнять свою работу, взаимодействовать между собой, инициировать свои идеи, принимать решения и многое другое.

В трудах российских и зарубежных ученых за последнее время продолжает уделяться достаточно большое внимание организационной культуре и ее влиянию на профессиональное развитие персонала. На сегодняшний день существует множество определений и интерпретаций термина «организационная культура». Они имеют как узкие, так и широкие объяснения проявления культуры в организации. Определения содержат общее ядро, но отличаются различными аспектами и акцентами основополагающего центра «организационной культуры».

Американский психолог Э. Шейн представляет организационную культуру, как совокупность общих ценностей, приобретенных, разделяющих некой группы, которая адаптирует их под внешнюю среду для передачи следующим индивидам. Проще говоря, это группа, образованная на основании общих ценностей, которые транслируется на потенциальных сотрудников, которые, для эффективной деятельности, должны также их разделять [1].

Например, М.А. Дьячкова, О.Н. Томюк и др. в своем исследовании определяют организационную культуру как сущностную характеристику организации, отмечают особое значение влияния организационной культуры не только на уровень профессионального развития персонала, но и на возможность осуществления профессиональной деятельности [2].

А.О. Кожуховская и М.Д. Зайцева отмечают, что в случае грамотно составленные правила и нормы организационной культуры оказывают положительное влияние на уровень мотивации персонала. В случае, когда правила организационной культуры составлены с учетом интересов работников, принадлежность к коллективу компании является для сотрудника престижной, что оказывает положительное влияние на уровень мотивации и в свою очередь способствует профессиональному развитию и более продуктивному формированию карьеры работника [3].

Как мы видим, приведенные характеристики выше, раскрывают организационную культуру через человеческий потенциал сотрудников, отводя на первое место внутренний комфорт, духовное развитие, а не сиюминутное решение базовых потребностей.

Данная характеристика свидетельствует о роли ценностей, которые заложены в организацию и проецируется на ценности ее сотрудников.

Рассматривая вопрос влияния организационной культуры, как

фактор развития персонала и формирования его карьеры, следует отметить, что в современном мире само понятие профессионализма неотделимо от образа организованного работника, соблюдающего правила корпоративной культуры.

Предприятия с высоким уровнем корпоративной культуры ставят в приоритет своей деятельности профессионализм и создают максимальные условия для дальнейшего развития своего кадрового потенциала. К таким инструментам можно отнести институт наставничества, обучение на курсах ФПК, стажировки, тренинги, ротацию кадров, а также аттестацию персонала.

Соломанидина Т.О. в своих работах объясняет роль организационной культуры в процессе развития персонала через отдельные ее элементы, такие как миссия, ценности и цели. Мотивирующую функцию организационная культура способна выполнять только в том случае, если вышеперечисленные элементы организации разделяются и поддерживаются на всех уровнях, как руководством, так и сотрудниками компании.

Основой для нематериальной мотивации работников является миссия компании. При ее формировании важно определить значение компании в решении важных задач для общества, подчеркнув важность труда каждого отдельного сотрудника. Также важным элементом организационной культуры являются корпоративные ценности, представляющие собой набор установок, позиций и морально-нравственных ориентиров. Данные установки позволяют сплотить коллектив в случае, если в них заложено уважительное отношение к коллективу коллег, и они способны культивировать определенные личностные качества сотрудника [4].

Правильная постановка целей перед сотрудниками также способна повышать уровень их мотивации. При этом цели должны соответствовать как миссии компании, так и личным целям сотрудников, перед которыми они ставятся, удовлетворяя их потребности. Важными характеристиками любой цели являются – достижимость и конкретность [5]. Поэтому руководство должно формировать цели с учетом интересов как самой организации, так и ее сотрудников.

Для усиления мотивации персонала к развитию и карьерному росту важно заложить идею развития персонала и обучения в набор ценностей [6].

Для эффективной ее реализации необходим набор инструментов, такими могут стать курсы повышения квалификации, организованные как в рамках самой компании, так и за ее пределами, организация семинаров, мастер-классов, обучающих платформ, предоставление доступа к профессиональной литературе. Широкий перечень инструментов профессионального развития в сово-

купности с необходимой мотивацией позволит повысить уровень профессионализма сотрудников организации.

Еще одним важным фактором в профессиональном развитии персонала может стать возможность самореализации. Потребность в самореализации человека относится к потребностям высшего уровня и выражается в стремлении раскрыть внутренние способности и найти им применение в профессиональном аспекте. Особенно важно, когда сотрудник сам отчетливо осознает потребность в расширении возможностей для своего саморазвития. Поэтому руководство компании должно создавать условия для развития профессиональных качеств.

Таким образом, организационная культура является фактором, который оказывает прямое воздействие на профессиональные развития персонала и формирование его карьеры условиями постоянно возрастающих требований к персоналу. Важно своевременно реагировать на их постоянные изменения и формировать такую организационную культуру, которая бы способствовала развитию персонала и карьерному росту в организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Шейн, Э.Х.* Организационная культура и лидерство: пер. с англ. под ред. Т.Ю. Ковалевой. СПб: Питер, 2015. 336 с.
2. *Дьячкова, М.А.,* Томюк О.Н., Шуталева А.В., Дудчик А.Ю. Инклюзивная организационная культура как культура принятия разнообразия и взаимопонимания // Перспективы науки и образования. 2019. № 5 (41). С. 373–385.
3. *Кожуховская, А.О.* Роль отрасли функционирования организации в формировании ее организационной культуры / А.О. Кожуховская, М.Д. Зайцева // Молодежь. Общество. Современная наука, техника и инновации. 2019. № 18. С. 127–129.
4. *Келейникова, С.В.* Роль и значение корпоративной культуры в деятельности предприятия // Современные проблемы кооперации: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию Российского университета кооперации / Саранский кооперативный институт- РУК. Саранск: ООО «Принт-Издат», 2012. Ч. 2. С. 64–69.
5. *Келейникова, С.В.* Формирование корпоративной культуры в современной организации // Реформирование образовательной среды: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 185-летию потребительской кооперации России 30-31 марта 2016 г. Саранск: ЮрЭкс-Практик, 2016 г. С. 320–322.
6. *Samigin, D.,* Imyarekov S., Keleynikova S., Khayrov R., Kuznetsova E., Kondrashkina I., Volgina I., Shilkina T., Markova A., Kataykina N., Kukushkin O., Ponomatkina L. et al. Modern financial management tools in agrarian business. North Carolina, USA: Lulu Press, 2020. 192 p.

УДК 331.1

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ: ПОДХОДЫ И СОДЕРЖАНИЕ

Ирина Ивановна Кондрашкина, кандидат экономических наук, доцент

Василий Степанович Бурмистров, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: ikondrashkina@ruc.su; Burmistrov_avangard@mail.ru

BUSINESS PROCESS MANAGEMENT: APPROACHES AND CONTENT

Irina Ivanovna Kondrashkina, PhD in Economics, Associate Professor

Vasilia Stepanovich Burmistrov, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье раскрывается основное содержание бизнес - процессов на предприятии для создания устойчивой конкурентной позиции. Дана характеристика бизнес-процессов с точки зрения управления ими. На основе этого предложена модель стратегических приоритетов для реализации конкурентных преимуществ птицефабрики «Авангард».

К л ю ч е в ы е с л о в а: стратегическое направление, бизнес-процессы, управление, модель, подход.

The article reveals the main content of business processes at the enterprise to create a stable competitive position. The characteristic of business processes from the point of view of their management is given. Based on this, a model of strategic priorities for the implementation of the competitive advantages of the Avangard poultry farm is proposed.

К e y w o r d s: strategic direction, business processes, management, model, approach.

Для отечественных предприятий сегодня как никогда важно сформировать ряд стратегических направлений, которые обеспечат организации устойчивые конкурентные позиции. Прототипирование этих направлений составляет подходы и содержание бизнес-процессов.

– «Спасти завтра за счет сегодня». Чтобы быть релевантным рынку завтра, не следует выжимать всё из сегодня. Стратегические решения всегда приводят к тактическим потерям. И с точки зрения бизнеса – это может быть часть возможной сегодняшней прибыли.

С другой стороны, выждав, можно получить большой экономический эффект. Именно так в мировой практике действуют большие компании. Большинство потребителей считают такие организации бюрократизированными и неповоротливыми, это относится и к нашему исследуемому предприятию – птицефабрика «Авангард». Но с точки зрения кризис-менеджмента это эффективно выстроенный образ, за которым скрывается политика минимизации рисков акционерного капитала.

Предприятие постоянно обращает внимание на вывод новых торговых марок на рынок и выходит на него тогда, когда спрос от новаторов переходит к ранним последователям, минуя разрыв в потреблении. В результате бизнес получает спрос и понятный продукт на ранней стадии развития. Но он опускает момент «снятия сливок» удачливыми первопроходцами т.е. несёт тактические потери от упущенных возможностей.

– «Бизнес премиального сегмента». Чтобы выстроить серьезный бизнес (т.е. доходных в долгосрочном периоде), то есть два варианта: либо начинать продавать много в нижнем ценовом сегменте, либо мало – но в высоком.

Это крайне просто, даже примитивно. Но не всегда действует. Ведь хочется развивать бизнес с минимальными затратами. Здесь и кроется подвох. Если денег нет или практически нет, то зачем тогда вообще начинать.

Если развивать бизнес и особенно в промышленном секторе, развивать его необходимо в сегменте, максимально близком к премиальному. Потому как бизнес в нижнем ценовом сегменте хоть и прост для входа, но обладает одной поразительной особенностью, про которую забывают или игнорируют топ-менеджеры, всевозможные коучи и инкубаторы: для того, чтобы построить бизнес по продаже дешевого продукта необходимы большие ресурсы, чем в случае с товаром верхнего ценового сегмента.

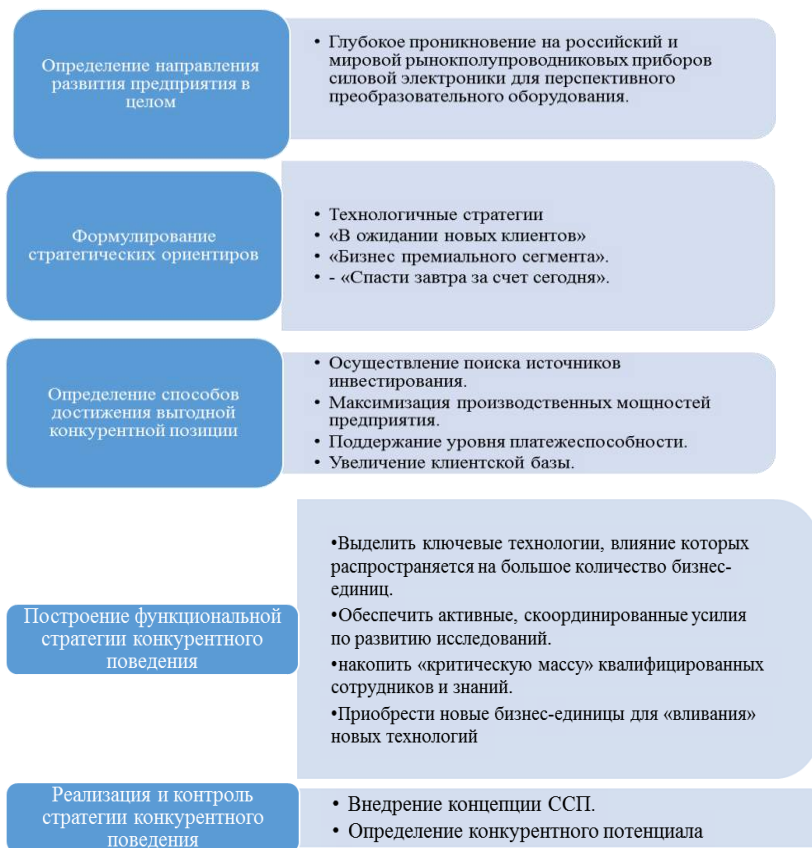
Да, премиальный продукт сложно произвести, но просто продать. А продукт дешевый произвести очень просто. Даже знания особые не нужны. Но проблема этого самого «барьера входа» заключается в том, что организация обязательно столкнется с недостаточным объемом продаж. Причина тому – суть дешевого продукта или «эффект от масштаба». Пока его нет – бизнес в нижнем сегменте обречен. А получить масштаб сразу – это гигантские инвестиции. Не спасут ни know-how, ни оригинальные разработки.

«В ожидании новых клиентов». В последнее время стоимость привлечения новых клиентов выросла почти втрое. Данный тренд признали многие ведущие компании. Организация вкладывает «бюджет на продвижение» не в каналы коммуникаций, а в своих потребителей, давая им чуть больше ожидаемого. Это является по-

водом для запуска подобного механизма. Проблема лишь в том, что, дав слишком много, можно добиться обратного эффекта – вас будут скрывать, опасаясь ухудшения качества продукта в процессе роста.

У такого подхода много плюсов, один из которых – это однородность аудитории, т.к. она не выходит за круг общения ваших текущих клиентов. А это означает возможность максимально точно сфокусировать своё предложение, возможность очень точно составлять портрет аудитории уже внутри целевой ситуации [1].

Портер М. выделяя технологичные стратегии определяет «технология должна стать вашим оружием в конкурентной стратегии в борьбе, а не просто удовлетворить научное любопытство» [2].



Процесс управления бизнес-процессами для обеспечения конкурентоспособности ООО «Авангард» (авторская разработка) [3]

В качестве доказательства в сторону выбора технологичной конкурентной стратегии, как основы управления конкурентоспособностью ООО «Авангард» можно использовать исследования М. Портера:

– Технология сама по себе создает устойчивое конкурентное преимущество.

– Благодаря технологии меняется действие ключевых факторов издержек или дифференциации в выгодную для компании сторону.

– Технология позволяет получить преимущества первого хода.

– Технология благоприятно влияет на структуру организации.

Рассмотренные инструменты и стратегические приоритеты для реализации конкурентных преимуществ, рассмотренные нами систематизировали и представили в виде единой модели (см. рисунок).

Таким образом, предлагаемые мероприятия в области совершенствования управления бизнес-процессами позволят, на наш взгляд, усилить конкурентные преимущества ООО «Авангард» и в намеченные сроки достичь своей стратегической цели – формирования лидерских позиций на рынке яичной продукции, обеспечивая заказчикам инновационной и качественной продукцией.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кондрашкина, И.И.* Корпоративная культура как фактор конкурентоспособности компании // Вестник Российского университета кооперации: Научно-теоретический журнал №2(40) 2020. С. 61–65.

2. *Кондрашкина, И.И.* Кошкин К.Р. Проблемы стратегического управления // «Научные исследования в социально-экономическом развитии общества» [Текст] : материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 17 нояб. 2020 г.): в 2 ч. [редкол.: Р.Р. Хайров (отв. ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: Принтиз, 2020. Ч. 2. С. 225–228

УДК 338.2

**СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА ВНЕДРЕНИЯ
ИННОВАЦИЙ В ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ
ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Елена Васильевна Копылова, кандидат экономических наук,
доцент**

Рашад Гулу оглы Асадов, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: e.v.kopylova@ruc.su; asadov.r.g@mail.ru

**MODERN PRACTICE OF INTRODUCING INNOVATIONS IN THE
PRODUCTION PROCESSES OF ENTERPRISES**

**Elena Vasilievna Kopylova, PhD in Economics, Associate
Professor**

Rashad Gulu oglu Asadov, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Статья раскрывает необходимость внедрения инноваций в производство ввиду становления инновационных решений и их использования как фактора улучшения производства. Авторами охарактеризованы современные этапы внедрения инноваций в производство, раскрыта их суть и выявлены основные функции.

К л ю ч е в ы е с л о в а: инновации, внедрение инноваций, этапы внедрения инноваций, производство, риск.

The article reveals the need to introduce innovations into production due to the formation of innovative solutions and the use of innovative solutions as a factor in improving production. The stages of introducing innovations into production are highlighted, their essence is revealed and the main functions are revealed.

К e y w o r d s: innovation, innovation implementation, stages of innovation implementation, production, risk.

В быстроменяющихся условиях развития внешней и внутренней среды компании, корпорации и предприятия нуждаются в постоянном качественном и количественном росте. Выводя на рынок совершенно новые товары, услуги и технологии они тем самым выделяются на общем фоне среди своих конкурентов, а порой и превосходя их по многим показателям. В этом им помогает работа с инновациями.

Инновация сегодня это результат инвестирования интеллектуальных решений и самых смелых идей в разработку, реализацию и

получения новых знаний, разительно отличных от предшествующих, нигде ранее не применявшихся. Это могут быть знания в сфере обновления, облегчения и улучшения сфер жизни современного общества.

В качестве примера, сюда можно привести область технологий и науки, медицины, искусства, организацию труда, социальную сферу, и последующий за этим процесс производства и получения дополнительной ценности, такой как денежная прибыль, опережение конкурентов, важное улучшение и усовершенствование качества и количества произведенного товара, услуг и работы, креативности, и, наконец, прогресса [1].

Также существует заслуживающее внимание мнение, что успех и развитие инновационных процессов возможно лишь с лояльностью политической и экономической системы, которая может гарантировать равные права собственности на инновационные технологии и процессы, основываясь на неумолимой власти законодательства. Но даже в таком случае, ключевым остается фактор наличие инновационного труда ученых, инженеров изобретателей, людей искусства и прочих инноваторов своего времени.

Наиболее содержательными критериями понятия инновации по нашему мнению являются следующие положения: конечный результат нововведения, направленный на достижение соответствующего эффекта и создания новых или усовершенствованных конкурентоспособных товаров, услуг и технологий, которые удовлетворяют потребности потребителей [2].

Сегодня они призваны охватывать все сферы деятельности предприятия и способствуют развитию и повышению его эффективности.

Российские предприятия внедряя инновации в производственные процессы ориентируются на достижение следующих целей.

Решение проблемы ассортимента ряда ввиду запуска и внедрения новых продуктов, товаров и услуг, либо, в качестве альтернативы, улучшение ныне существующих решений, преследуя те же цели.

Оптимизация производственных затрат путем внедрения новых технологий, автоматизированного производства, методов управления персоналом и так далее.

Усовершенствование системы производственного и сбытового менеджмента благодаря внедрению нового цифрового и информационного продукта, например, программного обеспечения, которое оптимизирует технологический процесс и делает его более эффективным.

Проведение экспертной оценки по анализу необходимости внедрения новых технологий, совершенствующих производствен-

ные процессы с составлением плана внедрения и прогнозирования возможных результатов.

Для наиболее грамотного проведения инновационных мероприятий, необходимо определиться с программой производственных преобразований. Для этого необходимы результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности всего предприятия, а также исследование всех бизнес-процессов, проходящих на предприятии [3].

В ряде случаев возникает необходимость в экспертной оценке, а именно необходимость в аудите для определения существующих проблем для дальнейшего их решения.

Итоговым результатом такого анализа, проведенного экспертами, должны быть:

- выявление слабых мест в производственных процессах, проходящих на предприятии и нуждающихся в исправлении;
- определение ряда нововведений, необходимых для нивелирования обнаруженных слабых мест предприятия;
- прогноз результата внедрения инновационной деятельности, который предприятие может достигнуть;
- сроки достижения прогнозируемого результата.

Иногда случается, что объектом введенного нововведения служит не улучшение методов производства и воспроизводства, и лишь только конечный продукт. В таком случае возникает необходимость скрупулезного анализа на предмет актуальности предложенного новшества для всего рынка товаров и услуг.

Важно, чтобы ряд столь трудозатратных мероприятий не прошел даром, потом правильнее всего будет заранее составить план всей работы с нововведениями, путем определения руководителем, либо ответственного лица, под силу ли данному предприятию введение таких инноваций, а затем принять решение, разрабатывать ли данные технологии самостоятельно, либо приобретать уже готовые и проверенные временем.

В том случае, когда необходимо создание своего собственного подразделения предприятия для научно-исследовательской или научно-технической деятельности, избегаются крупные единовременные расходы, но есть риск, что столь длительная работа может не принести ожидаемых результатов.

Для выгодной покупки уже готовой, проверенной инновации, нередко предприятие идет на стратегически важное партнерство с организацией, которое специализируется на научно-исследовательской, либо конструкторской деятельности.

Данный вариант развития событий удобен и выгоден тем, что компания получает уже готовую, разработанную и проверенную инновацию без затрат по времени и возможного риска неудачи, но одновременно тратит большие средства. Данный выбор необхо-

дим после тщательного и скрупулезного изучения рынка производственных инновационных технологий различного рода, чтобы вложения, неважно в большом или малом количестве, оказались наиболее эффективными. Есть также вариант, в ходе которого предприятие идет на объединение усилий и партнерство с другим предприятием для совместной разработки и внедрения новой инновационной технологии.

Данный способ взаимовыгоден, так как он позволяет обоим предприятиям объединить и наращенный опыт, но разделить издержки и риски. Недостатками такого метода является возможность изменения интересов компаний в долгосрочной перспективе, что несет риск невозможности дальнейшего сотрудничества.

Ввод в эксплуатацию инновационных технологий и процессов всегда имеет свои особенности для разных сфер деятельности, но как правило, выделяются определенные этапы, свойственные в каждой сфере.

На этапе планирования происходит определение основного содержания и суть изменений, их пошаговый план. Производится тщательный анализ препятствующих изменениям факторов, возможных незапланированных и неучтенных проблем, а после – планирование стратегии работы с персоналом и определение необходимых для этого ресурсов, будь то кадры, время, финансы и другие.

Затем решается задача о необходимости привлечения дополнительных ресурсов, например, внешних консультантов, аудитов.

«Размораживание» - своего рода подготовка всех звеньев предприятия к надвигающимся изменениям.

Основные задачи данного этапа кроются в работе с персоналом, снятии психологического и морального напряжения и создания благоприятной обстановки. Это происходит путем выбора подходящих способов обучения и информирования сотрудников о предстоящих новшествах на предприятии, контроль за процессом подготовки к нововведениям и сопутствующая коррекция планов и их реализации. Для приобретения инновации массовости, приоритетности и заинтересованности, необходимо вовлечь в нее все структуры предприятия.

Осуществление внедрения – центральный и самый важный и приоритетный этап, которому свойственно претворение в жизнь всех наработок и рекомендаций по внедрению инноваций в дела предприятия. Самое важное здесь займет достаточный резерв всех возможных ресурсов на случай непредвиденных проблем или вовсе непреодолимой силы, оперативно корректировать стратегию прямо в процессе внедрения новшеств, а также на постоянной основе держать обратную связь со всеми сотрудниками предприятия,

информировать их о возможных проблемах и успехах предприятия на столь сложном и важном пути в истории предприятия.

На этапе «замораживания» происходит закрепление достигнутого результата, путем выделения всех нужных ресурсов, решения вопросов и задач по дальнейшему обучению персонала с внедренными инновациями и осуществление всех намеченных планов по использованию приобретенной инновации и использованию результатов деятельности данных нововведений.

Оценка – данный этап предполагает анализ и оценку всех процессов после внедрения инноваций, оценку их восприятия в коллективе, дальнейшую корректировку и поддержку, обратную связь и поддержку с внешней средой о результате внедренной инновации, будь то успех или провал.

После внедрения инноваций абсолютно любого характера руководство предприятия должно быть готово столкнуться со сложностями, основная и самая распространенная из которых – сопротивление со стороны сотрудников данного предприятия. Чтобы повысить подготовленность работников предприятия к инновационным процессам, необходимо на постоянной основе обучать и стимулировать новаторов, замечать и подмечать вклад каждого отдельного работника в успех предприятия, его грамотное следование намеченному плану по внедрению нововведений, а также принимать во внимание инициативу и активность персонала, рациональные предложения по помощи в улучшении организационной и непосредственной деятельности предприятия [4].

После осуществления завершающего этапа, этапа внедрения возникает логичная необходимость в оценочной деятельности финального результата. Сложность заключается в том, что в условиях постоянно меняющегося положения и состояния рынка и его отклонений становится почти невозможно установить универсальную систему показателей, которая сможет четко показать динамику эффективности инноваций.

Перед руководством встает задача, по самостоятельной оценке эффективности инноваций исходя из ее конкретных особенностей для конкретного предприятия, где данная инновация была внедрена. К самым очевидным и используемым на практике показателям эффективности введенных новшеств можно отнести стоимость проекта, его рентабельность и срок окупаемости вложенных средств в долгосрочной перспективе. Но этих факторов часто бывает недостаточно для тщательного анализа проведенных инновационных изменений предприятия.

Практика дает понять, что подавляющее большинство компаний и предприятий своим успехом, быстрым развитием и твердому положению на рынке обязаны именно своевременным и актуаль-

ным инновациям, ведь их регулярное внедрение в дела предприятия и продвижение на рынке новых товаров, работ и услуг обеспечивают высокий рост удовлетворения спроса потребителей, в сравнении с более привычным и архаичными предприятием, которые гарантируют стабильность, но без роста и развития. Но факты доказывают, что разработка и коммерциализация всего инновационного и усовершенствованного – дело крайне рискованное, сложное, а иногда и вовсе убыточное. Ярким примером инновации является вывод на рынок тех продуктов и процессов, которые соотносятся с новыми потребительскими желаниями и свойствами, либо качественно превосходят по показателю производственных систем.

Повышая эффективность производственного процесса или качества продукции как таковой, инновации, тем самым, предоставляют невероятные возможности для внедрения все большего количества новшеств.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Копылова, Е.В., Кукушкин А.И.* Анализ бизнес-процессов ООО «Метта» / Копылова Е.В., Кукушкин А.И. // «Интеграция науки в условиях цифровизации» [Текст] : материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 29–30 нояб. 2021 г.) : в 2 ч. / [редкол.: Р.Р. Хайров (отв. ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: Тип. «Рузаев. печатник», 2021. Ч. 2. С.235–240.
2. *Солдаткина, С.М.* Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации/ Солдаткина С.М., Копылова Е.В., Чиранова Т.И. // Финансовая экономика. 2021. № 1. С. 78–82.
3. *Зотова, Е.В.* Финансовая стратегия как инструмент реализации финансово-хозяйственных целей предприятия // в сборнике: научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 161–165.
4. *Солдаткина, С.М.* Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.

УДК 664.683.9

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИЗГОТОВЛЕНИЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

**Юлия Витальевна Кудяева, мастер производственного
обучения**

Лариса Николаевна Бодягина, преподаватель

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: yu.v.kudaeva@ruc.su; bodyagina@ruc.su

MODERN METHODS OF CONFECTIONERY PRODUCTION

Yulia Vitalievna Kudaeva, Master of Industrial Training

Larisa Nikolaevna Bodyagina, Lecturer

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Актуальность исследования состоит в том, что с развитием технологий в мире, появляются методы изготовления кондитерских изделий. Разрабатываются новые рецепты и оформление.

К л ю ч е в ы е с л о в а: тесто, крем, курд, конфи, меренга, мусс, крамбл, нугатин, гляссаж, велюр.

The relevance of the research lies in the fact that with the development of technologies in the world, methods of making confectionery products appear. New recipes and design are being developed.

К e y w o r d s: dough, cream, curd, confit, meringue, mousse, crumble, nugatín, glaze, velour.

Основу мучных и кондитерских изделий обычно составляет тесто. Сейчас активно используются новые, нетрадиционные способы приготовления теста, крема и отделочных полуфабрикатов для кондитерских изделий. Изменения коснулись как состава теста, так и способов замеса, формования и выпечки полуфабрикатов.

Песочный тесто – это рассыпчатый полуфабрикат с большим содержанием жира, яиц и сахара. Его готовят путем замеса теста с последующей выпечкой отформованных заготовок. [1]

Виды песочного полуфабриката

Песочное тесто Бризе – содержит большое количество масла, оно более ломкое и хрупкое. Приготовить такое тесто можно двумя способами: с холодным маслом (рубят вместе с мукой) или со слегка размягченным маслом (масло разминают пальцами, а затем смешивают с мукой).

Песочное тесто Сюкре – сладкое тесто, похожее на Бризе, но с высоким содержанием сахара. Высокое содержание сахара служит смягчителем, поэтому это тесто рассыпчатое и с ним труднее работать, чем с тестом бризе. В основном используется для тарталеток и прифуров.

Песочное тесто Сабле содержит больше жира, чем сюкре и меньше яиц и других жидкостей. Классическое песочное тесто очень нежное, ломкое и рассыпчатое. Чаще всего его используют для приготовления печенья и маленьких тарталеток.

Штрейзель – характерная крошка, которой посыпают выпечку. Состав: масло, сахар и мука в пропорции 1 : 1 : 2.

Классический бисквит состоит из: яиц, муки и сахара в пропорции 2:1:1. Этот бисквит достаточно высокий, воздушный, но минус состоит в том, что он немного суховат и его нужно пропитывать, так же он достаточно рассыпчатый при разрезании.

Дакуаз – бисквитное тесто на основе белков, сахара, с добавлением пшенично-миндальной муки. Этот бисквит напоминает миндальное печенье Хорошо подходит для приготовления муссовых тортов и пирожных.

Женуаз – вид бисквитного теста, в его состав входят: яйца, сахар, мука и растопленное сливочное масло. Этот бисквит часто готовят на водяной бане: яйца с сахаром соединяют, ставят на водяную баню, доводят до 40°C. После теплую яичную массу взбивают. Бисквит более влажный за счет сливочного масла, прочный, менее рассыпчатый.

Джоконда – бисквит отличается повышенным содержанием яичного белка и миндальной муки. Этот бисквит получается воздушным, мягким и с ореховым ароматом и вкусом. Так же применяют в приготовлении муссовых тортов.

Пан де же – бисквит готовится на основе марципана. Бисквит получается суховат, но очень пряный и ореховый привкус. Чаще всего используется для приготовления в муссовых тортах.

Шифоновый бисквит – бисквитное тесто в приготовление, которого помимо основных ингредиентов входит растительное масло и жидкость (кипяток, горячее молоко) [1]. По весу этот бисквит тяжелый в отличии от классического или женуас. Достаточно влажный, упругий, не требует пропитки.

Брауни – влажный, нежный шоколадный бисквит с тонкой корочкой с минимальным содержанием пшеничной муки. Основной ингредиент – темный шоколад. [1]

Шу с кракелином – полуфабрикаты в виде шариков из заварного теста с хрустящей корочкой из песочного теста на поверхности. Суть приготовления заключается в том, что на поверхность нанесенного полуфабриката заварного теста выкладывают кружочки,

вырезанные из тонко раскатанного песочного теста. В процессе выпечки кракелин превращается в хрустящую корочку.

Французская меренга – белки, взбитые с сахаром. Это самый популярный и простой способ приготовления меренги. Поскольку белки не подвергаются термической обработке, эта меренга требует выпечки. Чаще всего его используют для приготовления безе [1].

Шведская меренга. Сахар сразу добавляют к белкам и нагревают на водяной бане до 50–75 °С, после чего взбивают. Как правило, его используют как для безе, так и для кремов, так как яичный белок в нем уже подвергается термической обработке на водяной бане, в отличие от французской.

Для сборки и оформления кондитерских изделий применяют следующие виды кремов: сливочные, белковые, заварные [2].

В настоящее время ассортимент кремов для приготовления кондитерских изделий значительно расширился. Ассортимент кремов представлен в таблице.

Ассортимент крема

Название	Характеристика
Белковый	Легкий, пышный и поэтому применяются только для отделки и наполнения изделий
Сливочный	Используют для украшения изделия, склеивания и смазывания пластов, наполнения полостей выпеченных полуфабрикатов. в состав входит, сливочное масло, сахарная пудра, сгущенное молоко
Англиз	Базовый заварной крем. Молоко и сливки прогревают до 70°С. Часть смеси из молока и сливок вводят тонкой струйкой в желток с сахаром. После чего яично-молочную смесь при постоянном помешивании вводят тонкой струйкой обратно в молоко со сливками. Постоянно помешивая проваривают, до 80 °С. Готовый крем остужают. Достаточно жидкий. Используется как самостоятельный десерт или соус
Патисьер	Классический французский заварной крем. Крем англиз + кукурузный крахмал (и сливочное масло). Может стать основой муссов, выпеченных десертов, крема для бисквитных тортов
Шантильи	Взбитые сливки с сахаром или сахарной пудрой, ароматизированные ванилью
Дипломат	Крем патисьер + шантильи. Достаточно стабильный, плотный, но при этом нежный и мягкий
Шибуст	Заварной крем патисьер загущают желатином и соединяют с итальянской меренгой
Курд	Заварной крем на фруктовом соке. Для его приготовления используют фруктовый сок, сахар, масло и яйца. Используют в качестве прослойки в тортах и пирожных, начинки для тарталеток, макарон и т. п.
Чиз	Творожный сыр соединяют с сахарной пудрой и сливками 33% жирности, взбивают до пиков. Используется для оформления пирожных, тортов
Ганаш	Крем на основе жирных сливок и шоколада, используют в качестве начинки для различных видов конфет, пирожных, тортов и других десертов

Мусс – это отделочный полуфабрикат, как правило, пышной, воздушной текстуры [3].

Для его приготовления нужно: приготовить желатин (замачивают в холодной кипяченой воде, после набухания распускают на водяной бане). Приготовить сироп, в готовый сироп добавляют желатин, смесь охлаждают до 20 °С и взбивают до увеличения в объёме в 4–5 раз.

К фруктово-ягодным прослойкам изделий относятся кули, конфи и компоте.

Кули – это соус из фруктов с добавлением желатина или любого другого загустителя для создания консистенции, напоминающей джем.

Конфи – это проваренное фруктовое пюре, с добавлением желатина или пектина.

Компоте – это фруктовая или ягодная начинка, в которой фрукты или ягоды используются порезанные кусочками с добавлением сахара и желирующего компонента (желатин, пектин).

Крамбл. Хрустящий слой в муссовом торте, который может быть приготовлен, например, из смеси вафельной крошки, шоколада, пралине и/или молотых орехов.

Нугатин. Разновидность карамели, в которую вмешаны орехи или семечки. Его готовят из мелких семечек или дробленых орехов, с добавлением масла или жирных сливок.

Гляссаж или зеркальная глазурь – гляцевая глазурь, которая служит для покрытия торта. Глазурь состоит из – молока сгущенного, сливок, глюкозного сиропа, шоколада и желатина. В глазурь можно добавлять водорастворимые и жирорастворимые красители.

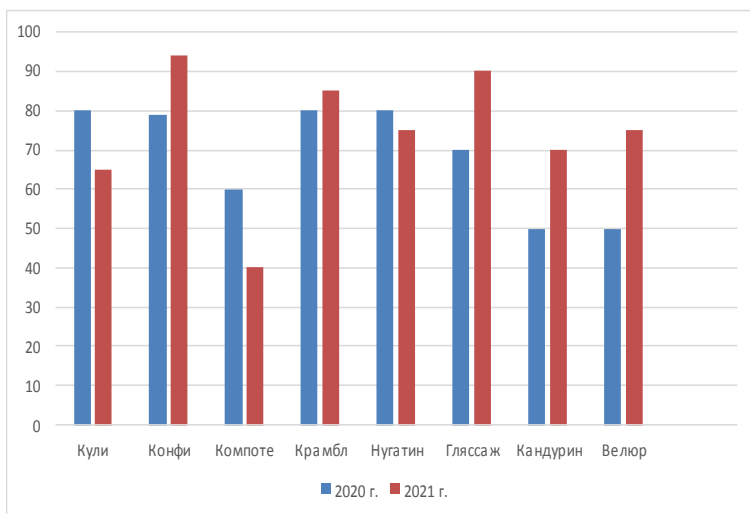
Очень эффектно смотрится торт, украшенный кандурином. Кандурин – это биологическое соединение, которое получают из растительного или геологического сырья. Источником такого красителя является натуральная слюда. Он широко используется для окрашивания кондитерских изделий: мороженого; марципанов; сиропа; печенья; шоколада; леденцов; зефира; элементов украшения для тортов.

С его помощью поверхность окрашиваемых продуктов приобретает бронзовый, золотистый, серебристый и другие блестящие цвета. Его можно вводить непосредственно в массу продукта. Он хорошо проявляет свои свойства в прозрачных десертах: желе, желатиновых капсулах, жевательном мармеладе.

Когда речь заходит об уникальном покрытии торта, многим кондитерам на ум приходит шоколадный велюр – покрытие напоминающее бархат. Кондитерский велюр состоит из шоколада (тёмный, белый), а также здесь присутствует какао-масло. Шоко-

ладный велюр очень капризен в приготовлении, но несмотря на это кондитера индустрии питания очень любят его использовать.

В настоящее время использование большинства современных методов отделки для изготовления кондитерских изделий возросло (рисунок).



Использование современных методов отделки для изготовления кондитерских изделий

Таким образом можно сказать, что использование современных отделочных полуфабрикатов повышает спрос у потребителей. За счет чего увеличивается производство и реализация новых видов кондитерских изделий.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бурчакова, И.Ю.* Организация процесса приготовления и приготовление сложных хлебобулочных, мучных кондитерских изделий: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / И. Ю. Бурлакова, С. В. Ермилова. М.: Издательский центр «Академия», 2014. 384 с.
2. *Бутейкис, Н.Г.* Технология приготовления мучных кондитерских изделий: учебник. М.: ИЦ «Академия», 2014. 336 с.
3. *Корячкина, С.Я.* Технология мучных кондитерских изделий: учебник / Т.В. Матвеева. СПб.: «Троицкий мост», 2011. 408 с.

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Евгений Владимирович Кушнир, магистрант

Рашад Гулу оглы Асадов, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st804180@ruc.su; asadov.r.g@mail.ru

FEATURES OF CHOOSING INNOVATIVE STRATEGY OF AN ENTERPRISE

Evgeny Vladimirovich Kushnir, Master's Degree student

Rashad Gulu oglu Asadov, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье рассматривается инновационная стратегия как средство достижения целей предприятием, путем внедрения новаторских решений в производство товаров, услуг или работы. Выбор инновационной стратегии открывает перед предприятием пути развития в сторону усовершенствования производства наиболее эффективными методами, актуальными современным реалиям. Инновационная стратегия позволяет предприятию отвечать запросам потребителя, условиям рынка и внешним факторам, а также вести честную конкурентную борьбу в сфере своих услуг. В статье излагаются цели инновационной стратегии для предприятия и пути его развития, исходя из поставленной цели.

К л ю ч е в ы е с л о в а: инновационная стратегия, инновационная деятельность, инновации, планирование, анализ.

This article examines an innovation strategy as a means of achieving goals by an enterprise by introducing innovative solutions in the production of goods, services or work. The choice of an innovative strategy opens up ways of development for the enterprise towards improving production using the most effective methods that are relevant to modern realities. An innovative strategy allows the company to meet consumer needs, market conditions and external factors, as well as to compete fairly in the field of its services. The article sets out the goals of the innovation strategy for the enterprise and the ways of its development, based on the set goal.

К e y w o r d s: innovation strategy, innovation activity, innovation, planning, analysis.

В условиях когда российские предприятия все чаще реализуют долгосрочные инновационные проекты перед ними встает проблема выбора и реализации инновационной стратегии. Это широкое понятие, которое включает в себя стабильность ведения каждодневных производственных процессов, соотношение стратегиче-

ских и финансовых решений, а также научно-технические и маркетинговые вопросы.

Разработка и внедрение инновационной стратегии означает наличие определенной цели, средств к осуществлению этой цели, финансовых источников, а также фирменные и проектные условия корпоративного управления. Для достижения поставленной цели, требуется умение прогнозировать и сопротивляться рискам, так как применение инновационной тактики увеличивает вероятность риска в конечном результате [1].

Абсолютно любой проект инновационного характера ставит перед собой цель удовлетворение потребностей потребителя в конкретном виде продукции или услуг путем внедрения новаторских решений разного рода. Наиболее благоприятный метод разработки проекта заключается в поиске и нахождении необходимых ресурсов, их целесообразном и рациональном использовании.

Главенствующее положение в инновационном менеджменте занимает разработка готовых стратегий инновации и ряда мер для ее реализации. Разработка и реализация инновационных видов продуктов, услуг и работ, становится самым важным направлением стратегии предприятия, так как предопределяет все остальные направления его развития.

Разработка и реализация инновационной стратегии в менеджменте включает в себя обширный перечень критериев, вот некоторые из них по нашему мнению: создание необходимого плана и ряда мероприятий инновационной деятельности, наблюдение за ходом разработки новых продуктов, услуг и работ, а также последующее внедрение в деятельность организации, обеспечение денежными средствами и ресурсами иного рода программ новаторской деятельности, создание краткосрочных групп, целью которых служит скрупулезное решение возникающих проблем.

Правильный выбор инновационной стратегии сулит вероятность успеха предприятия в данной деятельности.

В современных условиях развития экономики можно выделить следующие виды стратегий, применимых к инновационной деятельности.

Наступательной стратегии присущ довольно высокий риск, но и высокая окупаемость в случае успешного применения разработанного новшества на рынке. Но для реализации данной стратегии крайне необходим высококвалифицированный персонал, способный увидеть на рынке новые перспективы и своевременно внедрить их в производство. Чтобы осуществить данную стратегию новаторской деятельности, необходимо ориентироваться на проведенные исследование в соотношении с применением новых технологических средств производства. К данной стратегии прибегают

лидеры рынка, занимающие главенствующие позиции и конкурентные преимущества [2].

Оборонительная стратегия базируется на качественном и своевременном внедрении в производство инновационных средств в случае действий конкурентов. Риск невысок. Данная стратегия используется предприятиями, занимающими достаточно устойчивую позицию на рынке в своей отрасли, приоритет которых – маркетинг и реклама. Данные предприятия ориентируются на улучшение и совершенствование уже готовых процессов и продуктов.

Стратегия поглощения основана на использовании самых передовых результатов инновационной деятельности, которые были получены другими предприятиями в ходе их деятельности на данном поприще, так как даже самые крупные компании-лидеры не способны пользоваться только результатами собственных исследований и разработок.

Промежуточная стратегия реализуется в сфере поиска незанятых ниш. Реализуется на намеренном избегании прямой конкуренции с другими предприятиями вне зависимости от их стратегии инновационной деятельности, тщательно анализируя слабые стороны конкурентов, учитывая свои собственные сильные и слабые стороны. Присуща мелкому, но инновационному и быстро растущему бизнесу.

Стратегия по созданию собственного рынка радикальных инноваций используется для достижения крайне большой прибыли, обходя стороной все возможные риски. Минусом данной стратегии является редкая возможность ее использования в связи с быстрой сменой «настроений» рынка.

Стратегия по привлечению специалистов может позволить предприятию приобрести уже готовый, наработанный опыт и знания, и даже ноу-хау, прибегая к минимальным затратам. Из соображений этики предприятия предпочитают обращаться за помощью к специальным агентам, а не переманивать специалистов из конкурентных предприятий своих отраслей [3].

Стратегия по приобретению компаний часто используется крупными компаниями, располагающими необходимыми средствами в отношении куда более мелких фирм, разрабатывающих перспективный продукт на начальном этапе. Позволяет заработать в долгосрочной перспективе и окупиться, несмотря на затраченные средства.

Однако предприятие, не способное прогнозировать неминуемые сложности в связи с внедрением инноваций рискует оказаться в кризисе, потому выбор правильной стратегии в контексте данной организации – приоритетная составляющая на пути к созданию инновационных новшеств.

В условиях переменчивой рыночной экономики руководство обязано, имея уже хороший продукт, предвидеть потенциал новых технологий для дальнейшего их внедрения в свое собственное производство, чтобы не только не отставать, но и превосходить своих конкурентов. Для достижения этих целей предприятия активно используют процесс стратегического планирования [4].

Стратегическое планирование преследует две основные цели:

– эффективное распределение и использование минимального, но достаточного количества разного рода ресурсов. Данное мероприятие можно назвать «внутренней стратегией». Данная цель заключается в минимизации затрачиваемых ресурсов, приобретение предприятий и фирм в совершенно новых для себя отраслях, а также выход из уже нежелательных и не продуктивных отраслей;

– адаптация к внешним факторам и среде, в ходе которой перед руководством фирмы ставится цель по обеспечению наиболее подходящего способа подстроиться под изменчивые внешние факторы.

Инновационно-стратегическое планирование полагается на проведении многих мероприятий, таких как сбор и анализ данных, что позволяет иметь стабильный контроль над рынком и соответствие его «правилам». При этом следует учитывать, что в современном мире обстановка стремительно изменяется. Поэтому инновационные стратегии разрабатываются с возможностью замены в случае непредвиденных обстоятельств, в силу которых необходима резкая смена стратегии.

Создание и разработка инновационной стратегии предприятия всегда начинается с формулировки главной цели, преследуемой организацией, которая должна быть прозрачна. Постановка цели играет важную роль в соотношении предприятия с внешней средой, рынком и, главное, потребителем.

Выбирая долгосрочную инновационную цель, предприятие учитывает, кто является потребителем ее новой продукции, и какие новые потребности клиентов оно может удовлетворить.

Стратегическое планирование инноваций основывается на скрупулезном анализе как внешней, так и внутренней среды предприятия, процессах изменений внешней среды, оказывающих воздействие на настроение внутри предприятия.

Главными критериями, воздействующими на предприятие могут являться экономика, политическое устройство государства и процессы, протекающие в ее системе, технологии, рыночные настроения и здоровая конкуренция. Самое большое воздействие оказывает конкуренция, ввиду этого имеется постоянная нужда в выявлении главных конкурентов данного предприятия и выяснение их позиций на рынке, такие как доля, объем производства и продаж, сильные и слабые стороны. Тщательное изучение сильных

и слабых сторон конкурентов и сравнение их результатов с собственными показателями позволят лучше продумать стратегию конкурентной борьбы.

Весомым фактором внешней среды, напрямую влияющий на предприятие является социально-поведенческий и экологический факторы, так как предприятию необходимо всерьез учитывать изменения в столь неочевидных сферах жизни общества, как демография, уровень и доступность образования, его качество и актуальный перечень специальностей.

Тщательный анализ внутренней среды предприятия проводится для выявления своих сильных сторон, которыми предприятие обязано нивелировать все слабые стороны, для поддержания необходимого уровня производства товаров, работ и услуг, занятия устойчивых позиций на рынке и конкурентной способности в сравнении с другими предприятиями и фирмами в своей сфере и даже за ее пределами.

Таким образом, стратегия инновационной деятельности, ее выбор и реализация является ключевой точкой опоры абсолютно всей деятельности предприятия, а также корнем всевозможных теоретических и практических измерений уровня исследований способностей предприятия по самым ключевым критериям, таким как объем производства, позиции на рынке, чистая прибыль, новаторство, пользу обществу, способность удовлетворить потребности своих клиентов и многие другие.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Копылова Е.В.,* Имяреков С.М.. Методы оценки рисков и их система управления / Копылова Е.В., Имяреков С.М./ Управление, образование, экономика: вызовы и перспективы: сборник научных трудов по материалам II Всероссийской научно-практической конференции (29 апреля 2021 года) / редколлегия: Н.Р. Куркина (отв. ред.), О. А. Семенова, Л. В. Стародубцева ; Мордовский государственный педагогический университет. – Саранск : РИЦ МГПУ, 2021. С. 10.
2. *Копылова, Е.В.* Креативный менеджмент как фактор конкурентоспособности Проблемы развития социально-экономических систем: Материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 20 нояб. 2019 г.) / [редкол.: Р.Р. Хайров (отв. ред.) и др.] ; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Принт-Издат, 2019. С. 301–304.
3. *Солдаткина, С.М.* Карьерные стратегии: работа в большой, или маленькой организации? // Проблемы развития социально-экономических систем: Материалы Национальной научно-практической конференции (Саранск, 20 ноября 2019 г.) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : Принт-Издат, 2019. С. 335–340.
4. *Зотова, Е.В.* Методические подходы к совершенствованию системы стратегического планирования на предприятии // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2019. № 5. С. 110–115.

УДК 664.38

**РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ФЕРМЕНТИРОВАННЫХ
ПРОДУКТОВ В ОЗДОРОВЛЕНИИ
СТРУКТУРЫ ПИТАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ**

Валентина Константиновна Лепкина, кандидат философских наук, доцент

Татьяна Ивановна Сульдина, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: kliring2007@yandex.ru; tatiana.suldina@mail.ru

**THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF FERMENTED
FOODS IN IMPROVING THE NUTRITIONAL
STRUCTURE OF THE POPULATION**

Valentina Konstantinovna Lepkina, PhD (Philosophy), Associate Professor

Tatiana Ivanovna Suldina, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье рассмотрен ряд факторов, оказывающих негативное влияние на признаки здоровья населения. Показано, что рационально сбалансированный режим питания, учитывающий наряду с полноценностью состава белков, жиров, достаточностью калорийного состава, присутствие водо- и жирорастворимых витаминов, необходимых микроэлементов, эссенциальных пищевых нутриентов, оказывает по отношению к функциональным системам организма человека наиболее благоприятный эффект. Эффективность безмедикаментозного подхода проявляется в снижении уровня заболеваний, наиболее гармоничном обмене веществ в организме человека, нормализации развития жизненно важных функций в организме человека. В связи с этим потребление блюд и кулинарных изделий на основе ферментированных продуктов является актуальной проблемой.

К л ю ч е в ы е с л о в а: социальное развитие, здоровое питание, ферментированные продукты, биохимический процесс, немедикаментозный подход.

The article considers a number of factors that have a negative impact on the signs of public health. It is shown that an effective non-drug approach to ensuring normal growth, harmonious development of the body, and prevention of various diseases is a balanced diet, which provides not only high-grade protein, fat, and sufficient energy, but also vitamins, trace elements, and other essential nutrients in an amount that has a favorable effect on the functional systems of the human body. In this regard, the consumption of dishes and culinary products based on fermented products is an urgent problem.

К е у о р д s: social development, healthy diet, fermented foods, biochemical process, non-drug approach.

Функциональные пищевые натуральные продукты с заданными показателями модифицированного состава, биологически активные добавки, позволяющие в значительной степени улучшить структуру питания, составляют современную формулу питания XXI века.

Ферментированные продукты за счет обеспечения безвредного для здоровья человека воздействия относятся к высокопитательным продуктам продолжительного времени хранения с особенными органолептическими свойствами и физико-химическими показателями, тем самым выполняя в питании важную роль.

На повышение качественных показателей жизни населения путем оздоровления режима питания направлена цель научно-теоретических разработок и практических исследований в области изучения перспективных направлений по приготовлению блюд и кулинарных изделий из различных ферментированных продуктов.

Ферментация – это процесс, в котором исходные ингредиенты преобразовываются в продукт питания с использованием деятельности микроорганизмов. То есть, синонимами здесь можно назвать выращивание и культивирование микроорганизмов. Ферменты – это продукты жизнедеятельности микроорганизмов.

Процесс ферментации, направленный на сохранение растительного сырья, используется достаточно давно, с древних времен.

Брожение продуктов растительного происхождения осуществляется за счет сложных процессов микробиологического, биохимического, ферментативного, химического и физического характера.

Следует отметить, что при систематическом употреблении в пищу растительных продуктов, прошедших процесс ферментации, за счет присутствия в них молочнокислых бактерий и компонентов, имеющих легко усвояемую форму, в значительной степени снижается артериальное давление, укрепляются защитные функции по сопротивляемости организма человека к вирусным инфекционным заболеваниям, восстанавливаются функции пищеварительной системы, снижается уровень свободных радикалов, снижается риск возникновения сердечно-сосудистых заболеваний.

Оздоровительный эффект от присутствия в рационе питания ферментированных продуктов проявляется в стимулировании моторно-эвакуаторной деятельности кишечника, в оптимизации активности поджелудочной железы, в формировании короткоцепочных жирных кислот, позволяющих в печени подавить процесс глюконеогенеза [1].

В процессе ферментации разрушается большое количество фитиновой кислоты, лектинов, зобогенных веществ, присутствующих в продуктах.

Фитиновая кислота – это антинутриент. Она замедляет всасы-

вание или вообще не дает усвоиться некоторым витаминам или микроэлементам. А находится она во всех крупах, орехах, семенах и семечках.

Лектины присутствуют в огромном количестве продуктов. Лектины могут быть фактором, который дает аллергию, аутоиммунные заболевания и прочее. Источники – пасленовые, бобовые, все продукты, содержащие глютен, крестоцветные.

Зобогенные вещества, как правило – это бобовые, соя, крестоцветные, вредны людям, имеющим проблемы с щитовидной железой.

Огромное количество иммунных клеток находится в кишечнике, а это значит, что именно питанием можно помочь себе и своему иммунитету быть здоровыми и не болеть. Если в кишечнике мало полезных микроорганизмов, то постепенно их количество будет увеличиваться при благоприятных условиях. Лактобактерии ферментируемых продуктов хорошо развиваются на клетчатке растений, являющихся для них пребиотиками - отрубях, бобовых, соевых продуктах, капусте, редьке, репе, редиске, луке, свекле, моркови, топинамбуре, мангольде и на продуктах животного происхождения, содержащих гликоген, лактозу.

В целях повышения надежности результатов брожения и обеспечения устойчивости ферментационной активности используются специальные заквасочные культуры, обогащенные бактериями, обладающими заданными физико-химическими свойствами, способными проявлять доминирование по отношению к нативным молочнокислым бактериям.

Снижение вероятности заражения готовой ферментированной продукции бактериофагами [1], напрямую влияющего на качество готовой продукции, обеспечивается за счет использования заквасочных культур смешанного типа.

В то же время, выделение широкого диапазона молочнокислых бактерий, продуктом деятельности которых выступают бактериоцины, из ферментированных естественным образом продуктов растительного происхождения, указывает на то, что белки противомикробного характера выполняет положительную роль при традиционной ферментации.

Роль и взаимодействие культур бактериоцин-продуцирующих штаммов в природных экосистемах до сих пор до конца не ясны, хотя продуцирующие бактериоцин-заквасочные культуры, способные к росту в овощных рассолах, могут иметь конкурентное преимущество, что может использоваться в разработке коммерческих заквасочных культур для использования в инновационных технологиях для приготовления блюд и кулинарных изделий с использованием ферментированной продукции.

В пищевой промышленности в процессе ферментации плодо-

овощных продуктов при приготовлении блюд и кулинарных изделий растительного происхождения функциональной направленности используются штаммы молочнокислых микроорганизмов и культура на основе *L. plantarum*, *L. mesenteroides* [1], являющаяся при заквашивании томатов, огурцов, капусты одной из основных.

Питательная среда и наличие витаминов и аминокислот создают оптимальную среду для нормальной жизнедеятельности молочнокислых бактерий.

При контактировании плодов и овощей с раствором соли соответствующей процессу ферментации в них начинается процесс брожения.

В технологиях предприятий пищевой промышленности и общественного питания ферментирование основывается исключительно на процессе жизнедеятельности природных микроорганизмов и физико-химических условиях среды, таких как концентрация соли, pH и температура рассола, что исключает необходимость использования заквасочных культур [1].

Ферментация сырья животного происхождения – это процесс подготовки сырья, во время которого оно природным путем изменяет такие структурно-механические свойства как прочность, вкусовые качества, способность удерживать влагу и т.д. Наиболее часто в инновационных технологиях приготовления блюд и кулинарных изделий на основе ферментированных продуктов животного происхождения ферментативным изменениям подвергается говядина, которая используется для приготовления стейков, ростбифов и т. д. Ферментация происходит за счет протеолитических ферментов, содержащихся в мясе.

Использование в инновационных технологиях приготовления блюд и кулинарных изделиях пищевых продуктов, содержащих молочнокислые бактерии, обуславливает ряд потенциально полезных для здоровья эффектов. К числу инновационных технологий можно отнести использование в блюдах и кулинарных изделиях топинамбура.

Ферментированный продукт отличается высоким содержанием инулина – сложного сахаристого вещества, напоминающего крахмал, но отличающегося от него тем, что состоит только из соединённых между собой молекул сахара фруктозы. Последняя в отличие от глюкозы не противопоказана при диабете, более того, ферментированный топинамбур при постоянном применении стойко снижает уровень сахара в крови.

Благодаря введению в рецептуры холодных блюд и закусок ферментированного топинамбура связываются большое количество вредных веществ, тяжёлые металлы, радионуклиды, холестерин, жирные кислоты, токсичные химические соединения, понав-

шие в организм с пищей или образовавшиеся в процессе жизнедеятельности болезнетворных микробов, живущих в кишечнике [1].

С целью создания инновационной специализированной пищевой продукции на основе ферментированных продуктов с заданными свойствами применяются биотехнологические приемы переработки исходного сырья, приводящие к изменению содержания или соотношения отдельных веществ относительно естественного их содержания в такой пищевой продукции или в включению в состав не присутствующих изначально веществ или компонентов (микроэлементы, витамины, полиненасыщенные жирные кислоты и др.).

Примером является технология эмульсионной и гелеобразной пищевой продукции, изготовленной с использованием ферментированных продуктов, которая эффективно применяется в комплексном лечении гастроэнтерологических заболеваний, а также в качестве иммуномодулирующего комплекса [2].

Нельзя не отметить, что перед предприятиями индустрии питания поставлена весьма актуальная задача по достижению баланса между вкусовыми характеристиками и стоимостью вырабатываемой пищевой продукции.

Это обстоятельство, в свою очередь, подстегнуло проведение научных разработок в направлении увеличения выхода продукции, сохранения органолептических характеристик.

Одними из основных путей ее решения является применение экстрактов, применение малоценного основного мясного и рыбного сырья, высокобелковых ферментированных продуктов переработки бобовых, преимущественно сои (изоляты, концентраты, гидролизаты). При внесении в рыбные и мясные изделия ферментированных продуктов переработки сои их химический состав пополняется лактобактериями, пищевыми волокнами, минеральными веществами, витаминами, а так же это приводит к улучшению органолептических показателей.

Таким образом, для реализации положений концепции здорового питания, направленной на то, чтобы укрепить и сохранить здоровье населения, для снижения вероятности развития соматических заболеваний необходимо включать в режим питания не только безопасную пищевую продукцию, но самое главное, с заданными органолептическими и физико-химическими, микробиологическими показателями, тождественную поставленной цели. Этой задаче в полной мере отвечает ферментированная продукция растительного и животного происхождения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Посокина, Н.Е.* Научно-обоснованные подходы к процессу ферментации овощей и преимущества использования бактериальных заквасочных культур /

Н.Е. Посокина и др. // Овощи России. 2018. № 4. URL : <https://readera.org/nauchno-obosnovannye-podhody-k-processu-fermentacii-ovoshhej-i-preimushhestva-140238380>.

2. Лепкина, В.К. К вопросу актуальности совершенствования технологических процессов и аппаратов пищевых производств // В.К.Лепкина, А.В. Савлук // Актуальные проблемы социально – экономического развития общества: материалы Национ. науч.-практ. конф. научно-педагогических работников (21 ноября 2018 г., г. Саранск). Саранск : АНО СНОЛД «Партнер», 2019. С.404–408.

УДК 664

ВЕГЕТАРИАНСТВО – КАК ОБРАЗ ЖИЗНИ

Людмила Алексеевна Макушкина, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: l.mackushckina@yandex.ru

VEGETARIANISM AS A WAY OF LIVING

Ludmila Alekseevna Makushkina, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Актуальность исследования изучаемой проблемы исходит из роста приверженцев вегетарианского рациона питания и отсутствия отдельных вегетарианских карт в республиканских точках общественного питания, введение которых позволит привлечь клиентуру заведений, в лице вегетарианцев и людей, придерживающихся здорового образа жизни.

К л ю ч е в ы е с л о в а: вегетарианство, вегетарианское питание, биологически-активные вещества, микроэлементы, растительные волокна, точки общественного питания.

The relevance of the study of the problem under study comes from the growth of adherents of a vegetarian diet and the absence of separate vegetarian cards in republican catering points, the introduction of which will attract the clientele of establishments, represented by vegetarians and adherents of a healthy lifestyle.

К e y w o r d s: vegetarianism, vegetarian nutrition, biologically active substances, trace elements, vegetable fibers, catering points.

Вегетарианство (от латинского *vegetarius* – растительный) – система питания, основанная на употреблении растительной или молочно-растительной пищи, полностью или частично отрицающая использование животной пищи в рационе, прежде всего мяса.

Говоря про вегетарианство, мы подразумеваем философское

учение о гармоничном с нравственной точки зрения образе жизни, а не просто о фруктово-овощной диете [1, с. 5].

Суть вегетарианства – употребление в пищу продуктов, получаемых без убийства. Девиз вегетарианства – «живи сам и позволяй жить другим». Приверженцы вегетарианской системы питания убеждены, что употребление растительной пищи благотворно сказывается на здоровье человека, являясь естественным подспорьем в любом рационе.

Для понимания сущности и значения «веганства» (вегетарианского питания), как субкультуры следует обратиться к истории её возникновения. Вегетарианство, как практика питания и образ жизни насчитывают полуторавековую историю в России.

В середине XIX века в Великобритании в христианских сообществах, придерживающихся умеренного образа жизни, было основано первое Общество вегетарианцев Объединённого королевства [1, с. 7].

Эта тенденция была реакцией аристократии и мелкой буржуазии на промышленный переворот и, как следствие, ухудшение экономического положения народа. «Растительная мода» быстро прошла по Европе, а в 1860-х дошла и до нашей страны. Именно в эти годы в Петербурге зародилось вегетарианское общество («Ни рыба, ни мясо»). А в конце XIX – начале XX века в крупных российских городах стали возникать местные вегетарианские общества и открываться столовые, основанные на вегетарианском питании. Официально Вегетарианское общество России возникло в 1992 г., вместе с Медицинским научно-практическим центром и Центром этичного отношения к животным. Учёные настаивали на «оздоровительном эффекте» отказа от мясной продукции и гуманном отношении к животным.

Вегетарианская диета нередко осмеивалась, как «мода богатых» или чудачество. Но у неё оказалось много последователей в лице известных философов, учёных, писателей, историков, как Платон, Сократ, Пифагор, Леонардо да Винчи, Исаак Ньютон, Гете, Вольтер, Платон, Ганди, Бернард Шоу и Лев Николаевич Толстой [1, с. 10].

«Вегетарианств» много. Толкование основного принципа вегетарианства привело к возникновению трёх основных систем вегетарианского питания:

– строгое вегетарианство (или веганство) – тип вегетарианского питания, основанный на употреблении исключительно растительной пищи, отказываясь от животной пищи и морепродуктов;

– лактовегетарианство – тип вегетарианского питания, основанный на употреблении растительной пищи совместно с молочной продукцией;

– оволактовегетарианство – тип вегетарианского питания, основанный на употреблении растительной пищи совместно с молоком, молочной продукцией и яйцами.

Веганы (строгие вегетарианцы) в свою очередь включают в себя представителей крайнего вегетарианства – сыроедов или натуристов, отвергающих обработку пищи под воздействием высокой температуры. Считается, что в её ходе теряются все питательные качества продуктов [1, с. 15–16].

Базовым правилом для приверженцев вегетарианской системы питания является отказ от алкогольной продукции, курения и употребления наркотических веществ. Это порочит звание вегетарианца и саму суть движения.

Что же побуждает людей переходить на «нетрадиционный тип питания»:

– потребность в похудании. Полагается, что основная проблема переедания и избытка калорий в не оправданном разнообразии пищи и гонке населения за усиленным вкусовым эффектом;

– потребность улучшить здоровье. Переход на вегетарианское питание способен нормализовать обменные процессы и активизировать жизненные силы организма, за счёт снижения употребления жирной пищи и количества соли в рационе. Первоочерёдно, польза перехода для людей, страдающих заболеваниями желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистыми и онкологическими заболеваниями;

– дань долголетию. Замедление процессов старения благодаря вегетарианскому рациону богатому биологически-активными веществами;

– нравственно-этические проблемы. Приверженность «безубойного» принципа питания;

– психологические убеждения. Отказ от мяса, как причины перегруженности жирами и усиления процессов гниения в толстой кишке;

– религиозные убеждения. В первую очередь это относится к жителям Индии, последующим буддизму, джайнизму и индуизму, где пропагандируется непричинение вреда живым существам;

– забота об экологии. Животноводческая промышленность негативно сказывается на качестве воды, почвы и воздуха;

– экономическая нестабильность. Вегетарианство помогает в сохранении ресурсов Земли и борьбе с мировым голодом.

Для поддержания нормального состояния здоровья человеку необходимо около 40 видов питательных веществ: белки, жиры, углеводы, витамины, минеральные соли и биологически активные вещества. Вегетарианские продукты ежедневного питания, обеспечивающие организм «строительным материалом» представлены в табл. 1 [1, с. 25].

Вегетарианские продукты ежедневного употребления

Группа продуктов	Содержание питательных веществ	Основные функции
Овощи и фрукты	Углеводы, микроэлементы, витамины, глюкоза, фруктоза	Обеспечение клетчаткой и энергией
Фасоль, горох, соя, чечевица, орехи, грибы	Растительные белки, жиры, микроэлементы	Обеспечение биологически активными веществами
Растительные масла	Ненасыщенные жирные кислоты, фосфатиды, витамин Е	Профилактика прогрессирования атеросклероза
Хлеб и крупы	Углеводы, микроэлементы, витамины группы В, пищевые волокна	Обеспечение энергией, оздоровление нервной системы
Молоко и молочные продукты	Кальций, витамины, полноценный белок	Рост костей, зубов, работа мышц, нервной системы
Яйца	Белки, жиры, микроэлементы, витамины	Обновление кожи, костей, крови, мышц, волос

Статистических данных и данных социологических исследований о количестве людей, придерживающихся вегетарианского типа питания, в России не так много (они нерегулярны). По данным сетевого издания DailyStorm и Исследовательского центра портала SuperJob от 2 ноября 2021 года только 3% россиян считают себя вегетарианцами. В опросе приняли участие 2500 респондентов старше 18 лет по всей России. Процент убеждённых вегетарианцев по миру составляет 15%.

Процент респондентов, положительно относящихся к вегетарианской системе питания – 57%; процент респондентов, полностью исключивших из своего рациона мясные и рыбные продукты – 3%; процент респондентов, не придерживающихся растительной диеты, но одобряющих вегетарианскую систему питания – 53%; процент респондентов отрицательно относящихся к вегетарианству и считающих такую систему питания вредной для здоровья – 24%. Аналитика вегетарианской системы питания в России приведена на диаграмме (рисунок) [3].

По результатам сентябрьского исследования 2021 г. проекта «Едим лучше» и НАФИ за последние полтора года россияне стали употреблять в пищу растительные продукты (или же заменители мяса и молока) в 3 раза чаще. Доля потребителей, предпочитающих альтернативу мясу, выросла с 10% до 34%; доля потребителей, предпочитающих альтернативу молочной продукции, выросла с 9% до 31% [3]. Тренд на «здоровое питание» задаёт молодёжь и люди с высоким достатком. Стоит отметить, что «мода» на отказ

от мяса также зависит от региона. В основном, сторонники растительной диеты жители крупных российских городов.



Аналитика вегетарианской системы питания в России

Чтобы целиком представлять картину вегетарианского образа жизни, приведём плюсы и минусы приверженности данному образу жизни в табл. 2 [1, с. 32].

Таблица 2

Плюсы и минусы вегетарианской диеты

«+»	«-»
Присутствие большого количество растительных волокон в рационе, способствующих выведению токсинов из организма	Недостаток ряда аминокислот, необходимых для роста и развития детей
Овощи и фрукты – источники калия, магния и щелочных эквивалентов, благотворно влияющих на здоровье	Отсутствие в рационе витамина В12 (для процесса кроветворения), витамина D
Овощи и фрукты – источники витаминов (Р и С, бета-каротин, фолаты) и противораковых терпеноидов	Отказ от молока и молочных продуктов способствует нехватке витамина В2
Растительные продукты исключают холестерин и снижают его содержание в крови.	При зерновом рационе выявлена нехватка витамина С
Организм менее подвержен заболеваниям сердечно-сосудистой системы, раку и атеросклерозу	

Контраргумент на вегетарианское питание по мнению большинства жителей России – «это дорого». Давайте рассмотрим рас-

чѐт одного из вегетарианских завтраков с приведением цен используемых продуктов и суммированием траты на день/на месяц на двух человек в табл. 3.

Таблица 3

Расчѐт вегетарианского завтрака на двух человек

Продукт	Стоимость	Расход на 2 порции
Кофе	672 р. за кг.	16 гр. на 2 эспрессо, 10,75 р.
Орехи макадами	600 р. за кг.	4 шт., 1,2 р.
Манго	150 р. за шт.	1/10 манго, 15 р.
Овсяное молоко	100 р. за литр	200 мл, 20 р.
Цельнозерновые хлопья	80 р. за пачку в 250 гр.	25 гр., 8 р.
Авокадо	75 р. за шт.	¼ авокадо, 12,5 р.
Пшено	70 р. за пачку в 900 гр.	150 гр., 12 р.
Бананы	56 р. за кг.	1 шт., 7 р.
Цельнозерновые хлебцы	52,5 р. за пачку	1 шт., 5,25 р.
Луковые хлебцы	12 р. за упаковку из 20 шт.	2 шт., 1,2 р.

Итого: 46,5 р. на человека или 93 р. на двух человек в расчѐте на день; 1395 р. на вегетарианский завтрак на одного в расчѐте на месяц

Что включает завтрак:

- рассыпчатая пшѐнная каша на овсяном молоке;
- манго или банан, как добавка к каше;
- луковые хлебца с дольками авокадо;
- цельнозерновые хлебца с джемом;
- цельнозерновые хлопья, залитые овсяным молоком;
- орехи макадами к кофе;
- эспрессо из кофемашины.

Среди точек общественного питания республики Мордовия не представлено заведений, позиционирующих себя полностью вегетарианскими, однако в меню большинства (народный ресторан «Samovar», гриль-бар «Big Pig», ресторан «Doge» и т.д.) можно выделить вегетарианские позиции или же попросить администратора исключить из заказанного блюда не соответствующие вегетарианскому рациону питания продукты.

Если брать в расчѐт мнение владельцев заведений, базирующихся на вегетарианской кухне в России, им гораздо сложнее планировать свой бюджет, чем в заведениях с рыбно-мясным меню. Овощи и фрукты имеют небольшой срок хранения, а ценовая политика на «растительное меню» колеблется в зависимости от времени года. Ещѐ одна проблема вегетарианских заведений – составление меню. Владельцы говорят о трудностях «вкусно и разнообразно подать растительные блюда» по сравнению с приготовлением

ем мясных и рыбных блюд. В таких заведениях зачастую отсутствует алкогольная карта, что говорит об отсутствии самого бара и, как следствие, потери значительного процента прибыли (заведение попросту не окупается, теряя рядового клиента).

Если рассматривать заведения близлежащей Казани, то на запрос о вегетарианском меню интернет-журнал ENTER выдаёт 15 точек общественного питания, среди которых только 2 (кафе «Vegan Day» и кафе «Govindas») специализируются исключительно на вегетарианском меню, остальные заведения предлагают отдельные вегетарианские позиции, не выведенные в отдельное вегетарианское меню [2].

Подведём итоги всему вышесказанному. На сегодняшний день под «растительную моду», как дань здоровому образу жизни и гуманности по отношению к животному миру, попадает большое число людей - вегетарианцев. Введение в республиканские точки общественного питания отдельных вегетарианских карт расширит аудиторию заведений, в лице приверженцев вегетарианского питания и здорового образа жизни, и повысит узнаваемость заведений.

Это позволит жителям республики ознакомиться с новыми позициями меню, удивит рядового посетителя необычными вкусовыми сочетаниями, оказав при этом благотворное влияние на организм (польза биологически активных веществ). Процент клиентов, разделяющих философию здоровой вегетарианской кухни будет расти, активизируя рост «растительной моды» в точках общественного питания и на домашней кухне.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вегетарианская кухня: учеб. Пособие для студ. сред. проф. Образования/В.В.Усов. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 384.
2. Enter [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://entermedia.io/about/>.
3. SuperJob [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://www.kp.ru/online/news/4501520/>.

УДК 658.8

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Людмила Владимировна Марабаева, доктор экономических наук, профессор

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева»

E-mail: l.marabaeva@mail.ru

**DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR PROMOTING
THE COMPANY'S PRODUCTS: THEORETICAL ASPECT**

Lyudmila Vladimirovna Marabaeva, Doctor of Economics, Professor

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
"National Research Mordovian State University
named after N.P. Ogarev"*

Рассматриваются вопросы внедрения новых методов продвижения продуктов с учетом отраслевых особенностей бизнеса компаний.

К л ю ч е в ы е с л о в а: предприятие, рынок, стратегия, продвижение продукции, коммуникации, инструменты маркетинга.

The issues of introducing new methods of product promotion, taking into account the industry specifics of companies' business, are considered.

К e y w o r d s: enterprise, market, strategy, product promotion, communications, marketing tools.

Для того, чтобы предприятие могло удержать постоянных клиентов и привлечь потенциальных покупателей, ему необходимо эффективно реализовывать стратегическое управление по всем направлениям деятельности, изучать предпочтения и потребности покупателей, разрабатывать новые продукты и продвигать их на рынок.

В период пандемии коронавируса COVID-19 перед многими предприятиями остро встали вопросы оптимизации товарного ассортимента, изменения стратегических целей, формата работы в сложившихся социально-экономических условиях, которые заставляют покупателей отдавать предпочтение тем производителям и продуктам, которые становятся наиболее удобными. Переход страны на режим самоизоляции, удаленный режим работы повысил спрос на продукты и решения, отличающиеся удобством и

оперативностью для пользователей, а для производителей усилилась важность достижения бизнес-целей с минимальными затратами в условиях многократного повышения внешних и внутренних рисков. Например, для IT-компаний удобный интерфейс, применение программных продуктов стимулируют разрабатывать и продвигать на рынок продукты, необходимые пользователям для полноценной работы.

Стратегия продвижения продукта в данной ситуации становится ключевым звеном для компаний. Активное применение маркетинговых инструментов является важнейшим условием, позволяющим предприятиям своевременно реагировать на вызовы нарастающей глобальной конкуренции, выбирать соответствующие продукты и доводить их до потребителя, базируясь на информационной, организационной и ресурсной поддержке этих процессов.

Стратегия продвижения продукта требует участия квалифицированного персонала, от опыта и знаний которого напрямую зависит выход на нужный сегмент рынка, и, соответственно, величина дохода, который получит компания в дальнейшем.

Это предопределяет актуальность и необходимость более широкого и профессионального использования маркетинговых инструментов в процессах разработки и реализации стратегии продвижения продукции.

Продвижение продукции представляет собой сложную категорию, которая является объектом изучения отечественных и зарубежных экономистов.

Однако, несмотря на достаточно широкую изученность многих аспектов разработки стратегии рыночного продвижения продуктов, малоисследованными остались вопросы внедрения новых методов продвижения продуктов с учетом отраслевых особенностей бизнеса компаний, для которых стратегия продвижения продукции является одним из направлений реализации общей стратегии, без осуществления которой невозможно достижение системных стратегических целей [2; 3; 4].

Стратегия продвижения продукции направлена на глобальные цели продвижения организации в целом - достижение целевых точек развития бренда, определенного уровня лояльности потребителя – и является особым объектом стратегического управления на предприятии.

Реализация стратегии продвижения продукции достигается с помощью решения локальных задач (например, работы с целевой аудиторией, динамики объема продаж, исследования рынков сбыта, выбора маркетинговых коммуникаций и т. д.).

На наш взгляд, в процессе разработки стратегии продвижения продукции предприятие любой формы собственности должно не

только определить приоритеты на конкретном сегменте рынка, но выразить их в соответствующей системе показателей.

Стратегия продвижения продукции включает вопросы реализации, сервис, доставку и текущий маркетинг. Наибольший интерес для изучения, на наш взгляд, представляют вопросы реализации (виды продвижения продукции), к которым, как известно, относятся:

1. Реклама, которая представляет собой платную форму распространения и информации от именно заказчика, которая рассчитана на потребителя.

2. Личные продажи, которые представляют собой устное представление продукции потенциальному покупателю с целью его продажи.

3. Стимулирование сбыта, которое является кратковременными побудительными мерами поощрения покупки или продажи продукции.

4. Связи с общественностью, которые представляют собой увеличение спроса на продукцию посредством распространения сторонними лицами коммерчески важных сведений о продукции [5].

Реклама как совокупность информационных методов продвижения продукции в настоящее время представляет наибольший интерес, так как в большей степени стимулирует покупателя к приобретению продукции.

На наш взгляд, продвижение продукции необходимо рассматривать в рамках стратегического подхода, так как данную категорию можно трактовать как объект внутрифирменного управления, которая нуждается в планировании, организации, координации и контроле для повышения эффективности сбытовой деятельности предприятий. Соответственно, следует рассматривать продвижение продукции как источник конкурентного преимущества и использовать данную категорию как инструмент конкурентной борьбы за сегмент рынка и потребителя.

От уровня управления продвижением продукции зависит в целом эффективность деятельности предприятия, объем полученной прибыли по истечению отчетного периода, а также эффективность реализации корпоративной стратегии в настоящий момент времени и в перспективе.

Продвижение продукции отражает стратегическую направленность предприятия на повышение эффективности продаж, активизацию потребительского спроса и на поддержание лояльного отношения у потребителей, как к самой организации, так и к продукции, которую она реализует. Продвижение продукции обеспечивает увеличение спроса на товары и поддержание деловой активности, благоприятное отношение к компании, которая является более динамичной и динамичной. Разработка стратегий продвижения продук-

ции является значимым элементом общей экономической стратегии предприятия, которая позволяет обеспечить ее реализацию.

Продвижение продукции предприятия необходимо рассматривать в рамках стратегического подхода, так как данную категорию можно трактовать как объект внутрифирменного управления, которая нуждается в планировании, организации, координации и контроле для повышения эффективности сбыта в организации. Соответственно, предприятия должны рассматривать продвижение продукции как источник конкурентного преимущества и использовать данную категорию как инструмент конкурентной борьбы за сегмент рынка и потребителя. От уровня управления продвижением продукции зависит в целом эффективность деятельности предприятия, объем полученной прибыли за отчетный период, а также эффективность реализации стратегии предприятия в настоящий момент времени и в перспективе.

Исходя из вышеизложенного, для успешного продвижения продукции на рынок предприятие должно разработать соответствующую стратегию, которая может быть охарактеризована как маркетинговый микс или как реакция на внешние воздействия. В зависимости от ценностей бизнеса определяются цели, к которым стремится предприятие, формируется политика продвижения, выбирается рынок, на который рассчитана продукция и определяются способы их продвижения.

Н. В. Рычкова выделяет следующие уровни разработки стратегии продвижения продукции, в соответствии с которыми определяются ее виды [6]:

1. Корпоративная стратегия – разработка стратегических и тактических целей компании, оценка ее компетенций, ценностей, клиентоориентированности и способности удовлетворять многообразные потребности потребителей. Данная стратегия определяет приоритеты распределения финансовых ресурсов, компетенций сотрудников, потребности в персонале, мощности производства.

При рассмотрении практической реализации корпоративных стратегий можно отметить, что компании одновременно используют либо комбинированную стратегию сокращения, либо комбинированную стратегию роста.

2. Стратегии конкуренции – система мер по усилению конкурентоспособности и наращиванию лояльности клиентов.

Это позволяет сфокусироваться на трех типах основных конкурентных стратегий – стратегии концентрации на сегменте, стратегии дифференциации и стратегии захвата рынка по доле продаж.

3. Фундаментные (инструментальные) стратегии – разрабатываются на завершающем этапе по каждому инструменту маркетинга. Данные стратегии продвижения продукции можно определить

как ядро всего комплекса стратегического моделирования - стратегический маркетинг-микст компании. Очевидно, что здесь выделяются следующие разновидности стратегии продвижения продукции, основанные на концепции «4P» – продуктовая стратегия, стратегия ценообразования, стратегия дистрибуции и стратегия продвижения.

Продвижение является одним из основных процессов комплекса маркетинга 4P. Продвижение продукта на рынок подразумевает разработку системы коммуникации, т. е. осуществляется процесс передачи информации целевой аудитории в вербальной, графической, музыкальной и иной форме, а восприятие данной информации должно соответствовать ожиданиям продавца. Применение коммуникаций призвано повлиять на решение клиента о покупке продукта.

Стратегия продвижения продукции определяет и социально-психологические особенности целевого рынка и его ценностные ожидания. В ней формулируются основные цели коммуникации и каналы информационных потоков. Стратегия продвижения продукции определяет приоритеты выбора этих каналов (ATL, BTL или интернет-каналы), формирует план рекламных мероприятий и медиапланирования потоков рекламной информации, принципы поддержки новых и основных ассортиментных позиций продукции, определяет размер рекламного бюджета.

Выбор определенного направления коммуникации определяется характеристиками продукта и положением предприятия на рынке. К данным направлениям Р. А. Фатхутдинов относит имидж торговой марки, конкурентное положение, которое оно хочет занять на рынке, уникальность предложения, а также позиционирование продукта и торговой марки в сознании потребителя.

При формировании стратегии продвижения продукции необходимо определить конкурентные преимущества нового товара или услуги, проанализировать структуру рынка, выявить тенденции его развития, а также принципы ценообразования.

Стратегия продвижения продукции является основой ценового и целевого позиционирования. Разработка стратегии продвижения продукта, услуги или бренда на целевой рынок предполагает оценку конкурентов, определение взаимоотношений партнерами и потребителями, проведение анализа ее сильных и слабых сторон и др.

Стратегия продвижения продукции позволяет компании спрогнозировать возможности своего развития с учетом изменчивости рынка и влияния на компанию внешних и внутренних факторов, оценить собственные ресурсы, риски, находить новые рыночные ниши (проникать в ниши, которые заняты конкурентами), формировать каналы маркетинговых коммуникаций [7].

По мнению Н. Б. Завьяловой и др., стратегия продвижения продукции включает в себя стратегию дифференцирования и позиционирования, PR-стратегию, GR-стратегию, рекламную, маркетинговую, товарную стратегию, стратегию ценообразования, стратегию распространения, корпоративную стратегию, стратегию бизнес-единиц, стратегию бренда [1].

Такая структура стратегии продвижения продукции представляет ее как целостный процесс изучения и охвата всех характеристик продукции для полного удовлетворения потребностей покупателей.

В целях стимулирования сбыта предприятия разрабатывают специальные предложения для потребителей, например, выгодные условия закупки, бесплатные партии товаров. Производитель может оказывать помощь в оформлении торгового зала, а также в финансировании рекламных кампаний.

В настоящее время маркетологи-практики часто используют следующую типовую структуру процесса разработки стратегии продвижения продукции:

- исследование целевой аудитории;
- формирование целей продвижения продукции;
- разработка непосредственно стратегии продвижения продукции,

основанной на маркетинговой, медийной и креативной стратегиях продвижения продукции;

- определение бюджета продвижения продукции;
- реализация стратегии продвижения продукции;
- оценка эффективности.

В соответствии с таким подходом при разработке стратегии продвижения продукции основная работа осуществляется структурами маркетинга предприятия (отделом маркетинга, отделом сбыта, если в организации отсутствует отдел маркетинга как отдельное структурное подразделение), но при практической реализации также задействуются финансовые службы (финансовый отдел, бухгалтерия), которые занимаются корректировкой бюджета на осуществление маркетинговых коммуникаций.

Разработанная стратегия продвижения продукции перед ее реализацией должна быть согласована с профильным управленческим персоналом (руководитель отдела маркетинга, финансовый директор, коммерческий директор, директор организации). Такое четкое разделение полномочий позволяет сократить и оптимизировать расходы на разработку стратегии продвижения продукции.

В настоящее время выделяются множество классификаций стратегии продвижения продукции, но, на наш взгляд, наиболее оптимальной считается классификация стратегии продвижения

продукции в зависимости от информационных запросов для удовлетворения потребностей покупателя, так как они занимают центральное звено в разработке стратегии продвижения продукции-предприятия

Таким образом, стратегия продвижения продукции определяет социально-психологические особенности целевого рынка и его ценностные ожидания, позволяет определить наиболее эффективные коммуникации и каналы информационных потоков. Она определяет приоритеты выбора этих каналов, формирует план рекламных мероприятий и медиапланирования потоков рекламной информации, принципы поддержки существующих и новых ассортиментных позиций продукции, определяет размер рекламного бюджета и др., что, в конечном итоге, позволяет реально повысить конкурентоспособность продвигаемой продукции и расширить конкурентные преимущества предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Завьялова, Н.Б.* Методы исследований в менеджменте / Н.Б. Завьялова, А.Н. Головина, Д. В. Завьялов, Л. П. Дьяконова. М.: КноРус, 2020. 291 с.
2. *Карнаухова, А.А.*, Федорова Д.П. Маркетинговые стратегии продвижения на рынке ювелирной компании // Финансовая экономика. 2020. № 10. С. 363–366.
3. *Кузнецова Т.Е.*, Марабаева Л.В. Содержание и мероприятия программы стимулирования сбыта продукции предприятия// Фундаментальные исследования. 2013. № 8-1. С. 148–153.
4. *Марабаева Л.В.*, Кузнецова Т.Е. Развитие стимулирования сбыта продукции предприятий кондитерской промышленности // Саранск, «ЮрЭксПрактик», 2016. 156 с.
5. *Острик, В.Ю.* Пути формирования эффективного маркетингового менеджмента для предприятий // Научные труды Крымского агротехнологического университета. Серия: экономические науки. 2014. № 159. С. 115–122.
6. *Рычкова, Н.В.* Маркетинговые исследования. М.: КноРус, 2020. 310 с.
7. *Фатхутдинов, Р.А.* Стратегический маркетинг. СПб. : Питер, 2018. 356 с.

УДК 338

THEORETICAL ASPECTS OF INDUSTRIAL CLUSTERS' FORMATION

Mirabbos Mahmudov, PhD in Economics, Research Associate

*Institute of Forecasting and Macroeconomic Research,
Tashkent, Republic of Uzbekistan*

E-mail: tursunov-bobir@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ

Мираббос Махмудов, кандидат экономических наук, научный сотрудник

*Институт прогнозирования и макроэкономических исследований,
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

This article describes the theoretical aspects of the organization of industrial clusters and explains the meaning of the term “cluster”.

Key words: cluster, competition, group, industry, cooperation, economy, regions.

В данной статье описаны теоретические аспекты организации промышленных кластеров и разъяснено значение термина «кластер».

Ключевые слова: кластер, конкуренция, группа, отрасль, кооперация, экономика, регионы.

The integration processes taking place in the world economy since the second half of the twentieth century have had a significant impact on the development of its internationalization and globalization. The globalization of the world economy, on the one hand, provides for a transnational “chain” of value creation, on the other hand, increases competition in manufacturing and services. On the basis of globalization, a global communication system is also developing, which provides standardization of logistics and quality of goods and services.

A small level of integration is a way to form a new system of management in the economies of countries – the creation of “clusters” that include enterprises and organizations that produce each other's products and are geographically close. The purpose of the formation of clusters is to focus on the creation of competitive goods based on the organization of innovative production – the integration of enterprises of the same industry located in the city, district and region and with them a single technological chain of education, science, engineering, consulting, standardization, certification and other services.

The term “cluster” is a French word that translates into Uzbek as “claw”, “head”, “link”, “group”, “gathering”, “stable”, and “cluster” is also used as a method of selective research [7].

The basis of the theory of “cluster” is the opinion of Alfred Marshall in his work “Principles of Economics” (1890), written in the late XIX century, “On the harmonization of specialized industries in separate regions”. Territorial combination of entities operating on the basis of its scientific findings: availability of qualified labor resources; growth of supplier and ancillary industries; based on the fact that different firms specialize in different parts of the production process [8].

The study of cluster theory is growing rapidly in the world community, and its application in practice is becoming a key area of national and regional economic development [9].

The multifaceted nature of the cluster theory has led to the formation of different theoretical approaches to it.

After the 1980s, we can see the achievements of 3 important (American, British and Scandinavian and other) scientific schools in the development of cluster theory.

American scientists: M. Porter's “Theory of Competitive Advantage” [1], M. Enright, S. Rezenfeld, P. Maskell and M. Lorentsen's “Concept of Regional Clusters” [2], A. Marshall's “Theory of Industrial Zones” [3], P. Bekatin “Theories of Italian industrial districts” [4], M. Storper created the theories of “Ideal” regional cluster”.

Value added and “cluster chain compatibility, regional training concepts” are also included in this group. It is in the theories of these scientists that cluster-producers are highly effective in increasing their competitive advantage and are a system that combines the activities of educational, scientific, technological, economic and other service entities in the region [10].

According to British theorists (J. Dunning, K. Brimen, Schmidt, J. Humphrey), clusters are institutional theories that define the basis of the economy as a system of inter-institutional institutions. In this case, the “cluster” itself is considered a “modern institution”. In this system, the interaction of its participants is different, both formal and informal, and the external scope of the clusters will be wider.

Scandinavian scientists (B.O. Lundwal, B. Johnson, B. Asheim, A. Izakson) – the evolutionary development of the cluster goes through a number of stages, that is, “from birth to the end” – this indicates that the use of evolutionary theory means “cluster” theory they think.

Another fourth group of scientists considers the cluster to be a modern paradigm of regional development based on the concepts of “territorial-corporate dominance”, “territorial-market dominance”, “territorial-state supremacy”, “territorial-social sphere”.

The theory of clusters is also studied by Russian scientists

Yu.S. Artomonava, B.B.Khurstalev and others [5], and projects are being developed for its implementation. The creation of the above theories and their practical significance implies that the economies of countries, industries and enterprises will increase their competitiveness and achieve high efficiency.

From the evolution of the cluster theory we can distinguish two fundamental descriptions of it.

First, the activities of clustered enterprises and firms must be clearly related to the market for the same type of goods. Such a connection is vertical (chain of purchases and sales) and horizontal (additional departments and services, the specific costs involved, the use of technology or institutions and other connections).

The second is that clusters are a group of geographically close interconnected enterprises that develop competitiveness as a result of the stabilization of economic and social relations between them, creating opportunities to create more added value and sell in the market.

Industrial clusters will primarily withstand competition within this network in local and global markets.

According to Michael Porter, the founder of the idea of applying cluster theory to the development of competitiveness of countries and regions, the cluster is a geographically neighboring, interconnected companies (manufacturers, suppliers, etc.) and organizations operating in a particular field institutions, government agencies, infrastructure companies). Or “clusters” – communities that form a single technological chain of closely interconnected industries, creating opportunities for the growth of competitiveness of manufacturing enterprises [1].

Cluster theory has entered the scientific process in the form of a marketing strategy, as an idea-method that allows enterprises of the state, regions and regions to win in a competitive environment in the market.

Although the idea of increasing the competitiveness of national and regional economies based on the practical application of the cluster strategy has its own characteristics in different countries and industries, M. Porter and M. Enright revealed that it has the following common priorities:

- opportunities will be created for enterprises (firms) to increase labor productivity and production efficiency due to direct access to suppliers, qualified personnel, information, service and training centers. In the enterprises of clustered regions, labor productivity is up to 1.5 times higher, and wages are up to 30% higher;
- there will be conditions for educational and research centers to create new scientific and methodological developments, test them in the short term, introduce them into production;
- there will be preferential conditions for more incentives for work-

ers and specialists in production and research and the creation of new products.

Therefore, in the process of rescuing the economy from the crisis, especially in the current era, when traditional methods of economic development do not provide sufficient benefits, the best way to implement the theory of “cluster” in the organization of business based on innovative technologies. Clustering is also seen as a new economic system that fully meets the requirements of national and regional development in order to increase the competitiveness of enterprises by accelerating their innovative activities and to counteract the strong effects of global competition.

The role of the state in the formation of clusters is important. If at first Clusters were established only because of the “invisible hand of the market” (competition), primarily in the modernization of transnational companies, in recent years the governments of many countries have helped them in this process with significant influence. The attractiveness of the cluster strategy requires both diversity of directions and the formation of innovative clusters by the state itself.

The state economy relies on the strengths of clusters, as there are conclusions that without them even the most developed economies can achieve moderate results. Economic and social efficiency of clusters, which are distributed among the participants:

- accelerates the development process by encouraging research from new manufacturers from other industries and providing new strategies;
- there is a free exchange of information, news spreads rapidly through the channels of consumers and suppliers;
- interactions within the cluster lead to new opportunities in competition;
- creates new opportunities for the development of human capital, scientific ideas and their introduction into production.

Cluster participants are market entities operating in a cluster.

The experience of developed countries shows that the role and importance of clusters, international logistics centers, free economic zones in ensuring sustainable socio-economic development, increasing investment activity, production of competitive goods is very high.

Clusters are organized in the form of “free scientific and technical zones”. Free scientific and technical zones consist of separate zones, where research, production and training centers are concentrated, and a special legal order is established for them, aimed at developing scientific and production capabilities. Free scientific and technical zones are organized in the form of high-tech zones, technoparks, regional innovation centers-technopolises.

Technoparks consist of two main components: production (enterprises in advanced industries) and specialists (university, institute, re-

search institute, strong teams of laboratories) and their activities are focused on the production of competitive goods.

LITERATURE

1. *Porter, M.* Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993. С. 51.

2. *Enright, M.* (1996) "Regional Clusters and Economic Development: A Research Agenda", in Staber, U., Schaefer, N. and Sharma, B., (Eds.) "Business Networks: Prospects for Regional Development, Berlin": Walter de Gruyter, p. 190–213.

3. *Маршалл, А.* Принципы экономической науки, т. I—III. Пер. с англ. М.: Издательская группа «Прогресс», 1993.

4. *П. Бегаттин - Becattini G.* From Marshalls to the Italian «Industrial Districts»/ www.competitiveness.org.

5. Кластерные политики и кластерные инициативы: теория, методология, практика. (Коллективная монография). Минобразования и науки РФ, Минэкономразвития РФ, Правительства Пензенской области. Пенза. 2013.

6. *Анохин Ю. Л. М., Анохина Н. В., Аркадьева О. Г., Артёмова О. В., Ашавина С. С., Банникова Е. С., Башмакова П. Н., Березина Н. В., Воюцкая И. В., Голованов Е. Б., Горбунова В. Б., Григорьева В. В., Громов С. С., Гурлев В. Г., Даванков А. Ю., Давиденко Л. М., Данилова И. В., Дегтеренко А. Н., Довбий И. П., Довбий Н. С.* и др. Проблемы экономической безопасности: новые глобальные вызовы и тенденции. Челябинск, 2021.

7. *Бондарская, О. В., Бурцева А. В., Турсунов Б. О., Набиева Н. Н.* Влияние угроз теневой экономики на развитие региона // Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России: Материалы III Всероссийского форума по экономической безопасности. 2021. С. 121–128.

8. *Бондарская, Т. А., Турсунов Б. О., Красноярская У. К., Набиева Н. Н.* Влияние цифровизации на безопасное развитие личности в обществе. В сборнике: Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России. Материалы III Всероссийского форума по экономической безопасности. 2021. С. 134–146.

9. *Турсунов, Б. О.* Анализ тренд-циклических компонент динамики промышленного производства в регионах Республики Узбекистан // Исследование социально-экономического развития территорий в условиях санкций и угроз глобальных вызовов: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2021. С. 319–330.

10. *Турсунов, Б. О.* Региональные особенности динамики промышленного производства в исследовании финансовой безопасности текстильных предприятий Узбекистана. Финансовый менеджмент. 2021. № 2. С. 52–61.

УДК 65.012.3

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ СТРУКТУР
КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО
ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

Владимир Сергеевич Мирончиков, магистрант

Дмитрий Геннадьевич Жалнин, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: st804182@ruc.su; st801732@ruc.su

**MODELING OF VIRTUAL STRUCTURES
AS A FACTOR OF INNOVATIVE
ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT**

Vladimir Sergeevich Mironchikov, Master's Degree student

Dmitry Gennadievich Zhalnin, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В последнее время наблюдаются значительные изменения в организационных структурах и формах корпоративного управления. На развитие новых организационных форм корпоративного управления в большей степени оказывают влияние такие тенденции развития современного рынка, как глобализация рынков, возрастающее значение качества продукции, ее цены и степени удовлетворенности потребителей, возрастающее значение устойчивых отношений с потребителями (индивидуальными потребителями), а также возрастающее значение степени применения новых информационных и коммуникационных технологий. Существенной причиной, повлиявшей на изменение форм организации предприятия, можно считать переориентацию производства с массового потребителя на индивидуального потребителя. Сложившаяся ситуация обуславливает необходимость моделирования новых форм организационного развития, среди которых можно выделить виртуальные структуры управления.

Ключевые слова: виртуальные структуры, инновации, кросс-функциональные и проектные команды, моделирование, организационное развитие, продуктовый подход, ресурсные пулы.

Recently, there have been significant changes in organizational structures and forms of corporate governance. The development of new organizational forms of corporate governance is largely influenced by such trends in the development of the modern market as the globalization of markets, the increasing importance of product quality, its price and the degree of consumer satisfaction, the increasing importance of sustainable relationships with consumers (individual consumers), as well as the increasing importance of the degree application of new information and communication technologies. A significant reason that influenced the change in the forms of organization of the enterprise can be considered the reorientation of production from the mass consumer to the individual consumer. The current situation necessitates the modeling of new forms

of organizational development, among which virtual management structures can be distinguished.

К е у о r d s: virtual structures, innovations, cross-functional and project teams, modeling, organizational development, product approach, resource pools.

В условиях, когда для реализации целей нужна гибкость, бизнес оказывается перед дилеммой: или масштабная организационная перестройка [1, с. 474], которая может затянуться на годы, или накопление инерционных факторов и постепенный переход к стагнации оргдизайн помогает распределять права и обязанности, ставить стратегические цели и задачи, оценивать работу сотрудников.

Известно, что организационный дизайн определяет не только структуру, но и бизнес-процессы компании, необходимые для успешной деятельности. В период кризиса и потребностью оперативного выхода в цифровизацию особо важным стал вопрос формирования современных организационных структур.

Правильная оргструктура, адаптированная к стратегии компании, решает сразу несколько задач: помогает быстрее разрабатывать и выводить на рынок новые продукты; повышает вовлеченность сотрудников; проясняет распределение ответственности и полномочий; позволяет сотрудникам самим принимать операционные решения в ответ на запросы клиентов. Известно, что организационный дизайн определяет не только структуру, но и бизнес-процессы компании, необходимые для успешной деятельности. В период кризиса и потребностью оперативного выхода в цифровизацию особо важным стал вопрос формирования организационных структур в современных условиях.

Как убедиться, что организация готова к новым вызовам:

1. Необходимо проследить на примере одной-двух инициатив, как ключевые решения проходят путь сверху вниз: насколько много времени это занимает [2, с. 316]? На каких участках начинаются сложности и препятствия? В чем они заключаются? В каком виде новые продукты и сервисы доходят до конечного потребителя?

2. Необходимо собрать обратную связь от менеджеров низшего звена, рядовых сотрудников и клиентов. Проанализировать чего им не хватает: какого-то канала продаж или сервиса? Скорости реагирования? Простоты принятия решений и их внедрения на практике? Слаженности в действиях?

3. Проанализировать как компания пережила или переживает переход на дистанционную работу и внедрение цифровых инструментов. Все ли идет гладко? Достаточно ли внутренних ресурсов или нужны дополнительные? Нововведения помогают справляться с новыми условиями или, наоборот, тормозят и отбрасывают назад? Если да, то почему так происходит?

Все это поможет оценить, эффективна ли текущая оргструктура, насколько радикальные изменения нужны и на каком участке они важнее всего. Чтобы декларации топ-менеджмента в процессе обеспечения организационного развития не ознаменовались извечными конфликтами верхов и низов, задач и ресурсов, в настоящее можно применять специфические виртуальные структуры управления:

- продуктовые или проектные команды, управляемые по гибкой методологии;

- ресурсные пулы внутри организации, которые способны стать оперативными поставщиками компетенций для кросс-функциональных команд.

В современных условиях многие компании задумались над тем, как настраивать свою команду на результат, а не только на выполнение проектов (сроков и бюджетов). Над какими конкретными показателями работать? Какие вопросы будет задавать продуктовая команда? Наиболее актуальный подход сейчас – это искать основные опережающие индикаторы ценности.

Например, если организация хочет решить проблему долгосрочного удержания, то чтобы упрощать себе задачу можно опросить пользователей, которые пользуются продуктом, и которые ушли в отток, определить различия в их поведении и мотивации.

Эта обратная связь даст понимание ценного результата (изменения в поведении пользователей, которое оказывает положительное влияние на бизнес) [3, с. 161], который может быть выражен в прокси-метрике (outcome).

Управление на основе продуктовой (проектной) команды имеет тенденцию сосредотачиваться на циклах вокруг разработки (скорость, вехи, диаграммы Ганта и т. д.), однако напрямую не связаны с ценностью для клиента (output).

Компании видят положительные изменения, которые происходят благодаря наличию этих быстрых циклов обратной связи - команды задают хорошие вопросы: «мы не уверены в том, что наши инициативы действительно решают проблему клиента - можем ли мы сделать что-нибудь, чтобы узнать, сработает ли это как можно раньше?»

Значимую часть проектного управления составляет постановка целей - это процесс размышления о прогрессе, а не попытки заранее достичь поставленных целей настолько совершенными, что никогда не придется их менять. Важно, чтобы команда понимала, к какому результату она стремится с точки зрения поведения клиента, и действительно ли внесенные изменения решают его проблему.

Выражением проектного управления может стать дорожная

карта. Команды должны быть в состоянии создать дорожные карты, ориентированные на решение проблем клиента, а не на доставку функций. Команды берут на себя обязательства по инициативе для достижения этой ценностной цели, что приводит к лучшему обсуждению на самом раннем этапе.

Компании начинают понимать, что такую работу могут проводить только лидеры, поэтому необходимо инвестировать в людей и возвращать лидеров через коучинг, эффективный найм и процесс адаптации [4, с. 287].

Если цели хорошо сформулированы, то каждый член команды должен понимать, как они могут лучше всего внести свой вклад в эти цели.

Отсюда появилась виртуальная структура OKR и следующий тренд: North star метрика и OKR - новая интерпретация

В России достаточно мало внедрений OKR. Почему? По правде говоря, для многих компаний это будет пустой тратой времени из-за полного культурного несоответствия. Для того чтобы все это работало нужно, чтобы выполнялся пункт выше: команды с сильными лидерами, наделенными властью принятия решений. OKR - это техника, разработанная для такой модели. Но если наложить OKR поверх проектов с традиционным сроками, то это не работает.

OKR бесполезны, если регулярно их не проверять («просто поставь и забудь»), тогда они превращаются в годовые КПЭ и никак не влияют на дорожную карту. Проверка - самое продолжительное каждые 2 недели – заставляет команду начать мысленный сдвиг: «мы действительно должны изменить этот результат, а не просто создать функцию. Отсюда вытекает необходимость создания продуктовых рутин и процессов, я считаю, что это основано на нескольких следующих трендах.

Есть несколько виртуальных моделей JTBD, например, ODI от Тони Улвика, JTBD Theory от Клейтона Кристенсена или инновации со стороны спроса от Боба Моэста и др.. Считается, что на практике в области виртуального управления лучше использовать Forces of progress Криса Спика и Боба Моэсты. Эта модель позволяет определить, что как формируется образ будущего и что мешает принимать новые решения. Модель применяется по результатам так называемого switch-интервью, которое используется, чтобы понять, что лежит в основе управленческого решения.

Основная идея такого подхода – необходимо понять ход при принятии решения. Недостатком данного подхода является его фрагментарность.

Контекст в рамках JTBD определяет опыт, который управленец надеется получить после успешного выполнения своей основной работы. Контекст (обстоятельства) имеет решающее значение для

понимания проблемы. Как только он погрузится в обстоятельства, увидит, насколько они тесно связаны с желаемыми результатами, то есть ценностными показателями успеха. И именно тут нужно искать инсайты для формирования возможностей, влияющих на показатели. Все, что происходит дальше, - это всего лишь гипотезы.

Концепция Continuous Product Discovery фокусируется на том, чтобы необходимо попробовать различные решения, которые могут дать результат, наиболее близкий к желаемой цели. Дерево возможных решений визуализирует то, что диагностируется в процессе открытия, и решения, которые принимаются на этом пути.

Ресурсные (экспертные) пулы обеспечивают продуктовые (проектные) команды необходимыми компетенциями. Пул ресурсов - это логическое объединение управленческих функций, которые распределяют между собой рабочие нагрузки и принимают на себя рабочие нагрузки в случае сбоя одного из членов.

Другими словами, они обеспечивают высокую доступность и масштабируемость рабочих процессов. При разработке группы управления необходимо уделить особое внимание мониторингу рабочих нагрузок, которые будут пользоваться пулом ресурсов.

Пулы ресурсов обеспечивают непрерывность наблюдения благодаря использованию нескольких элементов, которые принимают на себя рабочие процессы наблюдения, если один из элементов становится недоступен. Можно создавать пулы ресурсов для определенных целей. Например, можно создать пул ресурсов, состоящий из функций управления, которые расположены в основном центре обработки данных.

Для каждого пула ресурсов, созданного в системе управления, выделяют голос, даже если в пуле четное количество членов, чтобы обеспечить кворум. Это относится и к пулам, состоящим из трех ресурсов, которые создаются по умолчанию при создании группы управления [5, с. 339].

В итоге следует отметить, что внедрение гибкой методологии и продуктового подхода - логичный ответ современных компаний на актуальные вызовы. В организациях, где путь согласований и поисков ресурсов может показаться лестницей в небо, виртуальные структуры играют ту же роль, что и лифты в высотном доме: они быстро поднимают человека туда, где его ждут.

ЛИТЕРАТУРА

1. Солдаткина, С.М., Князькова А. Н. Повышение конкурентоспособности коммерческой организации через эффективный менеджмент // Актуальные проблемы социально-экономического развития общества: Материалы Нац. Науч.-практ. конф. научно-педагогических работников (21 ноября 2018 г., г Саранск) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : АНО СНОЛД «Партнер», 2019. С. 473–477.

2. Солдаткина С. М. Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Матери-

алы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.

3. *Солдаткина, С.М., Копылова Е. В., Чиранова Т. И.* Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации // Финансовая экономика. №1. 2021 г. С.159–163.

4. *Солдаткина С.М., Аранович О. Г.* Особенности управления карьерой в современных условиях // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2017. С. 285–288.

5. *Солдаткина, С.М.* Карьерные стратегии: работа в большой, или маленькой организации? // Проблемы развития социально-экономических систем: Материалы Национальной научно-практической конференции (Саранск, 20 ноября 2019г.) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : Принт-Издат, 2019. С. 335–340.

УДК 338.2

ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Артур Андреевич Николаев, магистрант

Светлана Ивановна Гусарова, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: artik377@mail.ru; st800302@ruc.su

THE MAIN CRITERIA FOR THE EFFECTIVENESS OF THE ORGANIZATION'S MANAGEMENT SYSTEM

Artur Andreevich Nikolaev, Master's Degree student

Svetlana Ivanovna Gusarova, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье раскрывается основное содержание системы управления организацией и основные критерии ее эффективности, с целью непрерывного совершенствования, развития как системы в целом, так и её отдельных составляющих. Предложены основные мероприятия по эффективности системы управления организацией.

Ключевые слова: система, управление, организация, менеджмент, эффективность.

The article reveals the main content of the organization's management system and the main criteria for its effectiveness, with the aim of continuous improvement, development of both the system as a whole and its individual components. The main measures for the effectiveness of the organization's management system are proposed.

К е у о r d s: system, management, organization, management, efficiency.

Социально-экономические и технологические изменения на рынке влияют на систему управления в организации и ее инструменты. Эффективная система управления требует внедрение опережающих механизмов развития преобразований с использованием инновационных технологий и инструментов стратегического планирования.

Каждая организация обладает уникальной системой управления, включающей управляемую и управляющую подсистемы, множество элементов, а также связей между ними. Для менеджера в главное - понимать сущность и основные принципы построения системы управления, знать современные требования к системам управления, уметь проектировать и совершенствовать системы управления. Важно наладить систему оперативного управления в организации, преодолеть возникающие трудности и организовать эффективную работу всех подразделений с внедрением высокоэффективных организационных форм и методов управления, технологий и научно-технических достижений.

Система управления – это непрерывный, систематизированный и достаточно устойчивый набор способов, методов и форм практической деятельности менеджмента по управлению объектами внутренней и внешней среды для достижения целей предприятия в долгосрочной и краткосрочной перспективе. Она включает в себя функции дифференциации и интеграции организационных процессов: определяет частные цели структурных подразделений организации и сотрудников, направляет деятельность всех членов организации и структурных подразделений на достижение поставленных целей [1].

Достаточно сложно оценить систему управления организацией, так как это нематериальный продукт, постоянно изменяющийся по мере построения и развития. Для измерения эффективности менеджмента существует система критериев и показателей.

Критерий – это важнейший отличительный признак, характеризующий качественные стороны явления, его сущность [2].

При этом в практической деятельности используется не сам критерий, а построенная на его основе система показателей, каждый из которых должен в определенной мере отражать элементы рассматриваемого процесса.

Выделяют следующие показатели эффективности системы управления:

1) экономическая эффективность. Ее сущность заключается в построении оптимального плана, который приведет к достижению намеченного результата хозяйствующего субъекта, а именно путем получения прибыли;

2) социальная эффективность. Ее значение проявляется в полном вознаграждении предприятия, как внутренне (награждение работодателем своих сотрудников за проделанную работу – увеличение заработной платы, продвижение по карьерной лестнице), так и внешне (чувство значимости достижение результата, восхищение от проделанной работы), т. е. работники получили удовлетворение от проделанной работы в организации;

3) техническая эффективность. Данный вид эффективности характеризуется количественными (контроль приема, сертификации продукции; инспекционный контроль; надзор за соблюдением стандартов произведенной продукции) и качественными (степень организации производства, которая обеспечивается компанией; соответствующие параметры, которые характеризуют качество, приобретённого оборудования; квалификация сотрудников, стимулирование и мотивирование для организационного процесса) показателями, требуемые для каждого вида произведенной продукции;

4) экологическая эффективность. Она подразумевает защиту от окружающей среды. А именно, необходимо контролировать все загрязняющие и химические вещества попадающие, а атмосферу. Следует выявить источники их возникновения и привести к сокращению таких веществ. Поскольку все вредоносные вещества всегда вырабатываются на производственных заводах и руководству предприятия нужно выяснить какими методами будет эффективнее сократить отток отходов.

Критерии оценки эффективности системы управления в целом должны быть дополнены частными критериями ее элементов.

Тогда система управления и его эффективности рассматривается не на одном, а на трех уровнях [3]:

1. Как органическая часть более высокой системы.
2. Как самостоятельная целостная система.
3. Как совокупность компонентов, входящих в эту систему, с присущими им специфическими свойствами.

В этом случае эффективность управления на первом уровне может быть выражена через результативность деятельности фирмы, так как результат деятельности по управлению проявляется опосредованно через результаты всей организации, во взаимоотношениях ее с внешней средой.

На втором уровне эффективность системы управления выражается через характеристики ее способности к самостоятельному действию, т.е. к разрешению непосредственно стоящих перед ней задач и достижения поставленных целей.

На третьем уровне выделяется эффективность действия составляющих системы. Именно здесь могут быть рассмотрены в кон-

кретных формах функционирование сил и средств, входящих в систему как в технико-организационном, так и в социально-психологическом плане. Практически эффективность третьего уровня может быть сведена к эффективности управленческого труда и его средств.

Оценка эффективности организации управления может проводиться за разные по продолжительности периоды: пятилетие, год, полгода и т. д. Чем чаще эта оценка, тем оперативнее могут быть приняты меры по устранению недостатков.

Таким образом, чтобы эффективно управлять организацией высшему менеджменту необходимо:

- четко представлять желаемые результаты и ставить измеримые цели;
- разработать поэтапные программы достижения целей с временными и ресурсными характеристиками;
- создать оптимальную организационную структуру;
- распределить должностные полномочия;
- выстроить систему управления персоналом, определить ее принципы и элементы [4];
- формирование системы оценки деятельности сотрудников как руководящего, так и не руководящего состава.
- установить вертикальные и горизонтальные функциональные взаимосвязи в организации;
- направить деятельность организации на достижение результатов, а не показателей.

Эффективность системы управления – это эффективность действия людей в процессе достижения целей организации

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ильин, А.И.* Управление предприятием / Под общ. ред. М.И. Плотницкого. М.: Юкос, 2016. 520 с.
2. *Satigin D., Imyarekov S., Keleynikova S., Khayrov R., Kuznetsova E., Kondrashkina I., Volgina I., Shilkina T., Markova A., Kataykina N., Kukushkin O., Ponomatkina L. et al.* Modern financial management tools in agrarian business. North Carolina, USA: Lulu Press, 2020. 192 p.
3. *Келейникова С.В.,* Пруцкова Е.В. Роль стратегического анализа в управлении развитием предприятия / Управленческий учет: Научный журнал № 5 ч. 2. 2021. С. 548–552.
4. *Кузнецова, Е.Г.* Эффективность управления персоналом предприятия/ в сборнике Инновационные процессы в развитии современного общества мат-лы II Междунар. Заоч.науч.-практ.конф, Саранский кооп ин-т РУК.2014.С.173–176.

УДК 330.322

**ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ АПК**

**Юлия Владимировна Павлова, кандидат экономических наук,
доцент**

Чебоксарский кооперативный институт (филиал)

Российского университета кооперации

E-mail: inet2@mail.ru

**FEATURES OF THE IMPLEMENTATION
OF INVESTMENT ACTIVITIES OF AIC ENTERPRISES**

**Yulia Vladimirovna Pavlova, PhD in Economics, Associate
Professor**

*Cheboksary Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В настоящей работе проведено исследование особенностей осуществления инвестиционной деятельности предприятий АПК. С этой целью в работе проанализированы инвестиции в основной капитал, направленные на развитие сельского хозяйства по источникам финансирования; рассмотрены основные параметры инвестиционного развития, формирующие общую инвестиционную привлекательность отрасли. В ходе проведенного исследования пришли к выводу, что осуществление инвестиционной деятельности на предприятиях АПК имеет свои характерные особенности.

Ключевые слова: инвестиции, АПК, инвестиционная деятельность, предприятие, инвестиционная привлекательность.

In this paper, a study was made of the features of the implementation of the investment activities of agribusiness enterprises. To this end, the paper analyzes investments in fixed assets aimed at the development of agriculture by sources of financing; the main parameters of investment development, which form the overall investment attractiveness of the industry, are considered. In the course of the study, it was concluded that the implementation of investment activities at agribusiness enterprises has its own characteristic features.

Keywords: investment, agro-industrial complex, investment activity, enterprise, investment attractiveness.

Слово инвестиции происходит от латинского глагола *investiere* (вкладывать, помещать).

Термин «инвестиции» имеет несколько трактовок в разных источниках. В частности, мы будем пользоваться определением, которое дается в российском законодательстве. «Инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе

имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [1].

В соответствии с федеральным законом «инвестиционная деятельность – вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [1]. Следовательно, инвестиционная деятельность влияет на расширение экономического потенциала предприятия.

Таким образом, целью нашего исследования является изучение осуществления инвестиционной деятельности предприятий АПК. Для достижения этой цели в работе проанализированы инвестиции сельского хозяйства по источникам финансирования; рассмотрены основные параметры инвестиционного развития, формирующие общую инвестиционную привлекательность отрасли. При проведении исследования были использованы статистические методы анализа. Информационную основу исследования составили нормативные акты Российской Федерации и научные публикации, данные Росстата.

В любой социально-экономической системе осуществление инвестиционной деятельности имеет своей главной целью обеспечение динамического развития этой системы. Характеристику инвестиционного развития России за 2017–2021 гг. рассмотрим по данным табл. 1.

Таблица 1

**Основные параметры инвестиционного развития
России за 2017–2021 гг., в % к предыдущему году**

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021
Динамика ВВП	101,8	102,8	102,2	97,3	104,7
Индекс промышленного производства	103,7	103,5	103,4	97,9	105,3
Индекс продукции сельского хозяйства	102,9	99,8	104,3	101,3	99,1
Темпы роста объема строительно-монтажных работ	98,9	106,3	102,1	100,7	106,0
Динамика объема розничного товарооборота	101,3	102,8	101,9	96,8	100,5
Динамика инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования	108,7	111,2	107,9	104,8	112,1
Износ основных фондов	98,3	98,5	81,1	103,1	–

Источник: составлено автором на основании [2].

Как видно из приведенной табл. 1, за последние пять лет в России основные показатели инвестиционного развития, такие как

ВВП, инвестиции в основной капитал имеют разнонаправленную динамику. При этом, темпы роста продукции сельскохозяйственного производства также не удовлетворяют требованиям настоящего времени.

Агропромышленный комплекс состоит из нескольких отраслей, основополагающим из которых является сельское хозяйство. Вопрос привлечения инвестиций в сельское хозяйство является ключевым в повышении привлекательности этой отрасли. Проанализируем долю инвестиций в основной капитал, направляемых на развитие сельского хозяйства России по данным табл. 2.

Таблица 2

Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие сельского хозяйства России за 2017–2020 гг.

Показатели	2017	2018	2019	2020
Инвестиции в основной капитал сельского хозяйства (в фактически действовавших ценах), млрд руб	400,5	431,7	469,7	466,0
доля инвестиций в сельское хозяйство в общем объеме инвестиций в основной капитал, %	3,3	3,2	3,2	3,0

Источник: [3].

Как видно из приведенной табл. 2, инвестиции в основной капитал сельского хозяйства за анализируемый период имеют положительную динамику. Но их доля в общем объеме инвестиций в основной капитал сокращается, что свидетельствует об ухудшении привлекательности отрасли для отечественных инвесторов.

Рассмотрим структуру финансирования инвестиций сельского хозяйства России в табл. 3 за 2017–2020 гг.

Таблица 2

Структура финансирования инвестиций в основной капитал, направленных на развитие сельского хозяйства России за 2017–2020 гг.

Показатели	2017	2018	2019	2020
Инвестиции в основной капитал сельского хозяйства, всего	100	100	100	100
в том числе:				
собственные средства	56,3	52,1	52,9	54,6
привлеченные средства	43,7	47,9	47,1	45,4
из них:				
бюджетные средства	2,8	2,2	2,4	1,7
в том числе из:				
федерального бюджета	1,1	1,0	1,3	0,9
бюджетов субъектов Российской Федерации	1,6	1,0	1,0	0,7
местных бюджетов	0,1	0,1	0,1	0,1

Источник: [3].

Как видно из приведенной табл. 3, в 2020 г. в структуре финансирования инвестиций сельского хозяйства собственные средства составляют 54,6%, а привлеченные средства – 45,4%. Если в 2017 г. доля бюджетных средств в структуре инвестиций, выделяемых на развитие сельского хозяйства, составляла 2,8%, то в 2020 г. – 1,7%. Скучное бюджетное финансирование инвестиций в сельском хозяйстве имеет тенденцию к снижению. Таким образом, основным источником для сельскохозяйственных предприятий при финансировании инвестиций в основной капитал являются собственные средства.

Как видно из приведенного анализа, очень многое приходится делать для активизации инвестиционной деятельности предприятий АПК. К проблемам, влияющим на низкую инвестиционную активность предприятий АПК можно отнести недостаточное государственное финансирование инвестиционной деятельности предприятий АПК и неблагоприятное финансово-экономическое состояние сельскохозяйственных предприятий, низкую инвестиционную привлекательность отрасли.

Перед государством на сегодняшний день стоит нелегкая задача – запустить инвестиционный механизм развития агропромышленного комплекса. Для этого необходимо учитывать особенности осуществления инвестиционной деятельности предприятий АПК.

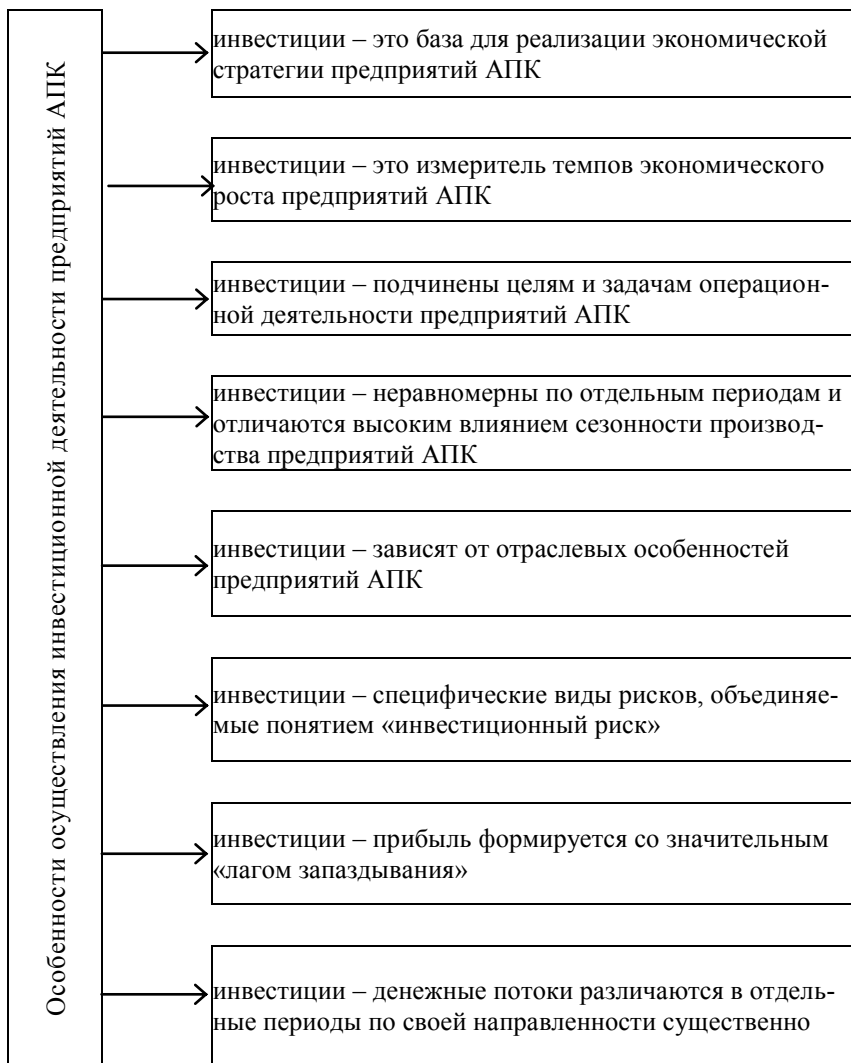
Таким образом, осуществление инвестиционной деятельности предприятий АПК имеет свои характерные особенности, которые приведены на рисунке.

Понимая значимость инвестиций в основной капитал, направляемых на развитие сельского хозяйства России, в научном сообществе активно обсуждаются вопросы их дальнейшего существования. Так, авторы Ю. В. Павлова, А. Н. Зайцев отмечают различные новые формы, методы и источники финансирования инвестиционных проектов, реализуемых в АПК в современных условиях [4].

В. Маслова отмечает, что в настоящее время необходим не просто рост инвестиций, а переход на новое качество их роста [5].

По ее мнению в целях формирования нового технологического уклада и перехода к «зеленой экономике» необходима перестройка структуры инвестиционного капитала с приоритетными вложениями в перспективные «точки роста»: человеческий капитал, инновационно-технологическое развитие, экологизацию производства.

Авторы А. С. Труба, А. А. Верховцев, М. В. Гагарина отмечают, что инвестиционная привлекательность АПК на современном этапе развития экономических отношений во многом зависит от формирования доверительности рыночных отношений на основе цифровых технологий [6].



Особенности осуществления инвестиционной деятельности предприятий АПК

Таким образом, для выявления особенностей осуществления инвестиционной деятельности предприятий АПК в работе были проанализированы инвестиции сельского хозяйства по источникам финансирования и рассмотрены основные параметры инвестиционного развития, формирующие общую инвестиционную привле-

кательность отрасли. В ходе проведенного исследования пришли к выводу о недостаточном государственном финансировании инвестиционной деятельности предприятий АПК, неблагоприятном финансово-экономическом состоянии сельскохозяйственных предприятий, низкой инвестиционной привлекательности отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений : федер. закон от 25 фев. 1999 г. № 39-ФЗ (в ред. от 14.03.2022). URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 29.03.2022).

2. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 29.03.2022).

3. Сельское хозяйство в России. 2021: Стат.сб./Росстат. М., 2021. 100 с.

4. Павлова, Ю.В. Особенности финансирования инвестиционных проектов в АПК в современных условиях / Ю. В. Павлова, А. Н. Зайцев // Экономические, правовые, организационно-управленческие аспекты развития трудовых ресурсов в современных условиях глобальных рисков : Сборник материалов Международной научно-практической конференции. В 2-х частях, Чебоксары, 10 февраля 2016 года. Чебоксары: Чебоксарский кооперативный институт (филиал) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центр-союза Российской Федерации «Российский университет кооперации», 2016. С. 234–237.

5. Маслова, В. Инвестиционное развитие АПК России: проблемы и перспективы // Повышение эффективности крупнотоварного производства и предпринимательства в новых условиях хозяйствования : материалы XIV Международной научно-практической конференции, посвященной 65-летию Института системных исследований в АПК НАН Беларуси, Минск, 14–15 октября 2021 года / Республиканское научное унитарное предприятие «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси». – Минск: Республиканское научное унитарное предприятие «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси», 2022. С. 128–131.

6. Труба, А.С. Особенности формирования инвестиционного климата в АПК России / А. С. Труба, А. А. Верховцев, М. В. Гагарина // Экономика сельского хозяйства России. 2022. № 1. С. 35–40. DOI 10.32651/221-35.

УДК 387.452

**НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ**

Алена Александровна Парфенова, магистрант

Максим Игоревич Копылов, магистрант

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: alenaparfенова71415@gmail.com;

maksim99kop@gmail.com

**SCIENTIFIC APPROACHES TO THE DEVELOPMENT
OF A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT
OF A MEDICAL INSTITUTION**

Alena Alexandrovna Parfenova, Master's Degree student

Maxim Igorevich Kopylov, Master's Degree student

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Применение эффективной стратегии развития позволяет предприятию успешно функционировать на рынке и быть конкурентоспособным в меняющихся условиях внешней среды. В статье обобщены научные подходы к разработке стратегии развития медицинского учреждения. Авторы раскрыли содержание каждого подхода к разработке стратегии развития.

К л ю ч е в ы е с л о в а: стратегии развития, системный подход, процессный подход, функциональный подход, интеграционный подход.

The use of an effective development strategy allows the company to successfully operate in the market and be competitive in a changing environment. The article summarizes scientific approaches to the development of a strategy for the development of a medical institution. The authors revealed the content of each approach to the development strategy development.

K e y w o r d s: development strategies, system approach, process approach, functional approach, integration approach.

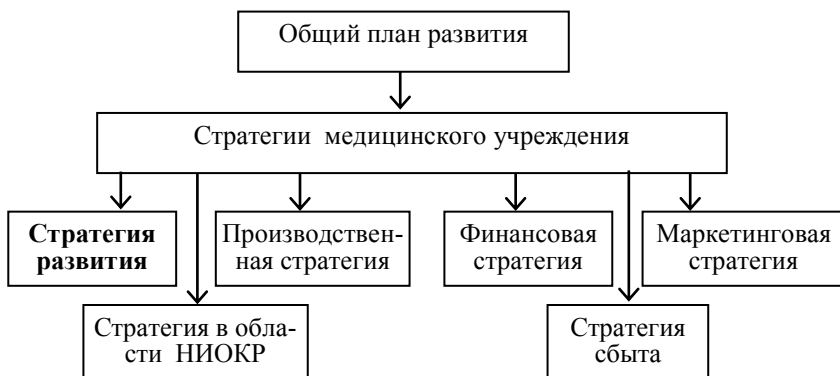
В настоящее время для многих медицинских учреждений характерны инновационные модели по управлению развитием, базирующиеся на использовании новых стратегий. Многие руководители на сегодняшний день приходят к выводу, что успешное развитие во многом зависит от применения эффективной стратегии развития. При этом не во всех медицинских учреждениях есть специалисты в области развития, способные принимать непосредственное участие в решении стратегических задач управления медицинским учреждением.

В связи с этим, все больше компаний начинает заниматься разработкой и внедрением стратегии развития.

Медицинских учреждений, применяющих стратегии развития, с каждым годом становится все больше, при этом результаты их применения разнятся. Существует много разных мнений по данному вопросу, так например по нашему мнению, данные проблемы в основном связаны со снижением объемов реализации медицинских услуг для целевых потребителей.

В связи с этим с целью формирования конкурентных преимуществ, медицинского учреждения важно разработать адекватную стратегию развития, а также эффективно ее в дальнейшем реализовать.

Проведена систематизация научных подходов к разработке стратегии развития позволила соотнести их применительно к медицинским учреждениям. Так, функциональный подход к разработке стратегии развития с позиции управления медицинским учреждением сторонником которого является Голубков Е.П. [1] представлен на рис. 1.



Р и с. 1. Функциональный подход к разработке стратегии развития медицинского учреждения

Особое внимание обращает на себя финансовая стратегия, т. к. финансы выступают основой реализации целей организации [2].

Данный подход направлен на побуждение и мотивацию сотрудников эффективно выполнять свои функциональные обязанности, но в тоже время он не затрагивает проблемы достижения стратегических целей медицинского учреждения.

Процессный подход к разработке стратегии развития рассматривается его сторонниками Ансоффом И. [3] и Звягинцевым В.Б. [4] как процесс ориентированный на создание адекватной стратегии и достижение целей.

Алгоритм применение процессного подхода к разработке стратегии развития представлен на рис. 2.



Р и с. 2. Процессный подход к разработке стратегии развития медицинского учреждения

Использование процессного подхода к разработке стратегии развития медицинского учреждения выступает одним из значимых аспектов его успешного развития.

По нашему мнению, основным достоинством данного подхода для медицинских учреждений является то, что исполнители стратегии развития наделяются необходимыми полномочиями, а также увеличивается уровень их ответственности перед руководством.

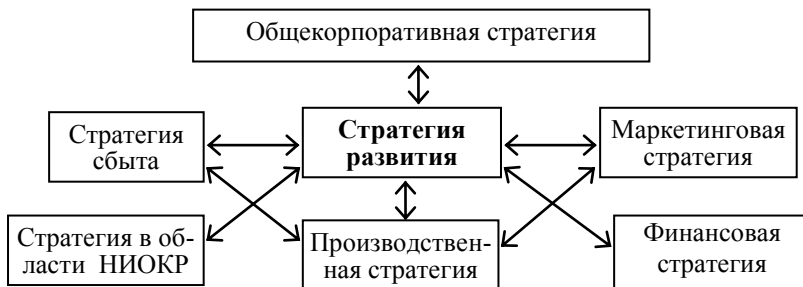
Автор системного подхода к разработке стратегии развития Гренроос К. [5] предполагает то, что специфика ее разработки не исчерпывается в исследовании отдельных ее компонентов, а коренится во всестороннем исследовании характера сложившихся связей между различными элементами системы (рис. 3).



Р и с. 3. Система стратегического управления медицинским учреждением

Кревенсом Д. [6] ориентирует на всестороннее исследование содержания и структуры проблемы для выработки наиболее эффективного и адекватного сложившимся условиям решения.

В рамках интеграционного подхода стратегия развития интегрирует в себе отдельные компоненты других стратегий компании. Она рассматривается как значимый инструмент, обеспечивающий связывание воедино различных структурных компонентов и функциональных областей деятельности медицинского учреждения для успешного достижения намеченных показателей в условиях возрастающей конкуренции, а также нестабильности во внешней среде (рис. 4).



Р и с. 4. Интеграционный подход к разработке стратегии развития

Стратегия развития в рамках интегративного подхода дает возможность обозначить ряд важных аспектов:

- выстраивание связей между стратегией развития и другими стратегиями компании;

- наличие характера взаимозависимости данных стратегий.

Таким образом, нами была проведена систематизация научных подходов к разработке стратегии развития. При этом с нашей точки зрения, наиболее подходящим, согласно сложившимся рыночным условиям, выступает системный подход. Исходя из данного подхода медицинское учреждение про формирование своих рыночных целей ориентируются на тесную взаимосвязь с прописанными в стратегическом плане общекорпоративными целями и задачами.

Каждому медицинскому учреждению необходимо сформировать эффективную систему информации, отвечающую за состояние внешней среды. В общем итоге системный подход направлен на повышение эффективности взаимодействия всех функциональных подразделений медицинских учреждений. В совокупности это обеспечит более успешное управление всеми имеющимися бизнес-процессами, протекающими в медицинском учреждении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голубков, Е. П. Менеджмент: стратегии, планы, структуры. М: Дело, 2020. 462 с.
2. Зотова, Е.В. Финансовая стратегия как инструмент реализации финансово-хозяйственных целей предприятия// в сборнике: научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 161–165.
3. Ансофф, И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 2017. 358 с.
4. Звягинцев, В.Б. Разработка стратегии развития медицинского учреждения и контроль над ее реализацией // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2019. № 1. С. 70–78.
5. Гренроос, К. Стратегии медицинского учреждения // Маркетинг услуг. 2017. № 4. С. 62–67.
6. Кревенс, Д. Стратегический менеджмент. М.: Вильямс, 2019. 586 с.

УДК 631.17

АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА БИОСФЕРУ В КАМЧАТСКОМ КРАЕ

**Нина Ивановна Ряховская, доктор с.-х. наук, профессор,
научный сотрудник**

Камчатский филиал Российского университета кооперации

E-mail: Ryakhovskaya_nina@mail/ru

ANTHROPOLOGICAL IMPACT ON THE BIOSPHERE IN KAMCHATKA KRAI

**Nina Ivanovna Ryakhovskaya, Doctor of agricultural Sciences,
Professor, Research Associate**

Kamchatka branch of the Russian University of Cooperation

В статье рассмотрены антропогенное воздействие на биосферу в Камчатском крае. Антропологические факторы играют значительную роль в изменениях климата, состава вредных вещества атмосфере, почвы, и сокращение сельскохозяйственных площадей, исчезновение многих видов растений, и животных. Только при комплексности предоставляет гарантию защиты владения и пользования землей, охрану земель и эффективное развитие инфраструктуры и системы налогообложения земли, регулировать охрану окружающей среды от загрязнения и получения высококачественной экологически чистой продукции для населения края.

Ключевые слова: антропогенное воздействие, загрязненность, почва, эрозия, биосфера, деградация, охрана земель.

The article considers the anthropogenic impact on the biosphere in the Kamchatka Territory. Anthropological factors play a significant role in climate change, the composition of harmful substances in the atmosphere, soil, and the reduction of agricultural areas, the disappearance of many plant and animal species. Only with comprehensiveness provides a guarantee of protection of land ownership and use, land protection and effective development of infrastructure and land taxation systems, regulate environmental protection from pollution and obtain high-quality environmentally friendly products for the population of the region.

Keywords: anthropogenic impact, pollution, soil, erosion, biosphere, degradation, land protection.

Природные загрязнение возникает в результате естественных причин – извержение вулканов, землетрясений, катастрофических наводнений и пожаров.

В настоящее время общая мощность источников антропогенного загрязнения по многим случаям превосходит естественных. Не рациональное антропогенное воздействие человека на почву приводит к возникновению ускоренной эрозии, резко ухудшающей

экологическую обстановку в крае. Эрозия на открытых полях, долинах приводит к понижению плодородия ферментативной и потенциальной биохимической активности почв.

Негативное влияние рекреационных заведений на природные комплексы производственные отходы, электромагнитные тепловые излучения, шум, сбросы сточных вод: минеральных и органических; микробиологическая загрязненность воды, деградация грунтов, промышленные объекты ТЭЦ-1, реакционная нагрузка, лесохозяйственная деятельность, бытовые нужды: химические реагенты, склады угля, топлива, механические мастерские, АЗС, автотранспорт, выброс и рассеивание вредных веществ. Скорость антропогенного влияния быстро возрастает. В связи с ростом населения и развития новых ресурсозатратных и не всегда безопасных технологиях превратили этот фактор влияния огромного масштаба.

Биосфера не успевает адаптироваться в новых условиях отсюда ее неустойчивость в природе. Участники являются люди, живущие на Камчатке, и они делают биосферу все более уязвимой. В дальнейшем антропологические факторы играют значительную роль в изменениях климата, состава вредных вещества атмосфере, почвы, и сокращение сельскохозяйственных площадей, исчезновение многих видов растений, и животных. Антропологическое влияние на биосферу влияет техногенные экологические катастрофы.

Антропологическое воздействие на природу – различные формы влияния деятельности человека. Антропологическое воздействие охватывают отдельные компоненты природы и природные комплексы. Количественный и качественный характеристикой антропогенных воздействий является нагрузка.

В настоящее время почва, растительность испытывает колоссальное антропогенное влияние.

Экологические проблемы, связанные с деградацией почв – водная, ветровая эрозия и загрязнению почвы ядохимикатами, избытком минеральных удобрений, бытовыми отходами.

Антропологическим источником загрязнением рек – стоки воды промышленных предприятий, стоки городов, канализационные воды животноводческих предприятий, водный транспорт, естественные осадки с вымыванием из атмосферы химических веществ. Нарушается поверхность почвы от гусениц тракторов и вездеходов, гибнут растения, незаконная охота – браконьерство, последствия пожаров, добыча ископаемых, несанкционированных свалок и т. д. Оленьи пастбища, вытаптываются и не восстанавливаются. На восстановление пастбищ потребуется 15–20 лет.

Природные ландшафты, измененные деятельностью человека,

получили название антропогенными. Антропогенная нагрузка на пастбища, на почву сопровождается:

- отторжение пахотных земель (пашни), уменьшается плодородие почвы;

- насыщение почвы токсическими веществами, что приводит к загрязнению продуктов питания растительного и животного происхождения;

- нарушения биоценозов к гибели птиц, животных, растений, загрязнения грунтовых вод в зоне свалок, сбросы сточных вод. Процессы почвообразования в условиях Камчатки связаны с вулканической деятельностью, благодаря которой почвы периодически покрываются рыхлым пирокластическим материалом и имеют легкий механический состав, который способствует формированию неустойчивого питательного режима, дефицитного по основным элементам питания. Поэтому необходима высокая доза минеральных удобрений для получения стабильных урожаев. Вместе с тем, в силу высокой адсорбции охристо-вулканических почв проявляется негативное воздействие химизации на окружающую среду, в частности на камчатские водоемы. В последние годы в относительно чистых водоемах обнаружен фенол, как следствие хозяйственной деятельности человека.

При обследовании загрязненности территории г. Петропавловска-Камчатского, Авачинской губы выявлено высокое содержание в почве города таких металлов как хром, свинец, цинк с превышением фоновых значений в 19-48 раз. Это свидетельствует о наличии техногенного воздействия на почву [1].

Неблагоприятное влияние на почвы оказывают и 65 полигонов для захоронения бытовых отходов, которые не удовлетворяют санитарным требованиям.

Содержание тяжелых металлов в почвах находится в пределах предельно-допустимых концентраций. В настоящее время серьезные экологические проблемы возникают при ликвидации воинских частей. На местах их размещения остаются разрушенные строения, несанкционированные захоронения токсичных отходов.

Экологическое состояние земель сельскохозяйственного назначения Камчатского края продолжает ухудшаться, особенно в районах, где наиболее интенсивно проявляются негативные процессы, вызванные нерациональным антропогенным воздействием на окружающую среду.

Отчуждение питательных веществ с урожаями, дегумификация почв, их переувлажнение, закисление, заболачивание - процессы, резко ухудшающие экологическое состояние земель, приводящие к разрушению природных ландшафтов и экосистем, устойчивой

тенденции деградации земель, особенно сельскохозяйственного назначения.

К нерациональному использованию земель населенных пунктов приводят такие негативные явления, как захламливание земель производственными и бытовыми отходами, нецелевое использование земель, самовольное занятие земельных участков, несанкционированные изменения границ землепользований и др., зарастание земель сорняками, дикоросами, брошенные земли.

Одним из положительных моментов является то, что в последние годы все объекты промышленного освоения территории (газ, золото и др. ископаемые) проходят по проектам экологическую экспертизу.

Сельскохозяйственные угодья на территории края расположены 45% охристо-вулканических, лесных, 38,4% аллювиальных, 16,6% болотных почвах. Гумус минеральных почв Камчатки находится в стадии формирования. В групповом составе гумуса преобладают фульвокислоты. Гуминовые кислоты характеризуются низкой оптической плотностью и не коагулируют с кальцием [2].

В настоящее время из 52,6 тыс. га обследованных площадей пашни 59,9% нуждаются в известковании: из них 44,2% – в первоочередном, 55,8% – в поддерживающем.

Эффективность земледелия и сельскохозяйственного производства в Камчатском крае связаны с сохранением и воспроизводством плодородия земель, так как в силу почвообразовательных процессов, обусловленных действием вулканов и климатических условий, они не отличаются высоким плодородием.

В последние годы на территории края, в результате неблагоприятной экономической ситуации, увеличились темпы деградации почв. Процессы утраты плодородия земель отмечаются как на пашне, так и на пастбищах и сенокосах.

Высокий отрицательный баланс питательных веществ в почве обусловлен выносом их урожаями сельскохозяйственных культур, сорняками; значительными действиями водно-ветровой эрозии; заболачиванием почв; а также известняковых материалов, необходимых для раскисления кислых почв, площадь которых каждый год увеличивается.

Для бездефицитного баланса гумуса ежегодно требуется заготавливать не менее 480 тыс. т торфа и вносить около 810 тыс. т органических удобрений. В целом, применение азотных удобрений сократилось в 2,8 раза, фосфорных в 1,4 раза, калийных в 3 раза [3].

По результатам обследования, уровень содержания валовых кислоторастворимых форм тяжелых металлов в почвах Камчатки невысок и не превышает 0,5 ПДК по каждому элементу. Это поз-

воляет практически повсеместно получать экологически чистую в отношении этих показателей сельскохозяйственную продукцию.

Сохранение почвенного плодородия земель и его рациональное использование при хозяйственной деятельности имеет огромное значение. Почвенное плодородие, являясь естественным условием интенсификации земледелия, способствует росту урожайности и валовых сборов сельскохозяйственных культур, имеет важное природоохранное значение, увеличивая ценность земель сельскохозяйственного назначения не только как объектов производственной деятельности, но и как компонентов биосферы. Состояние почвенного плодородия напрямую связано с продовольственной безопасностью Камчатского края.

Экстенсивное использование плодородия почв уже вызвало снижение валовых сборов основных сельскохозяйственных культур и усилило зависимость сельского хозяйства от погодных условий и внесения удобрений.

Реальный и экономически выгодный путь восстановления плодородия и увеличения производства с/х продукции возможен на основе биологизации земледелия на Камчатке, включавший введение в севооборот сидеральных культур однолетних (рапс яровой, редька масличная) и многолетних трав (клеверо-тимофеечная смесь). Роль однолетних сидератов заключается в преимуществе их одногодичного использования. При исследовании эти культуры в короткий срок формируют урожай биомассы 250–350 ц/га.

Применение однолетних сидератов в 2-польном картофельном севообороте по действию на урожай картофеля и агрохимические свойства почвы было равноценно внесению в почву 100 т/га торфокомпоста [3].

В целях снижения потерь плодородия почвы разработана улучшенная ресурсосберегающая технология возделывания картофеля – запашка биомассы клеверо-тимофеечной смеси 3-го года жизни. За три года под посевами многолетних трав формируется мощная дернина (до 20 см), которая при запашке вместе с травостоем является источником питательных веществ для растений и воспроизводства почвенного плодородия. При этом коэффициент структурности почвы повышался – с 0,9 до 2,5.

Исследования, проведенные в севооборотах с картофелем с короткой ротацией, показали, что за счет сидератов накапливалось до 19–30 т/га органической массы. В течение ротации 3-х польного севооборота ежегодно на каждое поле поступало 5–7 т органического вещества и с ним 63–147 кг азота и калия и 9–27 кг фосфора. При запашке зеленого удобрения происходило закрепление подвижных форм азота, что резко снижало возможность вымывания его из корнеобитаемого слоя почвы.

Положительное влияние сидерации на плодородие почвы и урожайность культур сохраняется не менее трех лет. Установлено, что в год прямого действия зеленое удобрение может повышать урожайность картофеля на 21,5–28,8 ц/га по сравнению как с торфонавозным фоном, так и с использованием пласта многолетних трав [4].

При запашке сидеральной массы клеверо - тимофеечной смеси, как предшественника для картофеля, позволяет снизить дозу азотно-фосфорных удобрений на 25%, при этом урожай картофеля составляет 253–268 ц/га (таблица).

Влияние уровня удобренности на урожайность картофеля и энергетические затраты

Возраст многолетних трав на сидерат	Удобрения	Урожайность по полям		Средняя урожайность за севооборот, ц/га	Выход валовой энергии, МДж/га	Затраты энергии на производство продукции, МДж/га	Коэффициент энергетической эффективности
		1-е поле (прямое действие)	2-е поле (последнее действие)				
Второй год жизни	Без удобрений (контроль)	128,9	125,4	127,2	46555	50362	0,9
	N120P120K120	258,1	272,3	265,2	970063	62618	1,6
Третий год жизни	N90P90K120	248,9	256,9	252,9	85241	59771	1,4
	Без удобрений (контроль)	150,8	114,8	132,8	102572	58384	1,5
	N120P120K120	265,4	271,1	268,2	151982	70640	2,2
	N90P90K120	263,8	260,0	261,9	133198	67793	2,0

С учетом энергетической ценности самих органических удобрений, при условии их перевозки с применением сидерата расходуемая энергия снижалась: на топливо в 8,6 раза, на машины и оборудование – в 5,7 раза.

Повышение требований к сельскохозяйственному производству в экологическом отношении, а также к качеству продукции, введение обязательной ее сертификации вызвало необходимость определения в почвах тяжелых металлов (ТМ) и других загрязнителей.

В результате указанных деградационных процессов резко понижается экологическая устойчивость природных систем.

В настоящее время почва, растительность испытывает колоссальное антропогенное влияние. Эффективность земледелия и сельскохозяйственного производства в Камчатском крае связаны с сохранением и воспроизводством плодородия земель, Управление земельными ресурсами, как объектом уникальным, многофункциональным и структурно-сложным, действует на взаимосвязанных уровнях: федеральном, субъектов федерации и муниципальном, или местном, комплексно реализующих единую государственную земельную политику в тесном взаимодействии с хозяйствующими

на земле предприятиями. Только при такой комплексности предоставляет гарантию защиты владения и пользования землей, охрану земель и эффективное развитие инфраструктуры и системы налогообложения земли, регулировать охрану окружающей среды от загрязнения и получения высококачественной экологически чистой, безопасной продукции для населения края.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ряховская, Н.И.*, Василенко Т.Т. О катастрофическом состоянии плодородия почв сельскохозяйственных угодий Камчатской области / Петропавловск-Камчатский, 2005. 26 с.
2. *Ряховская, Н.И.* Астафьева В.И. Экотоксикологические аспекты загрязнения охристо- вулканических почв тяжелыми металлами / Аграрная наука – сельскохозяйственному производству Дальнего Востока // сб. науч. трудов Дальнаука ДВО РАН Владивосток, 2005. С. 263–267.
3. *Ряховская, Н.И.* Система земледелия Камчатского края Петропавловск-Камчатский, изд.-во «Камчатпресс», 2015. 257 с.
4. *Ряховская, Н.И.* Аграрная наука Камчатки: этапы становления и приоритетные направления развития // мат. научн. конфен., Состояние и приоритеты научного обеспечения агропромышленного комплекса Камчатского края. Петропавловск-Камчатский, ДВФ ФГБОУ ВО ВВАТ Минэкономразвития России, 2015. 163 с.

УДК 378:811.111

К ВОПРОСУ РОЛИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОЙ И ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ

**Людмила Вячеславовна Савушкина, кандидат культурологии,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: savushkinalv@mail.ru

THE ROLE OF A FOREIGN LANGUAGE IN THE FORMATION OF A COMPETITIVE AND MULTICULTURAL PERSONALITY

**Lyudmila Vyacheslavovna Savushkina, PhD (Culturology),
Associate Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Статья рассматривает актуальные вопросы аспектов обучения иноязычной речи как средству межкультурного общения в сфере профессиональной деятель-

ности, анализируются средства формирования поликультурной личности будущего специалиста как одно из условий успешной адаптации в социальном и научном пространстве. Автором делается вывод, что конкурентоспособность современного специалиста определяется не только его владением разнообразными профессиональными знаниями, но и готовностью решать multifunctional задачи в условиях иноязычной коммуникации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: поликультурная личность, поликультурность образования, иностранный язык, межкультурная коммуникация, межкультурная коммуникация, информационное пространство, высококвалифицированный конкурентоспособный специалист.

The article considers topical issues of aspects of teaching foreign language speech as a means of intercultural communication in the field of professional activity, analyzes the means of forming a multicultural personality of a future specialist as one of the conditions for successful adaptation in the social and scientific space. The author concludes that the competitiveness of a modern specialist is determined not only by his possession of a variety of professional knowledge, but also by his willingness to solve multifunctional tasks in the conditions of foreign language communication.

К e y w o r d s: multicultural personality, multiculturalism of education, foreign language, intercultural communication, intercultural communication, information space, highly qualified competitive specialist.

Наблюдаемый в настоящее время процесс глобализации в современном мире, проявляющийся в сочетании традиций различных наций, укреплении национального сотрудничества, вызвал быстрое развитие общения между различными культурами в каждой сфере нашей жизни. Задача профессионалов состоит в том, что они в разнообразных отраслях науки и техники обязаны регулярно следить за появившимися за рубежом новинками и получать информацию, которая была бы полезной для их профессии. Для этого любому эрудированному сотруднику нужно иметь определенные знания иностранного языка.

Специалист, который наделен творческой инициативой и обладает умением достигать поставленные цели, владеет разнообразными профессиональными знаниями для решения профессиональных задач. Для того чтобы эксперт в любой области был более конкурентоспособным, ему требуется использовать новейшие методы, подходы и технологии. Конкурентоспособность сегодняшнего специалиста определяется высоким уровнем работоспособности и желанием решать профессиональные проблемы на фоне иноязычного общения [1, с. 336].

Российское профессиональное обучение направлено на неплохую подготовку квалифицированных, конкурентоспособных специалистов, желающих постоянно развиваться и профессионально реализоваться. Главным элементом профессиональной деятельности специалистов становится иноязычная коммуникация, поскольку обладание иностранным языком дает возможность реализовать такие точки зрения профессиональной деятельности, как своевременное знакомство с новыми открытиями, технологиями и

направлениями в развитии науки и техники, формирование профессиональной связи с иностранными коллегами.

Формирование социокультурных знаний и умений означает расширение объема лингвострановедческих и страноведческих знаний за счет новой тематики и проблематики речевого общения с учетом специфики выбранного профиля; углубление знаний о стране или странах изучаемого языка, их науке и культуре, исторических и современных реалиях, общественных деятелях, месте этих стран в мировом обществе, мировой культуре, взаимоотношениях с нашей страной [2]; расширение объема лингвистических и культуроведческих знаний, навыков и умений, связанных с адекватным использованием языковых средств и правил речевого и неречевого поведения в соответствии с нормами, принятыми в стране изучаемого языка.

Развитие в профессионально-ориентированном образовании содействует надежному обладанию иностранным языком и созданию конкурентоспособного специалиста в наше время. Владение иностранными языками (в особенности английским как межнациональным языком общения) важно для всей молодежи России, если ее представители она стремятся найти хорошую работу и повысить свои знания в культурологии. В соответствии с исследованиями, 76% граждан России полагают, что изучение иностранных языков дает возможность познать другую культуру, улучшает память, а также считается важной составной частью при их трудоустройстве, в связи с этим знание иностранного языка, с их точки зрения, необходимо [3].

Конкурентоспособность сегодняшнего специалиста определяется сочетанием качеств поликультурной личности, высоким уровнем работоспособности и желанием решать профессиональные проблемы на фоне иноязычного общения (это даёт гарантию на стопроцентное взаимодействие на стадии профессиональной коммуникации, используя иностранный язык).

Благодаря иностранному языку специалисту предоставляется возможность адаптироваться к новым условиям профессиональной деятельности. Профессионально-ориентированное обучение обязано совмещать в себе не только обладание нацеленным иностранным языком, понимание культуры и обычаев страны осваиваемого языка, но и получение особого опыта, основанного на лингвистических и профессиональных знаниях. Сегодня профильно-ориентированное образование считается важным направлением возобновления обучения [4, с. 262].

Для осуществления иностранной коммуникации необходимо обладать лингвистическими знаниями, благодаря им будущий специалист сможет получать информацию о последних событиях,

связанных с его профессией (например, какие-либо достижения мировой науки). Это гарантирует рост уровня профессионального опыта. Отсутствие массового обмена специальной информации в обществе, использующее в своей речи различные языки, не способствует развитию техники и науки в современном мире.

Создание условий для высокого качества жизни современного человека, стремящегося адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям не представляется без изучения иностранных языков. Уверенное владение одним и более иностранным языком предоставляет способность не только исследовать культурное наследие других государств, но и в большей степени благоприятствует совершенствованию мыслительного процесса, памяти и воображения, значительно улучшает ментальные качества человека. Лингвистическое знание является важным для эффективного долгосрочного сотрудничества стран друг с другом во многих аспектах жизни (искусство, культура, политика, наука и т.д.), что обеспечивает поддержание и устойчивое развитие межкультурных коммуникаций.

Нацеленность на высокие лингвистические способности как основополагающий принцип овладения иностранным языком выступает в качестве базисной составляющей профессиональной подготовки специалиста.

В момент обучения иностранному языку будущий специалист повышает свой языковой опыт, то есть развивает навыки и умения, необходимые для эффективного общения в разных областях научной и профессиональной деятельности (например, во время коммуникации с заграничными инвестиционными предприятиями, иностранными банками и сотрудниками разнообразных бизнес-структур) [5].

Обладая таким объемом знаний, можно беседовать о конкурентоспособности современных специалистов.

Таким образом, без взаимодействия общества не будет происходить развитие науки и техники в современном мире. Отсутствие знаний иностранных языков сведёт к нулю развитие мышления, памяти и воображения. А без всего этого невозможно эффективное сотрудничество государств друг с другом в различных сферах жизни (искусство, культура, политика, наука и т. д.). Владение иностранным языком является важным элементом профессиональной подготовки специалиста, а также воспитания рационально высококультурной, развитой и образованной личности, подходящей требованиям нынешнего общества.

Повышение качества иноязычной профессиональной компетенции специалиста – не что иное, как мультилатеральный процесс, который затрагивает генезис личностно-профессиональных ка-

чество, повышает образовательный показатель и расширяет круг интересов и картину мира специалиста, индуцирует устойчивое саморазвитие и самообогащение личности через интеграцию в мир иного языка и культуры.

На современном этапе развития общества прослеживается полная очевидность в крайней необходимости формирования поликультурного образовательного процесса, его подобающем положении в реализации воспитания и обучения современной молодежи, поскольку становясь одной из ведущих педагогических аспектов образования в условиях насущных реалий, поликультурность осуществляет акцент на вариабельность принятия решений, стремления к диалогу, на поиск новых нестандартных путей нейтрализации проблемных ситуаций [6].

Бесспорно, язык является зеркальным отражением культуры, в котором наблюдается не только аутентичный, окружающий человека мир, но и вектор на межкультурный аспект овладения языков, менталитет народа, его национальное своеобразие, традиции, обычаи, мораль. Усвоение иностранного языка становится надлежащим и ключевым условием будущей профессиональной деятельности современного специалиста, профессиональные инициативы которого зачастую недостижимы без разносторонних международных контактов.

Поэтому познание иностранного языка трансформируется в один из жизненно важных производственных элементов, язык становится универсальным средством профессиональной жизни, а выпускник высшего учебного учреждения либо получивший среднее специальное образование без знания иностранного языка уже не всегда признается высококомпетентным специалистом, даже при убедительном обладании высокой квалификации в своей основной профессии.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Савушкина, Л.В.* К вопросу о роли иностранного языка в становлении личности конкурентноспособного специалиста // Результаты современных научных исследований: материалы Межд. науч.-практич. конф.; Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск: «Рузаевский печатник». 2021. С. 332–336.
2. *Савушкина, Л.В.* К проблеме использования цифровых технологий в современном образовательном пространстве // Известия самарского научного центра российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2020. Том 22. № 70. С. 5–10.
3. *Савушкина, Л.В.* Актуальные проблемы развития межкультурной коммуникации в процессе преподавания иностранных языков. // Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации: теоретические и прикладные аспекты // Межвузовский сборник научных трудов (с международным участием). Саранск, 2017. С. 152–157.
4. *Савушкина, Л.В.* К проблеме роли иностранного языка в профессионально-ориентированном образовании конкурентноспособного специалиста // Интеграция науки в условиях цифровизации. «Научные исследования в социально-

экономическом развитии общества»: материалы Нац. науч.-практич. конф.: в 2 ч., Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск, 2021. С.261–265.

5. *Зилняя, И.А.* Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентного подхода в образовании. Авторская версия. М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. 40 с.

6. *Хортон, У., Хортон, К.* Электронное обучение: инструменты и технологии // У. Хортон, К. Хортон // М.: КУДИЦ-Образ, 2005. 638 с.

7. *Косьякова, Ю.Г.* Иностраный язык как средство активизации профессионального развития студента // Профессиональное лингвообразование: материалы десятой международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, июль 2016.

8. *Бурлина, Е.Я.* Человеческое в культуре, культурное в человеке. Диалоги о путях приобщения к культуре. М.: Знание, 2009. 48 с.

9. *Сысоев, П.В.* Языковое поликультурное образование: теория и практика. М., 2008. 154 с.

10. *Федотова, О.Л.* Концептуальные подходы к системе разноуровневой подготовки по иностранному языку в вузах неязыковых специальностей // Российское право в Интернете. 2008. № 2.

УДК 37.012(045)

**TEACHING BUSINESS LANGUAGE
TO NON-LINGUISTIC
UNIVERSITY STUDENTS**

**Liliya Viacheslavovna Samosudova, Candidate of Philological
Sciences, Associate Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

E-mail: l.v.samosudova@ruc.su

**ОБУЧЕНИЕ ДЕЛОВОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ
НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА**

**Лилия Вячеславовна Самосудова, кандидат филологических
наук, доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

The relevance of the study is caused by the interest and the need to study special business vocabulary in foreign language classes with students of non-linguistic specialties. When conducting business-related activities, knowledge of business English is an integral and important factor. The paper presents a number of exercises aimed at studying and consolidating special terms.

Ключевые слова: business English, training, business, exercise, word collocation.

Актуальность исследования вызвана интересом и необходимостью изучения специальной деловой лексики на занятиях по иностранному языку со студентами неязыковых специальностей. При ведении деятельности, связанной с бизнесом, знание делового английского является неотъемлемым и важным фактором. В работе представлен ряд упражнений, направленных на изучение и закрепление специальных терминов.

К e y w o r d s: деловой английский язык, обучение, бизнес, упражнение, словосочетание.

The use of English as the language of business is becoming more common. Every day, millions of people around the world use English in their business activities. The business is about buying and selling. We use the language of trade, finance and industry in our business activities. When it comes to design and innovation, traditions and values, cooperation and negotiations, everywhere, in all areas related to business, it is necessary to know business vocabulary, business language. In short, business English is communication with other people in a certain context [1, p. 46].

Learning a special vocabulary should be given great attention in the classroom in a foreign language. It would be nice to combine the study of special vocabulary in a foreign language with the study of the main subject [2, p. 337].

But often students do not have a complete set of specialized terms and foreign words can present conceptual difficulties. Accordingly, given that in professionally oriented texts there are a large number of words whose meaning is not yet fully known to students, foreign language teachers need to prepare students to work with them.

Business people are known to do many things with language: they communicate and analyze, forecast and negotiate, they sell and buy, persuade or compromise, make phone calls and do market research, they also produce, educate, travel, plan, advertise, explain... the list is endless. Business English users need to know specific vocabulary, which includes lexical words, functional words, multi-word units, sentence headings, phrasal verbs, phrases and idioms.

Students are currently in need of expanding their business vocabulary. Particular difficulties in the study of vocabulary relate to the following points: the correct use of the word, lack of vocabulary; and confusion between similar-sounding/looking words. For the learner, knowing a word may mean being able to recognize it in spoken or written form; use it in the appropriate grammatical form; pronounce and write correctly; use it in the correct phrases [3, c. 124].

Thus, when teaching any vocabulary, the two most important questions arise: what vocabulary should be taught and how should it be taught?

Regarding the first question, the language being studied depends on the needs of the students. This often means high technical content and the use of common business terms. Regarding the second question, the main problems of teaching vocabulary can be summarized as follows: phrase; word formation; context; words are often confused; social English; idioms.

In other words, students should be able to distinguish word forms (by understanding the rules of word formation); learn the meaning of a word (work with context); use words correctly (using phrases); make your speech more interesting and less formal (using idioms and social English).

In our work, we will consider examples of exercises with the help of which it is easier for students to memorize and subsequently use special vocabulary.

It is known that some pairs of words often go together. When working with texts, we must be able to make logical chains from familiar words. Such an association is called word collocation, a phrase. In such constructions, two or more words are used together more often than in other combinations of words. To use the language more naturally, students should learn to recognize and memorize such phrases.

In class, you may be asked to complete tasks such as:

1. Match the words from the two columns to form common partnerships.

a) Adjective	Noun
1. skilled	a) communication
2. free	b) insurance
3. effective	c) membership
4. private	d) workers
b) Verb	Noun
1. welcome	a) skills
2. allocate	b) demands
3. develop	c) tasks
4. meet	d) visitors
c) Noun	Noun
1. application	a) scale
2. profit	b) form
3. feasibility	c) share
4. salary	d) study

2. Complete the sentences using a suitable expression from above tables. 1. It is the manager's task to _____ among employees.

2. The company pays for the staff to go on training courses to _____ professional _____ .
3. In big companies employees get _____ _____ of the local gym.
4. The new modified model _____ s all the _____.
5. Among other benefits, the company provides its employees with _____ health _____.

При выполнении упражнений на чтение и заполнение пропусков студенты находят и запоминают сочетания слов, которые в дальнейшем могут быть использованы в устной речи. Также для усложнения задачи. Можно предложить задания на составление предложений из заданных слов.

3. Match the following words and phrases to make complete expressions

1. to demand	money	relations
2. to regulate	customer	in advance
3. to damage	immediate	operations
4. to insist on	business to business	payment

Then students explain the use of a particular construction, give examples using these expressions. In this way, they learn to analyze vocabulary and use words correctly.

Students can also make many useful business phrases with the verbs make and do. However, they must remember which one to use! The following exercise may help them:

	business
	research
MAKE	progress
DO	an effort
	an appointment
	a feasibility study

The study of words – “partners” is much more useful than the study of individual words. Teaching business English is about learning business language phrases. The more phrases students know, the more fluent their speech will be.

Many linguists assume that our brains group different forms of the same word together. Therefore, it is necessary to teach students the principles of word formation. Affixation, for example, is one way of forming new words. The following exercises are possible.

a) Match the following prefixes with their meaning and make up the sentences of your own:

Prefix	Meaning
1. pre-	a) in favor of
2. ex-	b) former
3. pro-	c) before

b) Which of the prefixes above precede the following words?
 government industrial Europe war

2. a) Complete the table using appropriate suffixes.

Verb	Noun	Adjective
1. manage	management	managerial
2. occupy		
3. operate		
4. vary		
5. produce		

b) Complete the sentence with the correct form of the word from the table above.

- The new model should be in _____ in three months.
 - The finished _____ must leave the factory in perfect condition.
 - Our company produces a great _____ of toys.
 - They put forward _____ suggestions to increase the sales.
 - To increase _____, our engineers introduced a new system.
3. Change the words in brackets to make another word:
- The (work) conditions are very good here.
 - Satisfaction is the greatest (motivate).
 - Job creation schemes actually do very little to help the (employ).

Another way to form new words is to add two stems, when two words are used together to form a common expression: credit card; income tax; paperback; brand stretching; shopfloor; application form; feasibility study - these words are often found in texts, so it is important to memorize and use them in your speech.

Also, two words can be mixed to form one new one – (info+entertainment = infotainment; globalization + localization = glocalization). New words can also be created by shortening longer words: email, dorm, rep, ad.

The task of the teacher is to teach students to recognize these words in the text and use them correctly. In English, compound adjectives are quite common, which are familiar to many duty-free, remote-controlled, time-consuming, cut-price. However, the teacher should motivate them to look for new and interesting word combinations when analyzing new texts. For example, studying the problem of remote work Business Matters, M. Powell), students can find new interesting word combinations in the text: inner-directed worker; sustain-driven worker; fast-changing marketplace; far-reaching consequences). They can practice the expressions in the exercises and with their own exam-

ples. Thus, in order to differentiate word forms, understand the meaning of a word, develop a linguistic instinct, students must learn the principles of word formation and apply them in practice.

Summing up, we can say that learning business vocabulary requires special attention and time. How to get results? First, students must learn and memorize phrases. Second, they must practice them. Using words is the best way to fix them in memory. Finally, it is necessary to generate a vocabulary that incorporates new aspects of knowledge into what is already known.

LITERATURE

1. *Frendo, E.* How to Teach Business English, Pearson, 2005, 125 p.
2. *Самосудова, Л.В.* Об эффективности проведения элективных курсов по иностранному профессиональному языку// Результаты современных научных исследований» Материалы Международной научно-практической конференции. Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. Саранск : Тип. «Рузаев. печатник», 2021. Ч. 2. С. 336–340
3. *Родина, Е.Ю.* Teaching business vocabulary// Молодой ученый. 2010. № 12 (23). Т. 2. С. 123–126.

УДК 339.138(075.8)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В ПЕРИОД САНКЦИЙ

Светлана Михайловна Солдаткина, кандидат экономических наук, доцент

Дмитрий Геннадьевич Жалнин, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: s.m.soldatkina @ruc.su; st801732@ruc.su

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF MARKETING IN THE PERIOD OF SANCTIONS

Svetlana Mikhailovna Soldatkina, PhD in Economics, Associate Professor

Dmitry Gennadievich Zhalnin, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Санкции, введенные рядом зарубежных стран, направлены на дестабилизацию российской экономики. Чтобы поддержать предпринимателей в этот напря-

женный период, разрабатываются новые меры поддержки бизнеса. В тоже время сами организации могут принять ряд управленческих решений, которые будут способствовать их развитию. Маркетинговые технологии в сложившейся ситуации остаются одним из серьезных факторов конкурентоспособности организаций, а также прибыльности и роста их стоимости.

К л ю ч е в ы е с л о в а: клиенты, маркетинг, маркетинговые технологии, новые ниши, продажи, санкции, спрос, целевой рынок.

Sanctions imposed by a number of foreign countries are aimed at destabilizing the Russian economy. To support entrepreneurs during this stressful period, new business support measures are being developed. At the same time, organizations themselves can make a number of management decisions that will contribute to their development. Marketing technologies in the current situation remain one of the major factors in the competitiveness of organizations, as well as the profitability and growth of their value.

К e y w o r d s: clients, marketing, marketing technologies, new niches, sales, sanctions, demand, target market.

Санкции, введенные против России, оказывают затрагивают самые разные отрасли, от экономики и бизнеса до культуры и искусства. Не обходят стороной они и отдельные виды деятельности, в том числе и маркетинг организаций. Что же можно предпринимать в условиях современной действительности для поддержки бизнеса клиентов и своего собственного? По мнению экспертов меры поддержки в области маркетинга должны быть реализованы в следующих направлениях [1]:

1. Поддержанию диалога с клиентами: информирование клиентов о том, что происходит в организации.
2. Продажи: если есть продукт или услуга, а спрос не снижается, необходимо усиливать маркетинг.
3. Поиск новых ниш: организация лучше знает, что происходит на целевом рынке. Сложившаяся ситуация точно создала для организаций новые возможности.

Рассмотрим каждое направление подробнее. Прежде всего нельзя терять связь с клиентами. Да, сейчас у предпринимателя множество проблем. Но текущая клиентская база, лояльные клиенты – это то, что поможет в первую очередь пережить сложившуюся ситуацию, а может и выйти из нее победителем.

Например, можно открыть горячую линию для клиентов, запустить ТГ-канал, добавить на сайт сведения о том, как организация работает, обновить информацию в социальных сетях, сделать рассылку по клиентской базе, создать новостной канал, провести мероприятия для клиентов, в том числе организовывать прямые эфиры и индивидуальные созвоны и др.

Следующее, на что следует обратить внимание – это продажи. Если у организации есть, что продавать – ни в коем случае нельзя останавливаться:

– нужно развивать маркетинг, искать новые варианты рекламных каналов;

- проверять работу интернет-эквайринга на сайте;
- обновлять информацию о ценах и наличии товара;
- информировать о поступлениях на сайте, в соцсетях и с помощью рассылки;
- использовать дополнительные варианты: акции, бонусы, распродажа [1].

Необходимо сделать так, чтобы максимальное количество людей узнало, что именно данная организация может продать товар или оказать услугу, которые сейчас востребованы. Важно быстро запустить лендинги, сформулировать предложение для клиента и оперативно распространить информацию. План действий может быть таким:

- быстро запускать лендинги и формулировать офферы;
- найти каналы, где можно в короткие сроки распространить информацию;
- необходимо запустить все подходящие рекламные каналы;
- осуществить масштабирование успеха;
- установить лидерство в тематике [1].

Если же продажи организации находятся в состоянии «затишья», то в данной ситуации необходимо:

- работать над информационной поддержкой организации;
- делиться новостями рынка, рассказывать о том, что происходит;
- заниматься контент-маркетингом и рекламой бренда;
- сделать так, чтобы клиент всегда помнил о данной организации.

Если сейчас не меняться, то высок риск, что завтра бизнес может быть потерян. Нужно искать возможности, которые появляются прямо сейчас. Вот несколько примеров трендов, на которые можно ориентироваться:

- импортозамещение;
- появление новых брендов;
- срочные услуги: логистика, юристы, финансы;
- настройка VPN;
- перенос рекламы из Facebook и Instagram;
- пакетные предложения для быстрого запуска нового бренда и др.

Необходимо на постоянной основе осуществлять мониторинг того, что организация может предложить рынку в перспективе [2].

Если организация находится в категории бизнеса, которому есть что продавать или есть новая ниша, то для расширения маркетинга можно использовать следующие каналы:

- сарафанное радио: партнеры, коллеги, сообщества;

- контент-маркетинг: сайт, соцсети, рассылки;
- поисковая реклама: Яндекс Директ;
- нативная реклама: Telegram;
- таргетированная реклама: Вконтакте.

Типы контента, который люди потребляют, и способы, которыми маркетологи могут привлечь новую аудиторию, продолжают развиваться [3].

Диджитал стал высшим лидером в мире маркетинга. Сейчас на него приходится около 80,0% всех бюджетов маркетинговых каналов.

Изучая различные инновационные маркетинговые технологии, представленные ниже, организация может оценить, какие из них следует использовать в контексте ее целевого рынка, основной аудитории, продукта или услуги, чтобы можно было эффективно спланировать, вывести свой бренд на новый уровень:

1. Сторителлинг. В сторителлинге нет ничего нового, но он остается одной из самых важных тенденций для многих видов бизнеса. 33,0% директоров по маркетингу считают, что стратегия бренда – это их самая важная стратегическая направленность [4].

Каждому бренду есть что рассказать в своих историях. Истории брендов помогают компаниям наладить тесные связи с другими компаниями и потребителями.

Этот формат даст возможность построить настоящие отношения и долгосрочную лояльность, выделиться среди конкурентов. Гибкость стала одной из главных направленностей маркетинговых кампаний. Инвестиции в гибкие маркетинговые стратегии [5] уже во время всемирной пандемии стали приоритетными. В отличие от прошлых рецессий, когда компаниям приходилось сокращать штат до 50,0%, многие современные компании перешли в основном на цифровые каналы.

Они улучшили свою онлайн-деятельность, чтобы заменить свое физическое присутствие. Им пришлось быстро измениться, чтобы оставаться актуальными и адаптироваться к меняющимся потребностям покупателей. Чтобы бизнес оставался гибким, организации должны понимать текущие потребности своей аудитории и предвидеть будущие форс-мажорные ситуации.

2. Новаторское партнерство. Формирование инновационных партнерских отношений с другими брендами – еще один способ улучшить качество обслуживания клиентов. Установив партнерские отношения с компанией, предоставляющей бесплатные услуги, можно принести больше пользы своим клиентам.

Например, есть компания, занимающаяся разработкой программного обеспечения для электронного маркетинга. Ее клиенты

– это в первую очередь владельцы малого бизнеса. Партнерство с бизнесом по маркетингу в социальных сетях для создания нового продукта, объединяющего социальные сети и почтовые службы, может сделать предложение более привлекательным.

3. Видеомаркетинг и продажи Видео – это самая быстрорастущая форма контента. Люди воспринимают визуальные эффекты, такие как изображения, иллюстрации и видео. С большим количеством контента, который нужно прокручивать, легче смотреть короткое видео, чем читать длинную статью.

Видео может помочь установить более личный контакт с клиентами, чем другие формы контент-маркетинга. В 2021г. 92,0% маркетологов заявили, что видеоконтент является важной частью стратегии контент-маркетинга.

4. Создание сообществ бренда. Сообщества брендов могут повысить лояльность клиентов и привлечь больше людей к бренду. Сообщество бренда – это совокупность людей, которые взаимодействуют как с брендом, так и друг с другом, которые популяризируют продукт.

Члены сообщества рекомендуют бренд своей семье и друзьям, обсуждают продукты на онлайн-форумах и в социальных сетях.

5. Маркетинг искусственного интеллекта. Искусственный интеллект стал важной движущей силой для многих предприятий. С помощью анализа данных и машинного обучения бренды могут прогнозировать поведение клиентов и настраивать покупательский опыт.

Искусственный интеллект также используется в оценке потенциальных клиентов для определения ценности потенциальных новых клиентов. Это также может включать использование автоматизированных чат-ботов с искусственным интеллектом для более эффективного решения вопросов и проблем клиентов.

6. Маркетинг подкастов. Подкастинг стал одним из самых динамичных способов доставки релевантного контента. Подкасты распространяются на арену B2B и особенно эффективны, когда речь идет о создании бренда или повышении роли организации как лидера мнений [6] в своей отрасли.

Последовательное предоставление ценного контента в подкастах демонстрирует опыт и помогает завоевать доверие руководителей бизнеса, которые, конечно же, являются основными лицами, принимающими решения, к которым можно обратиться. Эти аудио/видео подкасты также могут быть преобразованы в сообщения в блогах или короткие видеоклипы.

7. Персонализация, возможно, станет наиболее важной тенденцией в будущем маркетинга. Построение маркетинговых и рекламных кампаний, ориентированных на отдельных людей, а не на

массы, может сильно повлиять на лиды, конверсии и продажи. Люди ищут ответы на свои вопросы - прежде всего в Интернете. Они ищут здоровых и стабильных лидеров, которым можно доверять, чтобы указать правильное направление для совершения покупки, установления партнерских отношений или поиска услуги. Это создает возможность для лидеров мнений.

Один из наиболее эффективных способов превратить руководителей высшего звена в лидеров мнений – это начать вести подкаст. Это оптимальная маркетинговая тактика [7].

В итоге следует отметить, что сейчас такое время, когда нужно быстро перестраиваться и меняться. В противном случае организация рискуете потерять то, что уже есть.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чуранов, Е. Что делать с маркетингом в период санкций [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://web-canape.ru> (Дата обращения: 15.02.2022г.)

2. Солдаткина С. М., Копылова Е. В. Формирование и развитие маркетинговой информационной системы на региональном предприятии кондитерской промышленности // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2015. № 3(34). С. 325–334.

3. Кузнецова, Е.Г., Шилкина Т.Е. Страховой маркетинг/ рабочая тетрадь для практ занятий/ Саранск: Принт-Издат, 2018. 44 с.

3. Солдаткина, С.М. Особенности разработки и реализации плана маркетинга на предприятии торговли // Роль и значение науки в вузе и ее влияние на образовательный процесс: материалы Междунар. заочной науч.-практ. конф. (Саранск, 30 октября 2015г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : ЮрЭксПрактик, 2015. С. 139–144

4. Солдаткина, С.М., Хуснутдинов З. Т. Менеджмент стратегии развития продаж // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Саранск, 24–25 апреля 2019г.) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : АНО СНОЛД «Партнер», 2019. С. 165–171.

5. Солдаткина, С.М. Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.

6. Солдаткина, С.М. Стратегический анализ внутреннего потенциала коммерческой организации: практический аспект // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 17 ноября 2020 г.): в 2 ч. / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : Принт-Издат. 2020. С. 307–315.

УДК 658.5:338.24

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ: ОТ ПРОШЛОГО К СОВРЕМЕННЫМ РЕАЛИЯМ

Наталья Александровна Суворова, магистрант

Дмитрий Геннадьевич Жалнин, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: st804184@ruc.su; st801732@ruc.su

INNOVATION MANAGEMENT: FROM THE PAST TO MODERN REALITIES

Natalia Aleksandrovna Suvorova, Master's Degree student

Dmitry Gennadievich Zhalnin, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Стратегическая цель развития организации, выражающаяся в формировании конкурентных преимуществ, заставляет менеджеров компаний создавать, внедрять, распространять и производить инновации. Инновация является не только принципиально новым решением, но и известным решением, используемым в той области, где оно ранее не применялось. Актуальность управления инновациями в современных экономических условиях развития инновационной экономики обусловлена: научными целями расширения теоретических представлений о совершенствовании механизмов управления инновационной деятельностью предприятий; практическими задачами создания более эффективных средств и методов управления, внедрение которых должно способствовать формированию и развитию инновационной деятельности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: инновации, инновационный потенциал, инновационная проблематика, инновационный менеджер, компетенции, подходы к управлению, управление.

The strategic goal of the organization's development, expressed in the formation of competitive advantages, forces company managers to create, implement, distribute and produce innovations. Innovation is not only a fundamentally new solution, but also a well-known solution used in an area where it has not been used before. The relevance of innovation management in the current economic conditions of the development of an innovative economy is due to: the scientific goals of expanding theoretical ideas about improving the mechanisms for managing the innovative activities of enterprises; practical tasks of creating more effective means and methods of management, the introduction of which should contribute to the formation and development of innovative activity.

К e y w o r d s: innovations, innovation potential, innovation issues, innovation manager, competencies, approaches to management, management.

Инновационная проблематика традиционно считается исследовательской сферой науки управления. Основоположником теории

инноваций по праву считается И. А. Шумпетер. По его мнению, наследуемость результатов и человеческих качеств предпринимателей [1] с течением времени может привести к индивидуальному статусу предпринимательства, облегчать потомкам процесс создания новшеств.

Последовательно появлялись различные методологические подходы к управлению инновационным потенциалом: объектный, субъектный, процессный, институционально-средовый, темпоральный и др.

Одним из современных подходов в инноватике является объектно-ориентированный подход, в контексте которого инновационная деятельность рассматривается именно как объект управления. В качестве носителей инновационного потенциала выступают социально-экономические системы различного масштаба и уровня – предприятия, города, регионы, страны.

Весьма распространенным объектом управления являются инновационный климат организаций, технология управления инновациями, особенности протекания инновационных процессов.

Среди основных вызовов объектно-ориентированного подхода актуальных сейчас можно выделить:

1. Маркетплейсы in-house. Маркетплейсы окончательно вышли за пределы eCommerce, FMCG и ритейла. Крупные промышленные холдинги - горнодобывающие и металлургические - пытаются наладить прямой контакт с потребителем. Поэтому они отказываются от маркетплейсов-агрегаторов с их непрозрачной логистикой и запускают свои онлайн-площадки. При этом компании отталкиваются не от своих потребностей, а от запросов клиентов. Вызов здесь заключается в том, что классическая структура компании не будет работать: для эффективного маркетплейса потребуются в корне изменить ее, объединив разрозненные бизнес-процессы и «замкнув» их на конечного потребителя.

2. Холдинг как экосистема. Типичная проблема крупных холдингов - громоздкая и разрозненная структура, где между отдельными компаниями не хватает синергии. В итоге нарастает дихотомия: головной офис оказывается чрезмерно раздут и саботирует работу других подразделений чрезмерным контролем. В этой ситуации вызов - в том, чтобы сократить головной офис без ущерба для стратегических задач, а операционным подразделениям дать больше полномочий. То есть построить децентрализованную структуру, где ключевые решения можно принимать на любом уровне.

3. Перераспределение ответственности. Речь о том, чтобы перераспределить полномочия между топ-менеджментом и сотрудниками, которые работают с конечными потребителями, в пользу

последних. Это позволит им самостоятельно принимать решения в интересах клиентов. В итоге клиенты получат более позитивный опыт взаимодействия с брендом, а сотрудники будут более лояльными и вовлеченными [2].

4. Переосмысление ОЦО. ОЦО (общий центр обслуживания) – это специальный отдел в крупной компании, который берет на себя повторяющиеся бизнес-процессы и дублирует их во всех подразделениях. Как правило, в ОЦО передают поддерживающие операции – такие как бухгалтер и регулярные платежи. Теперь ОЦО предстоит расширить, передав ему больше различных бизнес-процессов: HR, ИТ-инфраструктура и разработка, колл-центры, логистика и закупки. Многие из них уже автоматизируют, а значит, эти процессы вполне можно поставить на поток. Это позволит лучше контролировать расходы, сфокусироваться на работе с клиентами и других стратегических задачах.

К примеру, ОЦО «Ленты», запущенный в этом году, ведет не только операции по бухгалтерскому и налоговому учету, но и HR-сервисы, а в «Метинвесте» существует отдельный центр для HR-процессов.

ОЦО «Ростелекома» занимаются закупками – включая заключение договоров с поставщиками и претензионную работу. В ОЦО «РусГидро» передали в том числе экономическое планирование и бюджетирование. В X5 ОЦО отвечают за HR, закупки и логистику.

Практически каждый год появляются инновационные технологии, которые влияют на бизнес. Поэтому в современных реалиях менеджер по инновациям [3] нужен практически во всех сферах развития бизнеса, так как инновационным стало все.

Например, школам и университетам в условиях распространения COVID-19 пришлось быстро перейти на дистанционный режим – это пример инновации. Банкам нужны инновационные финансовые продукты и стратегии, на производстве требуются промышленные инновации, в агроиндустрии и медицине внедряют биотехнологии: менеджер по инновациям помогает, например, перейти на биотопливо с дизельного [4].

С точки зрения бизнеса инновации делятся на две большие группы: направленные на внутренние процессы и направленные на продукт.

Инновации во внутренних процессах – это современный документооборот, внедрение биометрии, аналитика данных клиентов.

Инновации в продукте – это все то, чем смогут пользоваться клиенты. Например, есть банк, а у него есть приложение. Инновациями здесь будут функции автоматического считывания документов, чат-бот, распознавание клиента по лицу и так далее.

В разных компаниях у менеджеров по инновациям могут быть

абсолютно разные функции. В целом эта работа делится на несколько частей:

1. Customer Development - специалист проводит исследования и определяет, в чем нуждаются сотрудники, или клиенты компании. Иногда исследования не проводят, а решение о внедрении инновации просто принимает руководство.

2. Скаутинг - поиск на рынке проектов или стартапов, которые подходят для решения задач компании. Есть специальные скаутинговые агентства, которые на аутсорсе выполняют эти задачи для корпораций. Скаутинг занимает два-три месяца.

3. Обоснование решения. Менеджер готовит презентацию и рассказывает, почему нужно внедрить ту или иную инновацию. Это очень важный этап, который часто недооценивают новички. Никакого проекта не будет, если менеджер не сумеет объяснить, чем ценна его идея.

4. Запуск пилотного проекта. Чаще всего перед основным запуском эффективность проекта проверяют на каком-то маленьком участке. Если все будет хорошо, переходят к внедрению проекта во всей компании. Менеджеры по инновациям не всегда занимаются полным внедрением, но в большинстве случаев именно они руководят пилотом.

5. Внедрение проекта. Тут работа менеджера по инновациям похожа на работу менеджера продукта или проекта: он создает план проекта, ставит сроки, распределяет задачи, следит за выполнением работы.

Инновационные менеджеры часто объединяются в команды по два-три человека для ведения одного пилотного проекта, потому что одному обычно не хватает профильных знаний в каких-то важных областях. Команду подбирают так, чтобы знания менеджеров дополняли друг друга: если кому-то недостает понимания «начинки», ему на подмогу придет более осведомленный о технологиях коллега, а третий человек поддержит процесс административно или операционно. Вместе работать над проектом эффективнее и быстрее [5].

Условно задачи инновационных менеджеров в настоящее время делятся по четырем направлениям:

1. Управление. Менеджер управляет инновационными проектами, курирует процессы. Он также развивает инновационную культуру внутри компании и формирует репутацию инновационной компании на рынке.

2. Коммуникация. Нужно выстраивать отношения внутри компании, а также отношения со структурами извне: венчурными фондами, институтами, технопарками, акселераторами, университетами, стартапами.

3. Аналитика. Менеджер занимается подготовкой прогнозов, планов, стратегий и программ, проверкой гипотез, оценивает экономическую эффективность, проводит форсайт-сессии, составляет дорожные карты, учитывает опыт инновационных компаний мира, ищет инновационные решения.

4. Организация технологических процессов. Разработка технологий, проектирование, ведение проектов по выпуску новой продукции, модернизации производства.

В свою очередь, менеджер по инновациям должен владеть следующими компетенциями: уметь проводить научные исследования; знать, что такое финансовый менеджмент; владеть гибкими методиками управления; уметь проводить презентации; уметь руководить людьми; знать деловой английский; иметь гибкий ум; уметь адаптироваться; уметь работать в условиях неопределённости, быть толерантным к риску и уметь терпеть неудачи и поражения.

В итоге, следует отметить, что инновационная проблематика во все времена играла доминирующую роль в процессах развития малого и среднего бизнеса [6].

В условиях современного рынка специалистов по инновациям ищут самые разные компании, не только технологические: от IT до девелопмента. Чаще такие менеджеры нужны в сфере B2C: банкинге, ретейле, телекоме. Эти отрасли сильно зависят от потребительского поведения, а инновации помогают им удерживаться на рынке и увеличивать прибыль. Менеджеры по инновациям есть, например, в РЖД, Сбере, X5 Retail Group, SPLAT, Danone, «Северстали». В крупных корпорациях управление инновациями начинается с работы проектного менеджера. Он руководит внедрением пилотных проектов. Перед менеджером стоят задачи по достижению KPI, количеству запусков и успешно реализованных проектов, экономической эффективности пилотов. Внутри инновационного менеджмента тоже можно выбрать свой путь. Например, специализироваться на отдельной функции: проектном менеджменте, аналитике, маркетинге или коммуникациях с каким-то подразделением.

ЛИТЕРАТУРА

1. Солдаткина, С.М., Аранович О. Г. Особенности управления карьерой в современных условиях // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы Международной научно-практической конференции (Саранск, 11-12 апреля 2018г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2017. С. 285–288.

2. Солдаткина, С.М., Копылова Е. В., Чиранова Т. И. Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации // Финансовая экономика. №1. 2021 г. С. 159–163.

4. Солдаткина, С.М. Инновационный менеджер: понятие и становление // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Матери-

алы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 21–22 апр. 2020 г.) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : Принт-Издат, 2020. С. 378–384.

4. *Солдаткина, С.М.* Карьерные стратегии: работа в большой, или маленькой организации? // Проблемы развития социально-экономических систем: Материалы Национальной научно-практической конференции (Саранск, 20 ноября 2019 г.) / отв. ред. Р. Р. Хайров. Саранск : Принт-Издат, 2019. С. 335–340.

5. *Солдаткина, С.М.* Тайм-менеджмент в системе управления организации // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саранск, 11–12 апреля 2018 г.) / отв. ред. Б. Ф. Кевбрин. Саранск : Принт-Издат, 2018. С. 315–318.

6. *Зотова, Е.В.,* Каргин Ю.И., Дворецкая Т.В. Проблемы развития малого и среднего бизнеса и принимаемые меры по его поддержке на государственном уровне // Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 1 (43). С. 51–55.

УДК 661.143:614.31:664

ЛЮМИНЕСЦЕНТНЫЙ МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ КАЧЕСТВА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Татьяна Ивановна Сульдина, преподаватель

Татьяна Николаевна Аверьянова, преподаватель

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: tatiana.suldina@mail.ru; t.n.averiyanova@ruc.su

LUMINESCENT METHOD OF FOOD QUALITY RESEARCH

Tatiana Ivanovna Suldina, Lecturer

Tatiana Nikolaevna Averyanova, Lecturer

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Актуальность изучаемой проблемы исходит из требований по определению качества и безопасности пищевых продуктов быстрыми экспресс-методами с учётом максимальной автоматизации исследований.

К л ю ч е в ы е с л о в а: люминесценция, свечение, качество, порча, пищевые продукты.

The relevance of the problem under study comes from the requirements for determining the quality and safety of food products by rapid express methods, taking into account the maximum automation of research.

К e y w o r d s: luminescence, luminescence, quality, spoilage, food products.

Современное общество требует в области пищевой промышленности требует качественного и безопасного производства про-

дуктов питания как для импортных, так и для российских производителей. Для того, чтобы проконтролировать качество и безопасность пищевых продуктов необходимо проводить физико-химические анализ, а в частности люминесценцию для прохождения контроля качества и безопасности пищевых продуктов, что является, востребованной и актуальной задачей в индустрии питания. Данный метод исследования занимается определением идентификации и фальсификации, безопасности продуктов и, естественно предупреждает о возможном пищевом отравлении.

Люминесценция в индустрии питания изучает цветовую гамму доброкачественной и недоброкачественной продукции и на собственной люминесценции индивидуальных составляющих продукта предоставляет следующие выводы:

- сортовой анализ;
- химический флуоресцентный анализ.

Уникальным свойством люминесцентного методы исследования - не нарушение консистенции исследуемого вещества, так как можно повторно произвести анализ на данном объекте несколько раз. Положительным моментом люминесцентного анализа является проведение экспресс-метода без пробоподготовки.

Оригинальность метода заключается в диагностики обнаружения следов порчи у разных групп продовольственных товаров.

Мясо быстро портится, оно подлежит постоянному ветеринарно-санитарному контролю.

Люминесцентный метод помогает выявить вид мяса, степень порчи, поэтому каждый вид мяса обладает специфической люминесценцией [1, с.57].

Аналізу подвергаются как срезы, так и водные экстракты мяса и жировые ткани через осветительную камеру люминоскопа и следят за УФ-свечением (табл. 1).

Таблица 1

Показатели люминесценции мяса

Вид мяса	Цвет люминесценции
Свинина	Розовый с коричневым оттенком
Говядина	Темно-красный или красновато-фиолетовый с бархатным оттенком
Телятина	Светло-коричневый
Баранина	Темно-коричневый
Конина	Темно-коричневый с ржавым оттенком
Кости и соединительно-тканые образования	Светло-голубой
Сердце свиное	Коричнево-серый с зеленоватым оттенком
Сердце говяжье	Коричнево-желтый с болотным оттенком

Вид мяса	Цвет люминесценции
Печень свиная	Желто-серый
Печень говяжья	Желто-коричневый
Говяжий жир доброкачественный Свиной жир доброкачественный	Серо-желтый или не люминесцирует
Говяжий жир недоброкачественный Свиной жир недоброкачественный	Голубой или фиолетовый

Люминесцентный анализ рыбной продукции заключается в исследованиях по изменении цветовой палитры при различных состояниях рыбы. Анализ основан на определении люминесценции крови, порче разлагается с образованием порфиринов (копропорфиринов), имеющих специфическое свечение (табл. 2).

Таблица 2

Показатели люминесценции рыбы

Вид рыбы	Цвет люминесценции
Свежая парная рыба, поверхность тела	Слабый серый с фиолетовым оттенком
Свежая парная рыба (мышцы)	Тусклый серо-фиолетовый или зеленовато-синий
Свежая парная рыба (кровь в сосудах)	Темно-коричневый
Лежалая парная рыба	Белый с голубоватым оттенком
Рыба с признаками начальной порчи, вареная или жареная рыба	Яркие пятна красного цвета, иногда темно-красный с бархатистым оттенком
Испорченная рыба	Красный
Мороженая свежая рыба	Пятна оранжевого оттенка
Лежалая размороженная рыба	Сине-голубой
Соленая сельдь	Фиолетовый
Несвежая соленая сельдь	Голубовато-зеленый

Люминесценция также можно использовать при экспертизе молока и молочных изделий для определения белков и жиров в молоке, наличие посторонних веществ и бактериальной обсемененности [2, с. 295] (табл. 3).

Флодо-овощные группы товаров, грибы, зерно очень часто подвержены различным микробиологическим заболеваниям, появлением плесени, а также свой вред наносят сельскохозяйственные вредители.

Показатели свечения молока и молочных изделий

Вид молока и молочные изделия	Цвет люминесценции
Свежее коровье молоко	Ярко-желтый с коричневым оттенком
Кипяченое молоко, Молоко, содержащее соду	Светло-желтый
Творог	Желтый с сине-фиолетовым
Сыр несозревший	Матово-желтый
Сыр созревший	Синий, фиолетовый
Сыр с плесенью	Различные цвета

В связи с этим, люминесценция помогает определить безвредность всех этих продуктов питания, начиная с момента созревания, уборки, хранения, а также транспортировки и заканчивая консервированием (табл. 4).

Метод свечения применим для определения классификации грибов, а также их сока, приведенные в табл. 4.

Показатели люминесценции овощей, фруктов и вин

Группа товаров	Цвет люминесценции
Картофель	Пораженный фитофторой Здоровый
	Ярко-голубой
	От ярко-желтого до мутно-желтого, от светло-коричневого до желто-коричневого в зависимости от сорта
Лук	Подмороженный Здоровый
	Белесый
	Фиолетовый на поперечном срезе с бледно-синим оттенком на донце
Цитрусовые	Пораженный Лимон здоровый
	Желто-белый с синем оттенком
	Желтый с голубоватым
	Лимон, апельсин с голубой плесенью
	Темно-синий с голубым ободком и желтой каймой
	Мандарин здоровый
	Коричневый с фиолетовым оттенком
	Апельсин здоровый
	Желтый со слабым голубым оттенком
	Апельсин с черной плесенью
	Темно-оливковый
Вино	Плодово-ягодное Белое виноградное Красное виноградное
	Фиолетовый
	Белый
	Темно-коричневый
Несъедобные грибы	Бледная поганка Ложный опенок, Огневка Мухомор Обыкновенный опенок
	Грязно-желтый
	Ярко-желтый или желтый
	Желтоватый
	Светло-желтый

Группа товаров		Цвет люминесценции
Съедобные грибы	Маринад гриба	Желто-белый
	Шляпка белого гриба	Коричнево-оранжевый верх и бело-оранжевый низ
	Подосиновик	Коричневый верх и бежевый низ, темно-коричневая ножка
	Моховик	Желто-оранжевый
	Опенок	Коричневая шляпка, желто-белый пенек
	Лисичка	Оранжевый верх и низ, коричнево-серый разрез
	Соленый груздь	Беловато-серый верх и белый с фиолетовым оттенком низ

Метод исследования, проведенный люминесценцией показывает цветное свечение пораженного зерна и муки более ярче, чем у здоровых (табл. 5).

Таблица 5

Показатели люминесценции муки и зерна

Сорта муки и зерна	Цвет люминесценции
Пшеничная мука	Синеватый
Ржаная мука	Сероватый
Ячменная мука	Матово-белый
Картофельная мука	Серо-коричневый
Гороховая мука	Розовый
Гречневая мука	Синеватый
Бобовая мука	Сине-зеленый
Мука со спорынью	Фиолетовый, оранжевый
Пшеница нового урожая	Зеленый
Пшеница лежалая	Голубой
Зерно здоровое	Синий
Горох с пелюшкой	Желтый
Горох с примесью	Коричневый
Чечевица с викой	Красный

С помощью люминесцентного метода исследования можно обнаружить начальную стадию окисления пищевых жиров, содержание минеральных масел в растительных жирах. Топленые животные жиры (говяжий, свиной, бараний) не флуоресцируют (табл. 6).

Показатели люминесценции пищевых жиров

Пищевые жиры	Цвет люминесценции
Масло сливочное	От бледно – до ярко-желтого
Маргарин	Голубоватый
Кулинарные жиры	Интенсивно-голубой
Сало растительное	
Масло оливковое	Серо-голубой
Масло кукурузное	Голубой
Масло подсолнечное рафинированное	Светло-голубой
Масло рапсовое	Молочно-голубой
Масло подсолнечное нерафинированное, масло подсолнечное нерафинированное, с запахом	Желто-серый или светло-голубой

Метод свечения определяет степень свежести яичных продуктов. Например, свежие куриные яйца с белой скорлупой светятся красным оттенком, при хранении цвет становятся голубыми. В процессе хранения куриных яиц с темной скорлупой в люминесценции появляются голубовато-фиолетовые тона.

Витамины: тиамин, или аневрин в обычном состоянии не подвергаются собственному свечению, однако во время химической процедуры, в частности при щелочных условиях подвергаются окислению с образованием тиохрома, и растворы которого перекрашивается в насыщенный синий цвет [3, с. 151].

Витамин рибофлавин присутствует в пищевых продуктах и светится желто-зеленым цветом.

Люминесцентный метод позволяет определить фальсификацию пищевых продуктов, а также установить какое количество и где оседают примеси, кроме того, в каком соотношении они находятся в его составных частях.

Количественная люминесценция выявляет зависимость между интенсивностью флуоресценции и концентрацией светящегося вещества и на способности исследования конкретного вещества в продуктах питания.

Люминесцентный анализ необходим для контроля качества продуктов животного и растительного происхождения. Ведь от качества пищевых продуктов зависит здоровое состояние человека, получение максимального удовольствия от принятия пищи, но и конечно внешний товарный вид.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гумаров, М.Х., Ниязова Р. Е. Практикум по биохимии. Уральск: РИО, 2005. 139 с.

2. *Логинов, Н.Я.*, Воскресенский А. Г., Солодкин И. С. Аналитическая химия. М.: Просвещение, 1975. С.293–425.

3. *Головина, А.П.*, Левшин Л. В. Химический люминесцентный анализ неорганических веществ. М.: Химия, 1978. 248 с.

УДК 658.3.07

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сергей Евгеньевич Тищенко, магистрант

Аль-Факих Мустафа Абдулла Мохаммед, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российской государственной университета кооперации

E-mail: st803064@ruc.su; st803050@ruc.su

DEVELOPMENT OF THE COMPANY'S INNOVATION STRATEGY

**Sergey Evgenievich Tishenkov, Master's Degree student
Al-Faqih Mustafa Abdullah Mohammed, Master's Degree student**

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье анализируется инновационная кадровая стратегия и основные ее составляющие. Кадровой стратегии уделяется пристальное внимание, ведь именно от работы персонала зависит эффективность и результаты компании. В статье представлены основные этапы формирования и реализации кадровой стратегии компании.

К л ю ч е в ы е с л о в а: кадровая стратегия, инновации, человеческие ресурсы, менеджмент, управление персоналом, кадровая политика.

The article analyzes the innovative personnel strategy and its main components. Close attention is paid to the personnel strategy, because the efficiency and results of the company depend on the work of the staff. The article presents the main stages of the formation and implementation of the company's HR strategy.

Key words: HR strategy, innovation, human resources, management, personnel management, HR policy.

Важным условием обеспечения стабильного, финансово устойчивого функционирования различных субъектов рыночной экономики в условиях жесткой конкуренции, являющейся главной составляющей рыночной экономики, становится формирование и

реализация научно-обоснованной кадровой стратегии – основного их конкурентного преимущества.

При этом следует отметить, что в деятельности большинства предприятий на различных стадиях их жизненного цикла присутствуют отдельные элементы системы управления персоналом при отсутствии соответствующей стратегии.

Поэтому кадровой стратегии уделяется пристальное внимание, ведь именно от работы персонала зависит эффективность и результаты компании. При этом важно использование инновационных технологий в области управления персоналом. Кадровые инновации рассматриваются как подсистема общей системы управленческих инноваций в организации.

Одной из важнейших задач, которая стоит перед руководителем кадровой службы на предприятии, является разработка инновационной кадровой стратегии развития человеческих ресурсов.

В настоящее время в научной среде существуют как различные мнения относительно понятийного аппарата, вопросов изучения стратегии управления персоналом, так и общие точки соприкосновения.

Так, определение кадровой стратегии как набора основных целей, принципов и правил работы с кадровым персоналом субъектов рыночной экономики, представлено в научных трудах Т. Ю. Базарова [1].

Другие ученые рассматривают исследуемое понятие как определенное направление действий для достижения поставленных целей с использованием системы управления персоналом.

Таким образом, по нашему мнению, инновационная кадровая стратегия – важная составляющая стратегии предприятия – долгосрочной программы научно-обоснованных мер по реализации концепции использования и развития его кадрового потенциала в рамках обеспечения конкурентного преимущества.

Основные задачи кадровой стратегии представлены на рисунке.

При разработке кадровой стратегии необходимо учитывать крайне негативное влияние указанных внутренних факторов (старение работающих, их естественная убыль), а также внешних, в первую очередь, трудности в подборе кадров для обеспечения трудовыми ресурсами производственных процессов, необходимость обучения вновь принимаемых сотрудников, выплата достойной заработной платы.

Кадровая стратегия, как правило, разрабатывается на долгосрочную перспективу с выделением основных ее составляющих:

– нацеленности на разработку и изменение психологических установок трудового коллектива;

- формированием эффективной и результативной системы мотивации;
- выстраиванием структуры персонала;
- формированием высокопрофессионального трудового коллектива.



Основные задачи кадровой стратегии

Кадровая стратегия включает: поиск и подбор кадров; обучение и подготовку; распределение для работы кадров в соответствии с их квалификацией и потенциалом; анализ возможностей кадровой стратегии.

Основой кадровой стратегии является исследование потребности в персонале и изучение данных о производительности сотрудников и расходов на их содержание.

Процесс разработки и реализации кадровой стратегии считается постоянным, непрерывным и отображается на решении стратегических задач как в долгосрочной перспективе, так и в краткосрочной, то есть решений, принятых в условиях стратегического, оперативного и тактического управления.

Основные этапы формирования и реализации кадровой стратегии предприятия [2]:

Первый этап – предварительная аналитическая работа. Сотрудникам кадровой службы компании необходимо уяснить для себя – какова роль и перспективы работников компании и службы персонала в целом в достижении

ее миссии и стратегии. На данном же этапе определяется к чему стремится компания.

Второй этап – осознание задач, потребностей и возможностей службы персонала. Необходимо получение – у коллег (например, у линейных руководителей) необходимо информации о конкурентоспособности и основных показателях деятельности компании, о микроклимате и отношениях в рабочих группах.

Третий этап – конкретизация задач службы персонала в выработке кадровой стратегии. Формулируются представления, мысли, идеи, возникшие после изучения массива данных о компании.

Четвертый этап – детализация стратегии и выработка конкретных программ и планов действия. Для того, чтобы разработанная кадровая стратегия не осталась лишь в документах, а была реализована, ее необходимо сначала детализировать в виде дерева целей конкретизировать цели в программах и планах деятельности с указанием задач, мероприятий, исполнителей, сроков, ресурсов и т.п.

Эффективная кадровая стратегия предприятия будет способствовать увеличению работоспособности персонала, эффективности применения и совершенствованию техники управления персоналом, использованию современных способов обучения и повышения квалификации сотрудников.

Обобщая существующие теоретические аспекты разработки инновационной кадровой стратегии можно выделить следующие критерии ее оценки:

- ориентирована на удовлетворение потребностей бизнеса и персонала предприятия;

- согласована и интегрирована в общую стратегию предприятия, которая состоит из компонентов, находящихся во взаимодействии друг с другом;

- в полной мере учитывает потребности линейных руководителей и сотрудников в целом, а также потребности организации и других заинтересованных сторон [3].

Таким образом, использование теоретического и практического инструментария для разработки и реализации кадровой стратегии средства размещения с применением инновационных подходов к решению кадровых проблем позволит повысить конкурентоспособность и доходность современных предприятий.

Организационно-управляющая составляющая определяет уро-

вень рациональной организации деятельности трудовых коллективов [4].

При этом необходимо четко следовать этапам разработки инновационной кадровой стратегии, каждый из которых имеет решающее значение в достижении положительных результатов и учитывать все факторы и риски, которые могут появиться при ее разработке.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Базаров, Т.Ю.* Психология управления персоналом: теория и практика: учебное пособие для вузов. М.: ИНФРА-М, 2015. 178 с
2. *Армстронг, М.* Стратегическое управление человеческими ресурсами. М.: ИНФРА-М, 2002. 328 с.
3. *Келейникова, С.В.*, Осипова К.Э. Инновации в обучении и развитии персонала // Актуальные проблемы социально-экономического развития общества: материалы Национальной научно-практической конференции, Саранск. 21 нояб. 2018. С. 371–376.
4. *Зотова, Е.В.* Влияние кадровой составляющей на формирование научного потенциала общества // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2013. № 5. С. 151–155.

УДК 338.1

ISSUES FOR INFLUENCE GLOBAL CRISIS ON FINANCIAL SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES UNDER CONDITIONS OF THE COVID-19

Bobir Ortikmirzaevich Tursunov, DSc., Chief Department

Tashkent state university of economics, Republic of Uzbekista

E-mail: tursunov-bobir@mail.ru

ВОПРОСЫ ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА НА ФИНАНСОВУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ COVID-19

**Бобир Орतिकмирзаевич Турсунов, д. э. н., заведующий
кафедрой**

*Ташкентский государственный экономический университет,
Республика Узбекистан*

This article outlines some aspects of the impact of the global crisis on the financial security of industrial enterprises in the context of the coronavirus pandemic. In particular, the theoretical aspects of managing the financial security of enterprises are dis-

cussed. The author outlines the relationship between ensuring sustainable growth and managing the financial security of the enterprise. identified some factors affecting the financial security of enterprises.

К е у о r d s: financial security management, sustainable growth, industrial enterprises, competitiveness, economic security.

В данной статье изложены некоторые аспекты влияния глобального кризиса на финансовую безопасность промышленных предприятий в условиях пандемии коронавируса. В частности, обсуждены теоретические аспекты управления финансовой безопасностью предприятий. Автором изложена связь обеспечения устойчивого роста и управления финансовой безопасностью предприятия, определены некоторые факторах влияющие на финансовую безопасность предприятий.

К л ю ч е в ы е с л о в а: управление финансовой безопасностью, устойчивый рост, промышленные предприятия, конкурентоспособность, экономическая безопасность.

The rapid geographical expansion of the coronavirus Covid-19 and the high contamination rates – nearly 100,000 infections in approximately 80 countries by March 4 – have spread fear around the planet and disrupted global economic activity.

Investors have naturally been concerned and stock markets around the world suffered trillions of US dollars of losses in a single week (ending February 28) in what was the markets' worst week since the financial crisis of 2008.

On March 2, mainly due to declarations of stimulus measures by central banks, some markets rebounded and erased part of the previous week's losses. However, the following day, they were hit by new losses, which indicates a clear instability. Even though the novel coronavirus outbreak started in December 2019, financial markets did not react immediately as there was little information on how long it might last, whether China would be able to quickly contain it and prevent it from spreading to other countries, and the risks that such a spread would entail for the global economy.

With Covid-19's expansion around the world, it was only a matter of time before the stock markets reacted to the new danger. The crash finally occurred in the week ending February 28, when leading stock markets around the world faced their worst week since the 2008 financial crisis [15].

The term "crisis" derives from the Greek "krisis", meaning decision or judgment. From this, we also get terms such as critic (someone who judges) and critical condition (a medical state that could go either way). A crisis can conclude well or badly, but the point is that its outcome is fundamentally uncertain. To experience a crisis is to inhabit a world that is temporarily up for grabs.

The shock to the global economy from Covid-19 has been faster and more severe than the 2008 global financial crisis and even the Great Depression. In those two previous episodes, stock markets collapsed by

50% or more, credit markets froze up, massive bankruptcies followed, unemployment rates soared above 10% and GDP contracted at an annualised rate of 10% or more. But all of this took around three years to play out. In the current crisis, similarly dire macroeconomic and financial outcomes have materialised in three weeks [14].

According to famous economist's idea, not even during the Great Depression and the second world war did the bulk of economic activity literally shut down, as it has in China, the US and Europe today. The best-case scenario would be a downturn that is more severe than the financial crisis (in terms of reduced cumulative global output) but shorter-lived, allowing for a return to positive growth by the fourth quarter of this year. In that case, markets would start to recover when the light at the end of the tunnel appears. Last two months were published several articles dedicated to theme influence of Covid-19 to financial situation of different countries, as well as USA, China, Europe and Russia.

In published paper by Tobias Adrian named after "Monetary and Financial Stability During the Coronavirus Outbreak" was discussed issues of targeted economic policies and fiscal measures, the right monetary and financial stability in the global economy [16].

Famous consulting company McKinsey gave its forecast report about influence of Covid-19 to financial situation in the global economy [17].

table-1

Cases of the disease in the World (top 20 in February`28, 2022) [19]

Country	Confirmed	Recovered	Deaths	Active	Recovery Rate	Case Fatality Rate	Active Rate
USA	40,257,776	37,177,979	402,123	2,677,674	92.3%	0.001%	6.6%
Spain	16,884,638	15,880,000	112,000	892,638	93.5%	0.007%	5.3%
France	10,888,788	10,100,000	78,000	788,788	93.3%	0.007%	7.2%
Germany	10,488,220	9,800,000	100,000	588,220	93.4%	0.009%	5.6%
Italy	10,088,700	9,500,000	150,000	438,700	94.2%	0.015%	4.3%
UK	10,088,310	9,500,000	120,000	468,310	94.2%	0.012%	4.6%
Japan	10,088,750	9,900,000	18,000	188,750	98.1%	0.002%	1.8%
Canada	10,088,100	9,800,000	28,000	288,100	97.2%	0.003%	2.8%
China	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
India	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
South Korea	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Iran	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Sweden	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Spain	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
France	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Germany	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Italy	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
UK	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Japan	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Canada	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
China	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
India	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
South Korea	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Iran	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%
Sweden	10,088,000	9,900,000	18,000	188,000	98.1%	0.002%	1.8%

In March`31, 2020 Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health declared result of predicting the Coronavirus Peak in the USA[18]. According to World statistics, Covid-19 spread up very fast, so its stopped main part of logistics and production enterprises over the world. (table-1).

According to World statistics, Covid-19 spread up very fast, so its stopped main part of logistics and production enterprises over the world. (table-1).

table-1

World statistics of Covid-19 spread [19]



The action of these factors negatively affects the economic activity of enterprises, which may ultimately lead to the loss of financial security by the enterprise. The successful functioning and economic development of enterprises largely depends on improving their activities in the field of ensuring economic security.

An important aspect for effective management is the understanding of the economic security of the enterprise as a complex complex phenomenon.

Therefore, the problem of searching for and introducing into practice new forms and methods of management, developing a strategy for

economic security of enterprises would prepare and implement appropriate action programs to neutralize external and eliminate internal, constantly emerging threats and develop a strategy to ensure the financial security of the enterprise.

Literature review

The concept of "security" is the basis of the concept of "economic security", which we will investigate further, taking into account the economic circumstances that were prevailing at the time of writing of the cited scientific papers, as well as the status of economic subjectivity.

The concept of security in various sources has a number of interpretations. In the Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language by V. I. Dahl, security is defined as "absence of danger, safety, reliability" [1].

In the dictionary of S. I. Ozhegov, security is interpreted as "a condition in which there is no danger, there is protection against danger" [2].

"The financial security of the enterprise is a key element of the economic security system. In the general composition of the elements of economic security, the financial component acts as the basic value of the level and structure of the financial potential of the enterprise in ensuring the goals of its economic development" [3]

In the economic literature, the financial security of the enterprise has not been given sufficient attention; this can be partially explained by the fact that many issues of financial security are reflected in the development of the financial policy of the enterprise and financial management of the enterprise, it is necessary to develop a holistic and integrated approach to solving this problem. The concept of "financial security of the enterprise" has the right to independent existence and research as a separate economic category, as well as the concept of "financial management" in relation to management in general.

Financial security is a universal category that reflects the security of subjects of socio-economic relations at all levels. The effectiveness of business entities is mainly determined by the state of their finances, which leads to the need to consider the problems of ensuring the financial security of enterprises.

In the course of the study, to establish the most optimal definition of the concept of "financial security", the scientific opinions of famous scientists are comparable. Issues related to the concept of "financial security of the state's economy" over the past decade have been the subject of research by all kinds of scientists.

All studies are aimed at theoretical and practical substantiation of the need protection of the financial interests of the state, development of theoretical and methodological foundations for ensuring its security, to build a conceptual apparatus-tools.

Financial security is such a state of the enterprise, which:

- allows you to ensure financial equilibrium, stability, solvency and liquidity of the enterprise in the long term;
- satisfies the needs of the enterprise in financial resources for sustainable expanded reproduction of the enterprise;
- provides sufficient financial independence of the enterprise;
- able to withstand existing and emerging dangers and threats seeking to cause financial damage to the enterprise or to change the undesirable structure of capital, or to forcibly liquidate the enterprise;
- provides sufficient flexibility in making financial decisions;
- ensures the protection of the financial interests of the owners of the enterprise.

The emphasis on the efficient use of resources in order to ensure financial security is made by the Russian scientist Glukhov V.V. [4], which considers financial security:

- as a set of works to ensure the highest level of solvency of the enterprise and the liquidity of its working capital;
- as the state of the efficient use of enterprise resources, which are manifested in terms of profitability and profitability, as well as the management of fixed and current assets;
- as a process of preventing losses from negative internal and external influences on the economic security of an enterprise.

One of the most important factors in ensuring the financial component of the economic security of the enterprise, consider Burkhanov A., Tursunov B., is the control of its economic activity from the position of increasing effective production [5].

Main part

In the period of the global crisis, in which some enterprises are today, there is a certain danger, both for the socio-economic stability of the regions and for the potential of each enterprise.

Consequently, enterprises are faced with the task of internal self-assessment and forecasting of their condition from the point of view of ensuring the economic security of production from threats that adversely affect the potential of the enterprise, building a system of indicators of the state of security and its monitoring, substantiating and establishing their threshold values, and taking measures to counter threats.

Ensuring sustainable enterprise growth is impossible without the development and implementation of an independent enterprise strategy, which in the modern economy is determined by the presence of an effective system of its financial security. The effectiveness of business entities in a market economy is largely determined by the state of its finances, which leads to the need to consider the problems of ensuring the financial security of an enterprise.

The current stage of socio-economic development of the country

dictates the need to search for new ways and tools to ensure high-quality high level of economic security, which may be the prevention of threats to economic security of enterprises [6].

Ensuring the economic security of enterprises should be considered as a process of forecasting and preventing damage from negative impacts on their economic security in various aspects of financial and economic activity.

Today, there are two main problems that impede the process of organizing activities to prevent threats to economic security:

- imperfection of models for assessing potential threats to the economic security of the enterprise;
- poorly developed issue of preventive measures to protect the enterprise.

In modern conditions, the process of successful functioning and economic development of Russian enterprises largely depends on forecasting potential threats to their economic security. All threats need to be controlled and eliminated by the enterprise, as they are capable of causing losses and provoking new threats.

However, domestic organizations invest only in the implementation of measures to eliminate the threat, and do not initially act to prevent it.

For the high-quality organization of activities to prevent threats to economic security, the enterprise needs:

- high-quality forecasting of threats;
- development of preventive measures to protect the enterprise.

In organizing activities to prevent threats to economic security, the main task is to predict and assess possible threats to the enterprise.

Each owner seeks to ensure the financial stability of his business entity, thereby ensuring its financial security, since financial security is closely linked with financial stability.

The key factors in the relationship of financial stability and security of the organization are:

- financial flexibility – this is the ability of an organization to change the volume and structure of financing, as well as the direction of investment of financial resources, in accordance with the changed external and internal circumstances;
- the financial stability of the organization is determined by the constancy of the optimal or close to them values of indicators;
- the financial balance of the organization characterizes the balance of its development, which is achieved by the optimal combination of profitability and risk.

Without financial security, an enterprise cannot function effectively.

An economic entity can achieve the highest level of financial security only by predicting possible financial threats in advance and building protection against them using preventive measures.

To eliminate the negative influence of destabilizing factors and minimize the risk of financial threats, methods of forecasting and providing based on the results of the forecast of protection are used through preventive measures to ensure financial security.

Forecasting is a mechanism for the early analysis of possible financial problems for the organization in the future.

The purpose of forecasting is a comprehensive assessment of the effects of internal and external destabilizing factors on the financial condition and financial resources of the enterprise. Through forecasting, a number of tasks are solved:

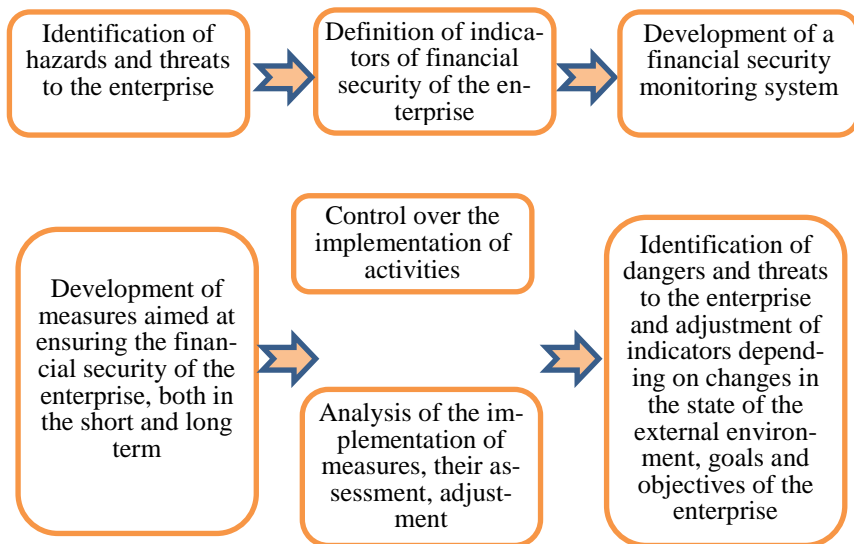
- linking the need for investment with the availability of financial resources;
- coordination of various goals;
- assessment of scenarios of financial development of the enterprise;
- prevention of negative consequences of the implementation of selected development areas;
- early formation of an anti-crisis action plan in the event of possible negative events;
- more efficient allocation of resources and increased control.

Forecasting allows the company to identify threats that will have to face in the future, and to organize preventive measures to ensure its financial security.

Thus, by diagnosing possible threats and preventing them with the help of preventive measures to ensure financial security, the enterprise can become effective.

In addition, since ensuring the financial security of the enterprise is an important factor in its stable functioning, we will consider the main tasks of financial security at the enterprise:

- ensure sustainable development of the enterprise;
- ensure the sustainability of cash payments and basic financial and economic parameters;
- neutralize the negative impact of financial and banking crises and the deliberate actions of competitors, shadow structures on the development of the enterprise;
- prevent agent conflicts between shareholders, managers and creditors over the distribution, use and control of the cash flows of the enterprise;
- it is most optimal for an enterprise to attract and use various sources of financing;
- to prevent crimes and administrative offenses in financial relations. These tasks should be solved by the shareholders and managers of the enterprise in order to ensure the safe and efficient functioning of not only the elements of the financial system of the enterprise, but also all the interconnected elements of enterprise management.



Tasks to ensure the financial security of the enterprise

That is why financial security is an important component of the economic security of the enterprise, the provision of which should be given special attention at the enterprise. For this, it is necessary to solve the following problems (figure).

The essence of the financial security of the enterprise, in our opinion, lies in the ability of the enterprise to independently develop and implement a financial strategy, in accordance with the objectives of the corporate strategy, in an uncertain and competitive environment. That is, financial security is characterized by the state of the enterprise, which provides:

- 1) financial equilibrium, stability, solvency and liquidity of the enterprise in the long term;
- 2) the needs of the enterprise in financial resources for sustainable expanded reproduction of the enterprise;
- 3) sufficient financial independence of the enterprise;
- 4) sufficient flexibility in making financial decisions;
- 5) the protection of the financial interests of the owners of the enterprise.

That is why financial security is an important component of the economic security of the enterprise, the provision of which should be given special attention at the enterprise.

The financial security strategic plan includes the following steps:

– development of the goal and strategic goals of maintaining the confidentiality, integrity and suitability of economic information for the implementation of effective crisis management of enterprises;

– analysis of the external and internal environment, adjustment, if necessary, strategic goals of information support of crisis management of enterprises;

– development of strategic directions to support financial security in the system of crisis management of enterprises;

– analysis of the implementation of the strategic plan and adjustment of strategic directions to support financial security in the enterprise crisis management system.

So, among the functional components of economic security, the financial component occupies a special place, because under market economic conditions, finances are the “engine” of any economic system and provide for the achievement of the most efficient use of corporate ones.

The management system must take into account alternative ways to ensure the safety of the enterprise, and the choice of a specific project must comply with the financial strategy and specific financial policy of the enterprise.

The formation of a financial security system at an enterprise should provide for the interconnection of clearly defined goals and objectives of each management level, while choosing the optimal ways to implement decisions. Horizontal and vertical levels of management should pursue the same goal as the overall management system.

In our opinion, the financial security management system of an enterprise should be a set of interconnected balanced decisions both in the field of ensuring the protection of the financial interests of a business entity, and in managing its financial activities.

From an economic point of view, the reliability of the enterprise reflects its sustainability, that is, such a financial and economic condition in which economic activity ensures under normal conditions the fulfillment of all its obligations to employees, other organizations, the state due to sufficient income and matching income and expenses.

The manifestation of threats to the security of the enterprise economy will be reflected in its financial condition, which is characterized by the actually achieved values of a set of indicators of industrial, economic and financial activities.

Diagnostics of these indicators, comparing their actual level with the corresponding limit values, minimally acceptable from the point of view of safety of further activities, will allow us to distinguish and localize “obvious” and symptomatic signs of an approaching crisis in a timely manner.

Conclusions

Summarizing the above, we can say that assessing the level of financial security of an enterprise should:

- take into account the strategic goals and objectives of the enterprise;
- consist of an assessment of the functional components of the financial security of the enterprise, which may have different priorities, depending on the type of activity of the business entity;
- take into account the level of security of the enterprise potential;
- bear in mind the use of all types of resources and capabilities that guarantee the most efficient (economically safe) use of them;
- include a probabilistic assessment of economic damage.

We can draw the following conclusion: since the enterprise in the course of its activities interacts with various entities that can provide significant opportunities and create serious threats, it is necessary to take into account not only their own, but also the diverse interests of partners and competitors. Ensuring financial security should be based not from the standpoint of a separate process, but in the system of interconnections of all processes that occur both within the enterprise and outside its boundaries in interaction with the external environment. Important conditions and elements in ensuring the normal functioning of the enterprise is the assessment and management of economic risks and adaptation to changes in market conditions.

Thus, there is a whole range of financial factors that influence the development management of industrial enterprises from the point of view of stable and stable functioning in difficult economic conditions, which is a particularly urgent research task at present.

LITERATURE

1. *Dahl, V.I.* Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language: in 4 volumes / V.I. Dahl. -2nd ed., Rev. and significantly multiplied by the manuscript of the author. - SPb. : Edition of the bookstore-typographer O. M. Wolf, 1880. T. 1. 723 p. <http://www.slovardalja.net>.
2. *Ozhegov, S.I.* Explanatory dictionary of the Russian language / S. I. Ozhegov, N. Yu. Shvedova. -IJ: <http://www.downloadbest.ru/allnews/book/104-tolkovyy-slovar-ozhegova-i-shvedovoj>.
3. *Blank, I. A.* Management of financial security of the enterprise / I. A. Blank. M.: 8stepShock, 2013. - 776 p.
4. *Glukhov, V.V., Bakhramov Yu.M.* Financial management. - St. Petersburg: Special Literature, 2005.
5. *Burkhanov, A. Tursunov B.O.* (2018) Features of investment in mutual fund: in case of Russia. Voice of research.Vol.7 issue 4, 59-66 pp.
6. *Van Horne J.* Fundamentals of financial management: TRANS. from English / Ed. I.I. Eliseeva. - M.: Finance and Statistics, 2006.
7. *Zabaykin, Yu.V., Chulkova L.V.* Minimizing the period of production as a factor in increasing the turnover of working capital // Textile industry. 2006. No. 1-2. P. 58-59.
8. *Ivanov N.I., Kokorev A.S.* Property management of an industrial enterprise. - Moscow, 2017. - 158 p.
9. *Igoshina, Yu.A., Cheremukhin A.D.* About the Concept of managerial accounting

and the stages of its formulation at agricultural organizations // Vestnik NGII. 2015. No. 1 (44). P. 18–25.

10. Malova, T.A. The development of the capitalization process in the context of the problem of economic security // Risk Management. 2007. No. 4. P. 17–22.

11. Sokolova, E.S., Chernysheva E.N. Organizational aspects of improving the quality of financial information // Economic Sciences. 2009. No. 61. P. 386–389.

12. Tayurskaya, O.V. Total debt management as a factor of financial stability of the organization // Bulletin of Irkutsk State Technical University. 2011. No. 4 (51). p. 187–193.13. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/24/coronavirus-crisis-change-world-financial-global-capitalism>.

14. <https://www.theguardian.com/business/2020/mar/25/coronavirus-pandemic-has-delivered-the-fastest-deepest-economic-shock-in-history>.

15. <https://theconversation.com/the-impact-of-coronavirus-on-the-financial-markets-133183>.

16. <https://blogs.imf.org/2020/03/11/monetary-and-financial-stability-during-the-coronavirus-outbreak>.

17. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/coronavirus-leading-through-the-crisis>.

18. <https://www.jhsph.edu/covid-19/articles/dangerous-curve-predicting-the-coronavirus-peak.html>.

19. https://en.wikipedia.org/wiki/Template:2019%E2%80%932020_coronavirus_pandemic_data.

УДК 331.1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Татьяна Ивановна Чиранова, кандидат экономических наук, доцент

Ольга Геннадьевна Ямашкина, магистрант

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: tchiranova@ruc.su; oyamashkina@bk.ru

THEORETICAL ASPECTS OF PERSONNEL MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

Tatiana Ivanovna Chiranova, PhD in Economics, Associate Professor

Olga Gennadijevna Yamashkina, Master's Degree student

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье рассматриваются теоретические аспекты управления персоналом. Охарактеризованы задачи управления персоналом, приведены подходы к

управлению персоналом, рассмотрены объекты и субъекты управления персоналом. Автор приходит к выводу, что под управлением персоналом понимается комплекс элементов, с помощью которого можно контролировать деятельность трудовых ресурсов в целях повышения эффективности их работы, что в свою очередь обеспечит результативное функционирование предприятия.

К л ю ч е в ы е с л о в а: управление персоналом, работник, кадровая политика, трудовой коллектив.

This article discusses the theoretical aspects of personnel management. The tasks of personnel management are characterized, approaches to personnel management are given, objects and subjects of personnel management are considered. The author comes to the conclusion that personnel management is understood as a set of elements with which it is possible to control the activities of labor resources in order to increase the efficiency of their work, which in turn will ensure the effective functioning of the enterprise.

К e y w o r d s: personnel management, employee, personnel policy, labor collective.

Любое предприятие вне зависимости от сферы деятельности имеет своей целью получение прибыли. Для ее достижения предприятию необходимо выживать в жестокое мире рыночной экономики полном конкурентов. Эффективное управление предприятием – залог успеха. От правильной организации менеджмента и маркетинга зависят расширение рынка присутствия экономического субъекта, его результативность деятельности [1, с. 1173].

Главным способом развития предприятия по мнению большинства исследователей является постоянное совершенствование управления во всех его проявлениях. Поэтому следует уделять серьезное внимание эффективному использованию всех видов ресурсов, которые находятся в распоряжении компании. Важнейшим из них принято считать персонал предприятия.

Важной составляющей успеха любого предприятия выступают её сотрудники, со своими знаниями, умениями, навыками, квалификацией и идеями.

Постоянное всестороннее развитие личностных качеств сотрудников предприятия, поиск новых способов управления ими, являются важнейшими составляющими для успешной жизнедеятельности предприятия вне зависимости от его сферы деятельности.

Важнейшим аспектом любого трудового коллектива, как объекта управления, является общий вид деятельности работников. Именно общая производственная деятельность положительно влияет на формирование общих целей, которые в свою очередь определяют группу сотрудников как трудовой коллектив.

Субъектами управления персоналом зачастую являются работники, выполняющие административные функции по управлению персоналом на предприятии. Как правило такие сотрудники напрямую относятся к кадровым подразделениям. Так же стоит

сказать, что помимо сотрудников кадровых подразделений, субъектами управления являются руководители различных структурных подразделений, которые имеют под своим руководством определенное количество сотрудников.

Важнейшим видом работ отдела управления персоналом является социально-психологическая диагностика работников, диагностика групп и коллектива в целом, обнаружение и решение производственных, конфликтов и стрессов, анализ и регулирование групповых и личностных отношений в коллективе. Также немаловажным видом работ является разработка и контроль за соблюдением этических норм, отношений в коллективе [2, с. 10].

Вышеуказанное свидетельствует о том, что комплекс работ, которые выполняет служба управления персоналом, а также объем их функций, прав и обязанностей очень большой. Для того чтобы осуществлять весь этот объем работы при минимальном количестве ошибок, в организации должна разрабатываться кадровая политика, политика по управлению персоналом, направленная на предотвращение всевозможных ошибок.

По мнению Бухалкова М.И. «управление персоналом – система грамотно сформированных социальных и организационно-экономических мер по формированию среды для эффективного развития, функционирования и оптимального использования имеющейся рабочей силы на уровне фирмы» [3, с. 176].

Управление персоналом – это мероприятия, которые направлены на управление людскими ресурсами предприятия, основной целью которых является направление этих ресурсов на выполнение определенных целей и задач предприятия.

Если же рассматривать то, как в современном мире трактуется понятие управления персоналом, то можно с уверенностью сказать, что упор делается скорее на вклад персонала. При этом персонал должен быть достаточно удовлетворен выполняемой им работой и мотивирован на достижение определенных целей предприятия. В качестве целей предприятия могут выступать оптимизация производственных процессов, создание у потребителей товара некоторого уровня преданности к товару, производимой предприятием, или услуге, предлагаемой предприятием и повышение среднего уровня рентабельности.

Такие изменения в отношении управления персоналом обусловлены тем, что на протяжении нескольких последних лет были кардинально пересмотрены сами концепции управления персоналом, но в первую очередь изменились отношения между работником и работодателем [4, с. 172].

Если в прошлом отношения работника и работодателя строились на создании жестких, иерархических систем, регулирующих

их взаимодействие между собой, то сейчас на смену приходит менее жесткая система взаимодействия.

На сегодняшний день политика управления персоналом направлена на решение ряда основных задач. Пожалуй, главной из них является расчет того, насколько эффективно будет вложение в повышение квалификации персонала и конкретного работника, в частности. В то же время, при отрицательных показателях выгодности развития персонала, системе управления необходимо найти другой подход для развития сотрудников.

Стоит отметить, что, выполняя функции субъектов управления, персонал является так же объектом управления. Это касается, количественного и качественного фактора рабочей силы, формирования трудового потенциала работника, его развития и использования на благо компании, мотивации трудового поведения, трудовых и личностных отношений и т.д.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что важнейшая составляющая сущности управления персоналом – это системное, планомерное организованное воздействие на персонал предприятия с помощью взаимосвязанных организационно-экономических и социальных мер. Если же говорить о примерах такого воздействия на персонал, то можно привести такие примеры как процесс формирования, распределения, перераспределения персонала в структурных подразделениях на уровне одного предприятия. Кроме того, необходимо отметить то обстоятельство, что создание благоприятных условий для использования таких качеств работника как его знания, умения и навыки является необходимой предпосылкой для эффективного функционирования предприятия.

Сущностью управления персоналом является системное, планомерно организованное воздействие с помощью взаимосвязанных организационно-экономических и социальных мер на процесс формирования, распределения, перераспределения рабочей силы на уровне предприятия, на создание условий для использования трудовых качеств работника (рабочей силы) в целях обеспечения эффективного функционирования предприятия и всестороннего развития занятых на нем работников [5, с. 94].

Говоря о сущности системы управления персоналом стоит так же отметить, что основными задачами любой системы управления персоналом, на любом предприятии это:

- разработка и реализация комплекса планов и программ по работе с кадрами;
- участие в разработке и реализации целей и стратегии управления персоналом;
- улучшение качественного показателя трудовых ресурсов на предприятии, таких как, рабочие, специалисты и руководители.

Так же создание условий, стимулирующих рост профессиональной квалификации всех работников предприятия;

– формирование и закрепление на предприятии сотрудников с необходимыми для предприятия специальностями и квалификациями при помощи использования различных научных методов прогнозирования и планирования необходимости в кадрах, решение перечня задач, которые связаны с созданием достойных условий труда для каждого сотрудника на предприятии [6, с. 219];

– формирование и подготовка кадрового резерва на предприятии, для дальнейшего продвижения сотрудников на вышестоящие должности на основе планирования их карьеры, создание на предприятии системы непрерывной подготовки кадров при помощи практики оценок, переподготовки, повышения квалификации и стажировки;

В рамках системы управления персоналом постоянно разрабатываются новые, более современные методы социально-психологического тестирования работника, которые отвечают на все современные вызовы как внешней, так и внутренней среды. Постоянно разрабатываются новые системы тестирования групп и коллективов в целом. Кроме того, важным исследованием является разработка более современных методов диагностики и раннего обнаружения конфликтных ситуаций и психологической напряженности в трудовых коллективах, для их предотвращения и недопущения развития этих конфликтов до этапа, когда этот конфликт будет вредить самой компании.

Важнейшими составными частями системы управления персоналом на сегодняшний день являются:

1. Общее формирование персонала на предприятии.
2. Кадровое планирование, которое осуществляется на предприятии.
3. Кадровая политика предприятия.
4. Эффективность оптимизации численности на предприятии.
5. Профессиональное развитие, которое получают работники предприятия.
6. Методы оценки персонала, применяемые на предприятии.
7. Способы и методы мотивации персонала.
8. Эффективность адаптации персонала.

Таким образом, под управлением персоналом подразумевается целый комплекс элементов, в который входят цели, принципы, функции, методы, технологии, объекты, субъекты управления персоналом, ресурсное обеспечение, с помощью которого можно контролировать деятельность трудовых ресурсов в целях повышения эффективности их работы.

В завершении, стоит отметить, что сущность управления пер-

соналом заключается в воздействии с помощью самых различных мер на процесс организации, распределения, перераспределения рабочей силы на уровне предприятия. Так же важной мерой влияния является создание условий для использования рабочей силы в целях обеспечения эффективного функционирования предприятия и всестороннего развития, как занятых на нем работников, так и самого предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Marabaeva, L.V., Kuznetsova E.G., Shilkina T.E* Features of strategic management of cable industry sustainable development / L.V.Marabaeva, E.G Kuznetsova, T.E Shilkina //В сборнике: Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham, 2022. С. 1171–1178.
2. *Макушкина, Н.Д.* Управление персоналом : Учебно-методический комплекс. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017. 49 с.
3. *Кузнецова, Е.Г.* Эффективность управления персоналом редприятия//в сборнике Инновационные процессы в расвитии современного общества Мат-лы Междунар заоч науч-практ конф, Саранский кооп.ин-т РУК.2014.С171–173.
4. *Бухалков, М.И.* Управление персоналом : учебник. 2-е изд., испр. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019. 400 с.
5. *Тебекин, А.В.* Управление персоналом : учебное пособие для среднего профессионального образования. М: Издательство Юрайт, 2020. 182 с.
6. *Кибанов, А. Я.* Управление персоналом организации: учебник. М.: Гардари-ка, 2018. 398 с.

УДК 338

ISSUES OF FORMATION OF THE NATIONAL BRAND OF FOOD PRODUCTS

Sanjar Azimqulovich Eshmatov, PhD in Economics, Deputy Dean of the Faculty

Tashkent state university of economics, Republic of Uzbekista

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Санжар Азимкулович Эшматов, кандидат экономических наук, заместитель декана

Ташкентский государственный экономический университет, Республика Узбекистан

E-mail: tursunov-bobir@mail.ru

This article examines the methodological aspects of brand valuation of food prod-

ucts in the digital economy, the author's study of foreign experience in brand valuation, and the author's scientific proposals and recommendations on brand valuation of food products.

К е у в о р д с: brand value, national brand, food products, branding, marketing, attribute, discounting methods, brand.

В данной статье рассматриваются методологические аспекты оценки брендов продовольственных товаров в условиях цифровой экономики, авторское исследование зарубежного опыта оценки брендов, а также авторские научные предложения и рекомендации по оценке брендов продовольственных товаров.

К л ю ч е в ы е с л о в а: стоимость бренда, национальный бренд, продукты питания, брендинг, маркетинг, атрибут, методы дисконтирования, бренд.

The most developed countries in the world, such as the United States, Japan, China, and the European Union, are focusing on international brand management policies, focusing on global brands as a source of value added as a key strategy to ensure competitive advantage in the global market. These circumstances require the development of local branding strategies aimed at squeezing global brands out of the market in developing countries. Also, research aimed at increasing the competitiveness of food companies through branding strategies, including the creation of global brands, consumer marketing based on innovative marketing strategies, effective organization of market research, creation of local brands that can compete with global brands, digital marketing communication channels Scientific research on improving the scientific and methodological framework for enhancing the global reputation of national brands on the basis of effective use is gaining popularity.

The fact that food companies in Uzbekistan do not have enough experience in creating a brand and increasing its value requires the use of new approaches, tools and models of brands in their marketing activities. In this regard, the issue of theoretical and methodological approaches to the effective organization of the process of brand development with maximum consumer and added value, taking into account the existing budget constraints and the impact of the competitive environment, is on the agenda. These circumstances require scientific research aimed at creating a brand strategy and increasing its value in the activities of local manufacturing and trade enterprises.

Influence of shadow economy threats on the development of the region were studied by Anokhin L.M. [12], Bondarskaya O.V.[13,14], Burtseva A.V. and others. Analysis of trend-cyclical components of the dynamics of industrial production in the regions of the Republic of Uzbekistan were researched by Tursunov B.O. [15,16]

Brand is a strategic tool for the effective use of goods and services in a competitive environment, tailored to the needs and desires of consumers. The scientific literature has different views on the economic term "brand". For example, Philip Kotler described "a good brand trait

is the tendency of the consumer to show it." David Aaker said that "the existence of a brand is understood as a promise made to the consumer by the manufacturer."

In the foreign economic literature, the brand is considered as a strategic resource that ensures the sustainable competitive advantage of the enterprise. Sustainable competitive advantage is "a set of actions to be taken to achieve a long-term advantage using a separate strategy." The term sustainable advantage in competition was first used in 1985 in M. Porter's developments.

Of course, during the formation of the digital economy, the appearance and content of a stable advantage in competition is changing.

For example, in his works, M. Porter pointed out that there are 5 threats to competitiveness in the market segment:

In the five strengths of competition, a brand can perform a specific function and have a different impact on an enterprise's competitiveness. The main task of the brand is to be expressed in the attitude to the impact of consumers. A strong brand allows the company to reduce the impact it has on customers. The demand for branded goods is more stable than for non-branded products ("Generics") and the price elasticity is lower. Consumer propensity leads to an increase in the amount of repurchases. In practice, a 5 percent increase in consumer propensity leads to a 100 percent increase in profits from that buyer. An increased (premium) price for a branded product allows for a higher profit. In other words, the attractiveness of the brand clearly serves to bring in additional revenue.

Studies have shown that the role of the local brand in improving the efficiency of a product or service is high. The more marketing approach is used, the easier it will be to promote the local brand. In modern marketing, it is seen as a commodity as a means of satisfying human needs. The stronger the local brand, the more their owners will have an advantage over the competitors. Especially as the number of producers of milk and dairy products increases, it will be difficult for consumers to switch from well-known brands to other products. The manufacturer wants the consumer to choose their product among the competitors. In this regard, the division of goods into groups also plays an important role in marketing. Commodity description groups are used by P.S.X.Liflang and F.Kotler.

It is worth noting the contribution of the British company Bates Worldwide in the development of branding methodology. Because the "Brand Wheel" developed by this company is widely used in branding practices in foreign countries. Among those who use this model, Kit-e-Kat, IBM, Whis Kas and others have established their own branding practices.

The scientific and theoretical aspects of the study of food production

and its marketing problems, including the formation of food brands, are reflected in the work of many foreign scientists. In this regard, Assel G. [3], Churchill GA [4], Brown TJ, Kotler Ph. [5], Keller KL, Setiawan I. [6], Karatajaya H., Malhotra NK [7], Kennedy D. [8]], Praet VD [9], Salenbacher J. [10], Traindl A., Trout J., Doyle P [11] have become classics. Despite the significant contributions of these far-flung foreign scholars to marketing, marketing strategy, and brand formation, the issues of developing a marketing strategy for food brand formation are almost unheard of.

Although these studies cover brand theories and scientific-theoretical aspects of consumer product branding and branding strategies, they do not explore the development of marketing strategies for food branding.

They found that the authors were able to solve a number of problems related to the scientific analysis of marketing research problems, mainly by enriching modern marketing theory with new data. However, the issue of developing a marketing strategy for the formation of a local brand of food products, in particular food products, has not been studied.

According to Paul Feldwick, DDV's strategic and managing director, "A brand reflects a set of emotions in the consumer's imagination." [17].

Such an approach shows that advertising is based on brand, ie, and, conversely, through advertising, it is possible to increase the level of public recognition of a product or service. For this reason, the stages of development of advertising in the twentieth century can be expressed in the following sequence:

- sales offer;
- image (influence);
- positioning;
- branding.

While sales offer and positioning focus on the differences that distinguish brands, image and branding take into account the feelings of consumers.

In our view, if a brand phrase expresses a result, then branding reflects the process of achieving that result. Such an approach plays an important role in defining the stages of brand formation of local products.

Phase 1. Setting a goal and striving for it.

At this stage, the following important areas need to be clarified:

- Analysis of the company's mission;
- Determining the position of the proposed brand in the brand system of the company or organization;
- Determining the desired status of the brand (its features, life cycle, competitive advantages);

– Express the measured parameters of the brand.

Phase 2. Project planning.

Traditional methods and possibilities of planning should be disclosed:

- Analysis of available resources (financial, labor, with, etc.);
- Identification of the customer, participant and executor team;
- Determining the project implementation period;
- Identify other conditions and limiting factors.

Step 3. Analysis of the current state of the brand.

This is done for existing brands at this stage and the following information is identified:

- The level of understanding of the brand in the target audience is seen;
- The attitude of the target audience to the brand is determined;
- The level of brand affiliation is considered;
- The essence of the brand in the current situation is compared to the imagination of desire or need.

Step 4. Analysis of the market situation.

This stage applies to both domestic and foreign markets, taking into account its current state and conditions in the forecast period:

- Analysis of competitors (assortment, target audience, positioning, methods of shifting, price formation).
- Analysis of the expected target audience (descriptions, their wishes, desires);
- Sales markets (demand, share, dynamics);

Step 5. Expressing the essence of the brand.

This stage is one of the most important stages, and the level of recognition of the product or service determines who needs it and why:

- Indicates the mission, positioning and usefulness of the brand for the target audience;
- Individuality: values, perceptions, characteristics, competitive advantage;
- The elements that make up the brand (name, logo or logo, character or hero, font, packaging, etc.).

Step 6. Develop a brand management strategy

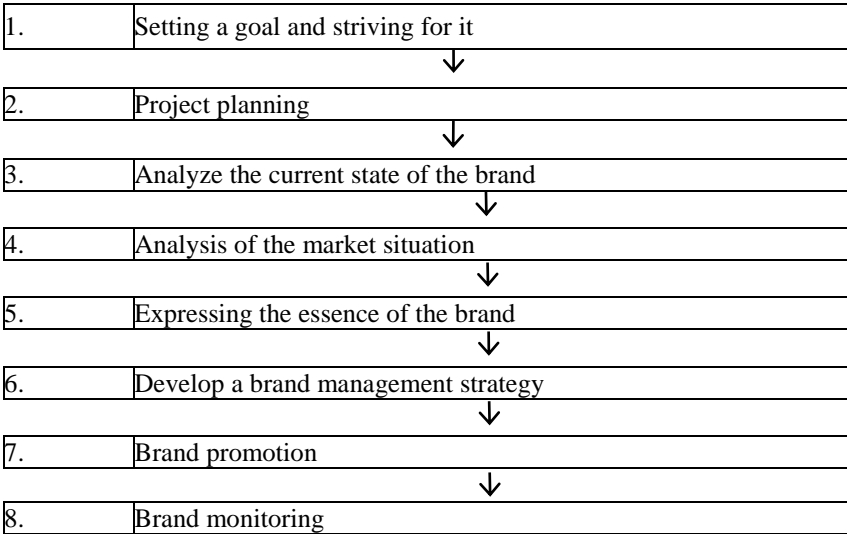
It is important to define a strategy and develop long-term target plans with a view to changing the market situation.

In our opinion, it is important to take into account the principles, functions and other means of management when developing a management strategy, rather than adapting it to the existing management apparatus.

The formation of the brand should go through the following stages (Figure).

At this stage, the following tasks are performed:

- Development of rules for creating marketing materials and representation of the process of brand management;
- identification and appointment of responsible employees who develop the brand (brand keepers);
- Development of action plans for brand promotion (integrated marketing communications);
- Development of a plan for the process of brand monitoring and identification and evaluation of its effectiveness.



Stages of brand formation

Step 7. Brand promotion Integrated marketing communications.

This phase will be carried out in accordance with the management strategy adopted in Phase 6, and a plan will be developed to bring it to the attention of consumers. In particular, it is currently based on the concept of marketing relations and serves to pursue the social development policy set for 2019.

This stage seeks to find solutions to the following tasks:

- Media plan, ie a plan for working with the media will be developed;
- Promotional products are developed;
- Placement of advertising products in communication outlets;
- Complex programs of consumer preferences will be developed.

Step 8. Brand monitoring and evaluation of the effectiveness of actions.

At the final stage, the evaluation of the final results, comparison of the obtained results with the previous indicators, determination of the correctness or incorrectness of the implementation of the plan is aimed at solving the following tasks:

- Monitoring of measurable parameters of the brand (indicators identified in Phase 1);
- compare the current and desired state of the brand;
- change strategy or tactics. In an innovative economy, this need is growing.

Before describing the features of brand formation in Uzbekistan, we need to pay attention to the trends in marketing theory in the systems of brand, positioning, advertising, PR (public relations). For example, foreign marketers El Rice, G. Dan, Dj. It should be noted that in the literature of Yaffe et al., The views placed on the above-mentioned economic categories are outdated in modern business and marketing, especially in view of the local mentality [17].

They were mainly based on two principles: first, that people were more receptive to simple, straightforward views or appeals than to complex ones. Second, it is natural for a person (consumer) to try to accept new information within the scope of their knowledge. However, we believe that such an approach is not enough to shape an effective strategy and branding.

In practice, unfortunately, we can observe a situation of imitation of a well-known foreign brand. For example, the well-known enterprise "Tokhtaniyaz ota sausages" in its logo uses the trademark of the basketball team "Red Bulls" in the United States, the dairy company "Dobroe derevenskoe utro" imitates Russian brands, and many other examples.

There are also cases when the logo of the same entrepreneurs or enterprises shows foreign brands as their own. For example, although there is no McDonald's in Uzbekistan, there are cases of using its trademark, or the name of a product or enterprise called "Khorezm burger". Of course, this situation limits the ability of products and services produced in Uzbekistan to enter foreign markets.

With this in mind, branding theory and practice must meet the following requirements when creating a local brand:

1. Based on the requirements of the innovative economy, we must ensure that local products are in line with local customs and traditions to become a brand.
2. Instead of jumping from one category (type) product to another, the focus should be on that product only. Instead, it makes sense to create a new brand.
3. Gaining a reputation in the minds of consumers by offering a new

product or service first is preferable to being the first or best in the industry.

4. Brands enter life gradually, its success is measured in decades, fast-entering brands can have a short lifespan.

5. In a certain case, the excess of advertising does not form a brand, but, on the contrary, can harm it. For this reason, we believe that by developing a PR system, it is advisable to use advertising to recall information about a product or service.

In foreign practice, a lot of attention is paid to the functions of marketing communications. Because it plays a big and important role in making a product or service a brand. For example, marketers Rossiter and Percy in their development identified the following five communication functions [5]:

- formation of the need for a commodity category;
- trademark information or knowledge formation;
- expression of attitude to the trademark;
- sales promotion;
- Shopping assistance.

The sequence of these five tasks is interrelated, and the role of advertising at all stages is unique. In our opinion, the most important thing in the implementation of these tasks is to take into account the Uzbek traditions, customs, history, to be able to express oriental culture. In addition, in the creation of a local brand, the development of a system of forming relationships and informing about the product or product plays an important role. To do this, follow the rules in the following sequence:

1. Awareness is divided into two types - familiar and reminder. In practice, the consumer can recognize brands five times more than they remember.

2. The average consumer may not be able to remember more than seven brands of a single sales category.

3. Advertising can be quickly forgotten (Figure 3). As mentioned above, an excess of advertising can lead to a decrease in attention to it, or a state of complete ignorance or misunderstanding. A similar situation can be observed in awareness.

4. Awareness can shape the effect of good acquaintance. In particular, as information increases, consumers will begin to pay more attention to meeting their most basic needs.

The majority of consumers use 2-3 brands of a single category of product or service. For example, the most popular types of dairy products are "Nestle", "Musaffo", "Kamilka". The Dobroe derevenskoe utro brand, which currently occupies a larger market, but its imitation status prevents it from becoming a local brand.

In his Address to the Oliy Majlis, President of the Republic of Uz-

bekistan Sh. Mirziyoyev recalled the following words of the great scholar Najmiddin Kubro: "I saw success in effort, and failure in indifference and laziness." Of course, this wisdom requires that we still work hard to form a national brand and bring it to the world market, to conduct more extensive marketing research in this area, to learn from world experience the aspects that correspond to the mentality of our people.

In this study, an algorithm for transforming a brand into a strong brand was proposed, methods for assessing brand value were described, a strategy for creating brand value of local enterprises in the food market was developed and its effectiveness was determined. A brand propensity program has been developed in the main areas of increasing consumer propensity for the brand.

The factors that shape brand strength have been systematized and commented on. Interbrand methods of enterprise brand valuation are also used, and it has been interpreted as a method based on estimating the net present value of a brand and more based on valuing the value of global brands.

In all the methods of brand value assessment, the main focus is on the direction of quantitative determination of value. However, when brand value is formed in the minds of consumers, its measurement does not always reflect the real value. Based on this, the main focus in measuring brand value was on the expediency of focusing on determining the level of consumer acceptance of the brand. The main measure of brand value was based on consumer appropriateness, such as brand awareness, accepted quality, and brand propensity.

In the studied enterprise, the Bernd value is formed mainly by two means: marketing activity of the enterprise and corporate image. Many studies have shown that the use of marketing mix elements in an enterprise's marketing activities is a key tool in creating brand value.

Not only marketing tools but also corporate image play a key role in shaping customer relationships. Corporate image is one of the most important assets of the enterprise and serves as a factor of convenience for customers. Moreover, it is not only the attitude of customers, but also the attitude of employees, media, bloggers, influencers and others towards the organization.

Based on the results of empirical research, it was concluded that the main goal of the branding strategy in the food industry is to create brand value, which is associated with the marketing mix and corporate image.

LITERATURE

1. *Dahl, V.I.* Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language: in 4 volumes / V.I. Dahl. -2nd ed., Rev. and significantly multiplied by the manuscript of

the author. - SPb. : Edition of the bookstore-typographer O. M. Wolf, 1880. T. 1. 723 p. <http://www.slovardalja.net>.

2. The world food market in the era of the "gene" revolution, 2020, ed. "Economy"; "Food and Agriculture Organization"

3. *Assel, G.* Marketing: Principles and strategy: -M.: Infra-M., 1999;

4. *Churchill G.A., Brown T.V.* Basic marketing research, -Thomson, United States, 2010;

5. *Kotler Ph.* Marketing essentials. -Prentice Hall, United States, 2019;

6. *Kotler, Ph., Setiawan I., Kartajaya H.* Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. - wiley, 2012.;

7. *Malhotra, N.K.* Marketing research an applied orientation. - Prentice Hall, United States, 2016;

8. *Kennedy Dr No B.S.* Guide to Brand - Building by Direct Response - Entrepreneur Press, 2014,

9. *Praet, V.D.* Unconscious Branding. How neuroscience can empower marketing. - Prentice Hall, USA, 2012,

10. *Salenbacher, J.* Creative personal branding. -BIS Publishers, 2013, Traindl A. Store branding excellence. - retail /branding. -2011.,

11. *Doyle, P.* Marketing management and strategy. -Pearson Education, London, 2002.

12. *Анохин. Л.М., Анохина Н.В., Аркадьева О.Г., Артёмова О.В., Ашавина С.С., Банникова Е.С., Башмакова П.Н., Березина Н.В., Воюцкая И.В., Голованов Е.Б., Горбунова В.Б., Григорьева В.В., Громов С.С., Гурлев В.Г., Даванков А.Ю., Давиденко Л.М., Данилова И.В., Дегтеренко А.Н., Довбий И.П., Довбий Н.С. и др.* Проблемы экономической безопасности: новые глобальные вызовы и тенденции. Челябинск, 2021.

13. *Бондарская, О.В., Бурцева А.В., Турсунов Б.О., Набиева Н.Н.* Влияние угроз теневой экономики на развитие региона // Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России. Материалы III Всероссийского форума по экономической безопасности. 2021. С. 121-128.

14. *Бондарская, Т.А., Турсунов Б.О., Красноярская У.К., Набиева Н.Н.* Влияние цифровизации на безопасное развитие личности в обществе // Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России. Материалы III Всероссийского форума по экономической безопасности. 2021. С. 134-146.

15. *Турсунов, Б.О.* Анализ тренд-циклических компонент динамики промышленного производства в регионах Республики Узбекистан. В сборнике: Исследование социально-экономического развития территорий в условиях санкций и угроз глобальных вызовов. Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2021. С. 319-330.

16. *Турсунов, Б.О.* Региональные особенности динамики промышленного производства в исследовании финансовой безопасности текстильных предприятий Узбекистана. Финансовый менеджмент. 2021. № 2. С. 52-61.

17. Paul Feldwick. What is Brand Equity, Anyway? Paperback - March 1, 2002.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

УДК 004.8

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАБОТЕ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

Надежда Владимировна Акамова, кандидат педагогических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: wakamow@yandex.ru

PROSPECTS USING THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE WORK OF LAW ENFORCEMENT AGENCIES

Nadezhda Vladimirovna Akamova, PhD in Pedagogy, Associate Professor

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Статья раскрывает технологические основы и возможности применения систем искусственного интеллекта в правоохранительной деятельности. Приводятся методы исследования и сущность искусственного интеллекта. Искусственные нейронные сети рассматриваются как один из основных методов реализации систем искусственного интеллекта в правоохранительной деятельности, в частности способность к ситуационному адаптивному обучению, выявлению неочевидных связей и закономерностей. Выделены три основных типа операций в сфере правоохранительной деятельности, которые могут быть разрешены посредством использования систем искусственного интеллекта.

К л ю ч е в ы е с л о в а: искусственный интеллект, компьютеризация расследования, искусственные нейронные сети, экспертные системы.

The article reveals the technological foundations and possibilities of using artificial intelligence systems in law enforcement. Methods of research and essence of artificial intelligence are given. Artificial neural networks are considered as one of the main methods for implementing artificial intelligence systems in law enforcement, in particular, the ability to situational adaptive training, identifying non-obvious connections and

patterns. Three main types of operations in the field of law enforcement are identified, which can be resolved through the use of artificial intelligence systems.

К е у w o r d s: artificial intelligence, investigation programming, investigation computerization, artificial neural networks, expert systems.

Перед современной юриспруденцией, ее основными направлениями, ориентированными на практическое применение, постоянно стоит цель улучшения используемых средств, методов, технологий для увеличения эффективности решения задач в регулярно развивающемся и меняющемся обществе.

Нынешняя реальность вследствие нарастания темпов научно-технического прогресса изменяется весьма стремительно, в силу этого, перед специалистами в области права, появляется цель не только вести исследования, но и внедрять в свою деятельность новейшие технологии.

Глава Российской Федерации В.В. Путин в октябре 2019 года, принял государственную стратегию формирования искусственного интеллекта (ИИ) вплоть до 2030 года.

В акте выделены главные академические проблемы: наращивание темпов развития искусственного интеллекта в России, осуществление академических исследований и разработок в сфере искусственного интеллекта, увеличение доступности данных, а также вычисляемых ресурсов для пользователей, усовершенствование концепции подготовки сотрудников в данной сфере. Указанный документ акцентирует внимание на огромную государственную и социальную значимость этой технологии в Российской Федерации на данном этапе развития.

Правительство разработало «Концепцию развития регулирования отношений в сфере технологий ИИ и робототехники до 2024 гг.», который предполагает разработку правовых документов, связанных с разными аспектами взаимодействия с системами ИИ. Все это позволит более активно внедрять технологии ИИ в разные сферы человеческой деятельности.

В силу междисциплинарности многих исследований, связанных с исследованием искусственного интеллекта, следует помнить, что при реализации технологий необходимо, кроме свойственных для юриспруденции методов, опираться на закономерности, присущие для философии и для компьютерных наук.

Главными методами решения задач в области юриспруденции с использованием ИИ, считаются сравнительный метод и метод моделирования. Первый метод гарантирует сопоставление многофункциональной ориентированности концепций искусственного интеллекта с человеческой работой, а второй даёт возможность воспроизвести вероятные направленности использования систем искусственного интеллекта в правоохранительной работе.

Искусственный интеллект формируется на основе инновационных технологий программного обеспечения, функционирует нелинейно, способен к обучению, узкому осмыслению причинности, распознаванию ситуаций, объектов, речи, чтению и генерации текстов в разных сферах человеческой деятельности, в том числе и в правоохранительной деятельности [1].

Одно из направлений развития искусственного интеллекта связано с функционированием искусственных нейронных сетей. В настоящее время идёт внедрение проактивных концепций искусственного интеллекта, как в современной криминалистики, так и во всей правоохранительной работе. Искусственные нейронные сети являются важным элементом технологий машинного обучения. Использование данной технологии предполагают решение задач в области криминалистики не напрямую (путём твердой алгоритмизации), а линией преподавания, т. е. обучения. Подготовка способна реализовываться посредством разрешения большого количества подобных вопросов (как это и происходит в случае с искусственными нейронными сетями) или (эта точка зрения считается устаревшей) дедуктивным способом: машинному обрабатыванию подлежит формализованная база данных.

Системы дедуктивного характера именуется экспертными, они также готовы замещать эксперта, т.е. реализовывать неполное пошаговое решение установленной задачи. Образцами программных комплексов подобного рода в сфере криминалистики являются: АДИС «Папилон» и, условно, приложение для мобильных устройств «CrimLib.info – Справочник следователя» [2].

Начиная с 2021 года, Следственный комитет РФ заявил о полноценной эксплуатации программы, которая благодаря ИИ, способна на 96 % составлять портрет преступника, а также может выявлять лиц, причастных к преступлению по совокупности признаков. Программное обеспечение предполагает примерный возраст преступника, район его проживания, работу, описание семьи, привычек и интересов.

В настоящее время работа над программой продолжается, совершенствуются алгоритмы и прорабатываются этические нормы использования данных программы в уголовном судопроизводстве.

Деятельность искусственной нейронной сети в значительной степени аналогична обучению человека, разум которого, по сути, предполагает природную нейронную сеть. Искусственный нейрон, как примитивный компонент искусственной нейронной сети это вычислительная единица, по своей сущности, математическая формула, которая обрабатывает данные, проводит над ними элементарные расчеты и представляет их дальнейшим нейронам. В случае если влияние поступающего сигнала (к примеру, в виде

числа идентификационных признаков) мало, то передача сигнала далее никак не выполняется.

Искусственные нейронные сети с самого начала показывали свою результативность в традиционной правовой сфере. Традиционно формирование баз данных и шаблонов для юридических бумаг выполнялось ручным способом. Юридические понятия и термины после своего определения уже не видоизменялись. Рассмотрим типы операций, которые подвластны искусственным нейронным сетям современного поколения: распознавание (например, определение человека по внешним признакам); предсказание (например, места и времени преступления); классификация (например, отнесение человека в определенную группу: должник, серийный убийца, террорист, экстремист и т. п.) [3].

В связи с этими выделенными операциями можно определить основные направления возможного использования возможностей искусственных нейронных сетей в правоохранительных органах:

- автоматическая обработка текстовых и банковских документов, аудио, видео и графической информации для установления признаков преступления и местонахождения лиц;
- накапливание информации, создание и манипуляции с базами данных, в том числе и биометрические;
- оптимизация работы сотрудников, высвобождения трудовых ресурсов за счет сокращения рутинных операций и повышения эффективности работы;
- обнаружения фактов мошенничества, взлома, внедрения вредоносного программного обеспечения.

Возможность нейронных сетей классифицировать и распознавать объекты различной природы - полезна правоохранительным органам. Например, в Китае полицейские оснащаются специальными очками, которые подключены к базам правоохранительных органов и для идентификации подозрительной личности сотрудники достаточно посмотреть на человека. Искусственные нейронные сети позволяют расследовать дела, связанные со взрывчатыми веществами. Процесс распознавания следов веществ лежит в основе работы так называемых «носов» – специальных устройств, которые способны обнаружить опасные вещества в упаковках и багажах. При расследовании преступлений нейросеть может также помочь при распознавании подлинности подписи. Нейросетевые алгоритмы также используются при проведении исследования на полиграфе и позволяют с большей вероятностью установить, говорит человек правду или нет, что позволяет оперативно расследовать экономические, политические преступления, бороться с коррупцией и предотвращать террористические акты.

Одним из популярных направлений развития искусственного

интеллекта являются экспертные системы (ЭС). Это программные продукты, которые работают на основе базы знаний из определенной области и могут заменить человека-эксперта. Их принцип работы принципиально отличается от нейронных сетей и генетических алгоритмов, они не способны к самообучению без человека, но они доказали свою эффективность в разных сферах человеческой деятельности, в том числе в правоохранительных органах. Экспертные системы в процессе расследований преступлений:

В процессе расследования преступлений используются следующие виды экспертных систем.

ЭС прогнозирования преступлений, назначены для определения зависимости между личностными качествами преступников и выбором места совершения преступления.

ЭС выявления скрытых преступлений (примером может служить, выявление признаков краж на производстве).

ЭС поиска и установления личности преступника, предназначенные для генерирования типовых версий о личности подозреваемого по первичной информации с места преступления.

Таким образом, можно резюмировать, что технологии искусственного интеллекта позволяют повысить эффективность работы правоохранительных органов, оказать большую помощь в раскрытии преступлений, своевременно предотвращать террористическую и экстремистскую деятельность.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Рассел, С.* Искусственный интеллект. Современный подход / С. Рассел, П. Норвиг. 2-е изд. М.: Вильямс, 2018. 1408 с.
2. *Грицаев, С.И.* Компьютеризация целеопределения и планирования расследования / С.И. Грицаев, В.В. Помазанов, Ю.А. Заболотная // Научный журнал КубГАУ. 2015. № 108. С. 491–499.
3. *Беляков, А.А.* Мобильный справочник следователя: содержание и технические условия разработки / А.А. Беляков, Д.В. Бахтеев // Технологии XXI века в юриспруденции: материалы Всерос. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 24 мая 2019 г. / под ред. Д.В. Бахтеева. Екатеринбург, 2019. С. 23–26.

УДК 377

**СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА ПРОГРАММИРОВАНИЯ
ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СИСТЕМ**

Наталья Владимировна Голяева, кандидат педагогических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

Анастасия Олеговна Содель, магистрант

ОГЭУ – АНО ВО «Открытый гуманитарно-экономический университет»

E-mail: n.v.golyaeva@ruc.su; Coda0133@gmail.com

**MODERN PROGRAMMING TOOLS
FOR THE DEVELOPMENT OF INTELLIGENT SYSTEMS**

Natalia Vladimirovna Golyaeva, PhD (Pedagogy), Associate Professor

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Anastasia Olegovna Sodel, Master's Degree student

OGEU – ANO VO “Open University of Humanities and Economics”

В статье рассматриваются методы и технологии, используемые в разработке современных интеллектуальных систем.

Ключевые слова: программирование, интеллектуальные системы, фракталы, методы и средства разработки информационных систем.

The article discusses the methods and technologies used in the development of modern intelligent systems.

Keywords: rogramming, intelligent systems, fractals, methods and tools for developing information systems.

В настоящее время сфера автоматизации управления сложными социально-экономическими процессами и объектами в современном обществе развивается стремительно. Особое место при этом занимает разработка интеллектуальных систем. Интеллектуальные информационные системы применяются во всех сферах деятельности человека (образование, экономика, производство, здравоохранение и другие).

Все это нашло отражение в требованиях федерального образовательного стандарта высшего образования для формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций не

только по направлениям связанным с информационными технологиями такие как 09.03.02 Информационные системы и технологии, 38.03.05 Бизнес-информатика, но и по экономическим направлениям 38.03.01 Экономика, 38.05.01 Экономическая безопасность. Поэтому в учебные планы по многим направлениям вводится дисциплина «Интеллектуальные системы».

«Искусственный интеллект – это наука о концепциях, позволяющих вычислительным машинам делать такие вещи, которые у людей выглядят разумными ...Центральные задачи искусственного интеллекта состоят в том, чтобы сделать вычислительные машины более полезными и понять принципы, лежащие в основе интеллекта...» [1].

При изучении дисциплины «Интеллектуальные системы» студенты знакомятся понятием и видами интеллектуальных информационных систем, а также методами и средствами разработки и проектирования ИС. Особенно важно формирование у студентов не только теоретических знаний в этой области, но практических навыков и опыта разработки интеллектуальных систем современными средствами программирования.

К современным языкам программирования относятся:

Python – является лидером среди языков программирования искусственного интеллекта, данный язык имеет открытый исходный код. Это делает его доступным для модификаций разработчиками под свои нужды. Язык программирования Python продолжает развиваться, упрощается синтаксис и он становится более доступным и эффективным.

Кроме того, при написании программ можно использовать готовые библиотеки, что значительно ускоряет процесс написания исходного кода.

Примером может служить: TensorFlow - применяется для машинного обучения и работы с наборами данных; scikit - для обучения моделей машинного обучения; PyTorch - для обработки речи и для компьютерного зрения.

Lisp – можно назвать предком языков программирования искусственного интеллекта, даже сам термин «искусственный интеллект» официально появился в 1950 году после создания американским ученым Джоном Маккарти языка программирования Lisp.

Это стало огромным прорывом для искусственного интеллекта, который становится функциональным инструментом для машинного обучения. Сегодня используют около 20 диалектов данного языка, таких как INTERLISP, FRANZLISP, QLISP, COMMONLISP. применялся для написания большого количества экспертных систем, интеллектуальных операционных систем, систем естественно-языкового общения.

В языке Lisp процедуры обработки информации представляются в виде функций. Все функции условно делятся на символьные, арифметически, списковые, предикаты, функции ввода-вывод и др.

Большую популярность данного языка можно объяснить тем, что используя достаточно простые конструкции можно создавать сложные системы обработки символьной информации, но язык Lisp имеет невысокую вычислительную эффективность. Поэтому настоящее время программисты редко пользуются им для искусственного интеллекта. Он применяется в обучении студентов, которые изучают историю программирования и основы программирования интеллектуальных систем.

C++ – данный язык можно назвать самым распространённым и быстрым языком программирования, его применяют для создания поисковых систем, компьютерных игр и разнообразных приложений.

Кроме того, язык программирования C++ широко используется для программирования сложных программных продуктов, такие как корпоративные информационные системы, банковские информационные системы, облачные технологии.

Если рассматривать язык C++ для программирования интеллектуальных систем, в нем имеются библиотеки, доступные для машинного обучения и нейронных сетей, которые позволяют быстро реализовывать достаточно сложные алгоритмы. Многие разработчики используют этот язык для создания искусственного интеллекта и сложных приложений, имеющих высокую производительность.

Также можно отметить высокую скорость, как одно из главных преимуществ языка C++.

Java – в настоящее время завоевал наибольшую популярность, именно как язык искусственного интеллекта.

Многие разработчики считают Java Virtual Machine важнейшим преимуществом данного языка, так как позволяет язык искусственного интеллекта воплощать на многих платформах. К дополнительным плюсам можно отнести красивую графику, удобство использования и высокую скорость дебага.

Благодаря открытому коду Java и поддержке многих библиотек, его широко применяют для реализации алгоритмов машинного обучения, но и для создания робототехнических систем, всевозможных датчиков и нейронных сетей.

Java имеет открытый исходный код и поддерживается многими библиотеками, в том числе Java Machine Learning Library. Как предполагает название, она подходит не только для алгоритмов машинного обучения, но и для проектов, в которых используются робототехнические системы, датчики, NLP и нейронные сети.

Язык R – можно назвать самым молодым языком программирования искусственного интеллекта, который за небольшое время, благодаря возможности решения конкретных задач получил большую популярность среди разработчиков. Особенно много положительных отзывов язык R получил в области обработки больших данных, и создании программного обеспечения статистической обработки данных. В области статистических расчетов ему нет равных среди языков программирования.

Язык R имеет открытый исходный код, что делает его доступным и позволяет его применять в области машинного обучения, работы с большими массивами данных и в качестве инструмента анализа баз данных.

Prolog – является языком логического программирования и расшифровывается как (программирование на логике). Он был создан в 1960-х годах и значительно отличается от вышеперечисленных языков программирования.

Он не похож на «классические» языки программирования. Первоначально областью применения языка Prolog была обработка естественной речи, значительно позже его стали применять для доказательства теорем, исследовательских и образовательных областях, разработке экспертных систем. В настоящее время Prolog широко применяется для машинного обучения для изучения курсов искусственного интеллекта, экспертных систем.

Язык Prolog широко применяется для разработки систем, основанных на знаниях и обработки естественного языка. Методы поиска и обработки данного языка отличаются от традиционных языков программирования, так как многие конструкции языка опираются на логику и большое внимание уделяется формализованному описанию условий задачи.

Современной средой, в основе которой лежит язык Пролог, является Visual Prolog. В среде Visual Prolog используется подход, получивший название «визуальное программирование», при котором внешний вид и поведение программ определяются с помощью специальных графических средств проектирования без традиционного программирования на алгоритмическом языке.

Интерфейс Visual Prolog включает: главное меню, панель инструментов, окно проекта. Если во время последнего использования системы Visual Prolog там был открытый проект, то система автоматически вновь откроет этот проект.

Программа на ПРОЛОГе состоит из предложений, которые могут быть фактами, правилами или запросами. Факт – это утверждение о том, что соблюдается некоторое конкретное соотношение между объектами. Факт используется для того, чтобы показать простую взаимосвязь между данными.

Как правило, программа состоит из четырех разделов.

DOMAINS – секция описания доменов(типов). Секция применяется, если в программе используются нестандартные домены.

PREDICATES – секция описания предикатов. Секция применяется, если в программе используются нестандартные предикаты.

CLAUSES – секция предложений. Именно в этой секции записываются предложения: факты и правила вывода.

GOAL – секция цели. В этой секции записывается запрос.

Анализ существующих инструментальных систем показывает, что сначала в области искусственного интеллекта более активно велись работы по созданию интеллектуальных систем автоматизированного синтеза исполнительных программ. При этом основная доля мощности и интеллектуальности такого инструментария связывалась не с его архитектурой, а с функциональными возможностями отдельных компонентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Толковый словарь по искусственному интеллекту / Авторы-составители: А.Н. Аверкин, М.Г. Гаазе-Рапопорт, Д. А. Поспелов. М.: Радио и связь, 1992.

УДК 004

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Ольга Анатольевна Мельцаева, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: o.a.meltsaeva@ruc.su

COMPUTER GAMES: PLUSES AND MINUSES

Olga Anatolyevna Meltsaeva, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В тексте статьи рассматриваются особенности компьютерных игр и их влияние на человека. Воздействие различных видов онлайн и оффлайн игр на людей разного возраста. Положительное влияние компьютерных игр на человека. Минусы или отрицательные моменты современных компьютерных игр.

К л ю ч е в ы е с л о в а: компьютерные игры, зависимость, обучение, онлайн игры, плюсы компьютерных игр, минусы компьютерных игр, развлечение.

The text of the article discusses the features of computer games and their impact on

humans. The impact of different types of online and offline games on people of different ages. The positive impact of computer games on a person. Cons or negative aspects of modern computer games.

К е y w o r d s: computer games, addiction, learning, online games, advantages of computer games, disadvantages of computer games, entertainment.

Нашу жизнь сложно представить свою жизнь без современной техники: компьютеров, телефонов, игровых приставок и тому подобному. Люди просто не могут жить без них. Служат они не только для работы, но и для развлечений, а игра на компьютере – их особый вид. Компьютерные игры в большинстве своем не предполагают какой-либо физической активности человека, они стали неотъемлемой частью жизни большинства молодых людей, которые проводят в виртуальном мире по несколько часов ежедневно, а часто и все свое свободное время.

Их количество за последнее время значительно выросло, а типы стали весьма разнообразными. Человек может играть в простейшие симуляторы, головоломки или вдумчиво смотреть в экран, обдумывая шахматную партию, которую он начал с расчетливым искусственным интеллектом компьютера или с противником находящимся совершенно в любой точке мира. Или расширять свой кругозор и знания истории, играя в увлекательную стратегию.

Некоторые игры помогают в жизни, учат и развивают разные качества, но, таких не много. Чрезмерное время, проведенное за играми, вызывает не просто зависимость, но и психические расстройства или даже различные болезни.

Играя в компьютерные игры, можно усовершенствовать мелкую моторику (для работы с клавиатурой), скорость реакции и внимательность. Играя в компьютерные игры, можно усовершенствовать знание иностранных языков, узнать новые слова, примерить на себя разные роли: полководец, гонщик, военный, сыщик и так далее. Игры развивают высокий уровень абстрактного мышления, логику и помогут научиться ориентироваться на карте. Но такой эффект может быть не от всех игр, многие игры приносят отрицательные моменты [1].

Существует множество игр, которые направлены на развитие логики, памяти, внимания и мышления. К таким относятся: головоломки, логические, стратегии.

Разработаны игры даже для самых маленьких пользователей возрастом от 3 до 5 лет. Они помогут научить малыша запомнить буквы и цифры, расскажут о различных растениях, животных, средствах передвижения и многом другом, а также благоприятно скажутся на развитии моторики рук, памяти и музыкального слуха.

Специальные игры онлайн для школьников помогут им лучше усвоить школьный материал, научат различным методам решения

поставленной задачи, дадут углубленные знания по конкретной дисциплине, помогут в изучении иностранного языка.

Многие игры рассчитаны на участие нескольких игроков. Поэтому от успехов и неудач одного человека зависит общий результат целой команды. И именно поэтому игрокам стоит научиться быть частью целого, а не просто играть за себя. Интересы команды в этом случае должны быть выше своих.

Не подвести друзей, выполнить свою задачу – такие навыки человеку пригодятся не только компьютерной игре, но и в реальном мире.

Для победы в игре участнику необходимо досконально изучить особенности используемых различных приспособлений, которые он получает в процессе прохождения заданий, таким образом, игрок обретает необходимый для прохождения заданий опыт. Ведь современные компьютерные игры не поддаются новичкам, а требуют от игрока внимательности, ловкости и смекалки, в течении игры приходится решать массу задач.

Самый главный минус – это зависимость, которую могут вызывать компьютерные игры (в основном это онлайн игры). Избавится от нее самостоятельно не получится, лучше всего обратится за помощью к специалисту.

Человек, который зависим от игры, все свое время проводит, играя и лишь изредка, может отлучиться от компьютера. В таких людей начинаются проблемы с аппетитом, сном, нарушается психика. Самое страшное, что поначалу зависимость практически незаметна, но чем дальше, тем хуже.

Особенно уязвимы к зависимости дети и подростки. Их не полностью сформировавшаяся психика легко поддается влиянию игр. У детей замедляется восприятие времени и им кажется, что прошло всего несколько минут в то время, когда уже пролетели пару часов.

Не стоит забывать про влияние компьютерных игр и на взрослых. На сегодняшний день игровая зависимость стоит в одном ряду с алкогольной и наркотической. Все чаще причиной распада молодых семей становится игровая зависимость. Ведь никто не захочет жить с человеком, который постоянно сидит за компьютером. Так же со временем зависимые люди становятся более агрессивными, рассеянными. Они теряют семью и работу, что приводит к глубокой депрессии [3].

Как правило, большинство компьютерных онлайн игр требуют вложений реальных денег. Которое впоследствии переводятся в виртуальную валюту и тратятся для развития виртуального персонажа. Так с семейного бюджета начинают пропадать деньги, а со временем суммы вложений будут только увеличиваться.

Длительное нахождение за компьютером вызывает сильную усталость, повышается раздражительность, увеличивается рассеянность, порой могут возникнуть галлюцинации, портится зрение, а во время игр в ночное время сбивается биологический режим. Также, игроман начинает неосознанно копировать поведение компьютерного персонажа. Как следствие появляется возможность того, что в реальной жизни игроман так же, как и в компьютерной игре будет делать то, чем привык заниматься в процессе игры: воровать, грабить или решать проблемы насильственными методами.

Компьютерные игры крадут наше время. Игры занимают много времени, в связи с этим возникает недостаток живого общения, отрыв от общества, мы редко видимся с нашими друзьями и родственниками. Игры замедляется психическое развитие, из-за которого могут начать развиваться комплексы. Заигравшись, человек начинает тратить реальные деньги в играх.

Формирование зависимости от компьютерных игр – это серьезное психическое отклонение, которое, наравне с курением, алкогольной и наркозависимостью, требует лечения и наблюдения у специалиста [2].

Люди, у которых возникает игромания, в виртуальном-игровом мире проводят намного больше времени, чем в реальном. Реальность для них становится тусклой и не такой интересной по сравнению с играми. Зависимость может развиваться у людей любого возраста.

Длительное сидение за компьютером вредно для здоровья - как физического, так и психического. Конечно, нельзя сказать, что из-за компьютерных игр люди становятся плохими. Однако невысокая двигательная активность, редкие прогулки на свежем воздухе и постоянное эмоциональное напряжение в игре не пойдут на пользу никому.

Вред компьютера может быть обусловлен несоблюдением простых правил, которые помогают сохранить здоровье.

Люди, увлеченные компьютером, часто не могут оценить свое физическое и эмоциональное состояние, утомления и усталости глаз, могут очень сильно перегрузить общее состояние и нагрузку на глаза. Чтобы сохранить хорошее зрение, необходимо всегда контролировать время, проведенное за компьютерными играми в частности и перед экраном компьютера или планшета в целом.

Из-за длительного неподвижного состояния ухудшается самочувствие, происходят сбои в организме, это чревато развитием гиподинамии.

Когда человек много играет в компьютерные игры, это сопровождается эмоциональным напряжением, что также не проходит бесследно. Находясь длительное время за компьютером, человек

становится агрессивным, неуправляемым, раздраженным, начинаются проблемы со сном.

Общение с компьютером происходит, один на один, что способствует нарушению взаимодействия общения в обществе и коллективе.

Вместе с нарушением здоровья происходит ухудшение и умственных способностей. Специалисты выяснили, что компьютерные игры останавливают развитие лобных долей мозга, которые отвечают за поведение человека, тренировку памяти, эмоции и обучение. А стимулируют только те участки головного мозга, которые отвечают за зрение и движение, но не способствуют развитию других важных его участков.

Еще один аргумент против компьютерных игр – это то, что они содержат много сцен насилия. Таким образом, играя в них, наше поведение может стать более агрессивным. Компьютерные игры с элементами насилия также оказывают негативное воздействие, «игровое» насилие провоцирует агрессивные мысли, поведение и гневные чувства среди молодежи. Компьютерные игры не являются сами по себе вредными, большим недостатком является страсть к компьютерным играм и зависимость от них. Игры не составляют чего-то уникального, точно так же у человека может быть любая другая страстная привычка, например, к утреннему кофе.

Компьютерные игры давно уже стали настоящим спортом. Мировой опыт показывает, что, играя за компьютером, можно даже зарабатывать деньги, причём немалые. Но для этого, конечно, нужно стать профессионалом.

Чтобы сохранить равновесие, лучше иметь и некоторые активные хобби, такие как занятия спортом или игра в музыкальной группе. Есть некоторые люди, которые поддерживают компьютерные игры. Они говорят, что это занятие имеет много преимуществ. Например, оно может развивать хорошую память, потому что в то время как мы играем, мы пытаемся запомнить различные детали. Кроме того, оно развивает логическое мышление, и даже языковые навыки. Тратя много времени в Интернете, мы можем завести виртуальную дружбу с другими игроками. И, конечно же, для многих людей это является одним из лучших способов развлечения.

В качестве профилактических мер зависимости эксперты советуют соблюдать несколько рекомендаций:

- соблюдайте правило «один день в неделю без компьютерных игр». В такие дни можно планировать совместный семейный отдых, посещение парка, аттракционов, поездки за город, просмотр фильмов или поход в кино;

- ограничивайте время пользования цифровыми устройствами, и время для компьютерных игр;

- найдите интересное для себя и ребенка хобби;
- определите и ликвидируйте первопричину увлечения компьютерными играми;
- увеличивайте физическую активность за счет спорта, танцев, посещения секций и домашних дел;
- включайте компьютер, и имеющиеся гаджеты только при необходимости;
- соблюдайте временные нормы;
- научитесь способам снятия эмоционального напряжения, выхода из стрессовых ситуаций без использования компьютерных игр;
- регулярно осуществлять цензуру компьютерных игр и программ;
- помните о том, что родители для ребёнка являются образцом для подражания. Поэтому сами родители не должны нарушать правила, которые установили для ребёнка;
- проанализируйте сами себя, не являетесь ли вы сами зависимыми от табака, алкоголя, телевизора? Лучший рецепт профилактики зависимости у вашего ребёнка – ваше освобождение от своей зависимости.

Если человек страдает игровой завистью, нужно постараться понять его и в какой-то мере разделить его интерес к компьютерным играм. Это не только сблизит вас, но и увеличит его доверие. Критика же воспринимается, как отказ понять его интересы и поэтому вызывает замкнутость и в некоторых случаях агрессию [4].

Люди любого возраста нуждаются в самовыражении, если не находят других средств выражения своих мыслей и энергии они обращаются к компьютеру и компьютерным играм. Они помогают создать иллюзию реальности с безграничными возможностями, лишенной всякой ответственности. Данный способ самовыражения оказывает разрушительное действие на психику.

Компьютерные игры могут быть как вредными, так и полезными. Но и те, и другие должны отнимать у нас не более 1–2 часов в сутки, ведь кроме компьютерных игр в жизни еще столько всего интересного.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Днепров, А.* Защита детей от компьютерных опасностей // Изд-во: Питер, 2008. 192 с.
2. *Кардашян, Р.А.* Аналитический обзор компьютерной и игровой зависимости / Кардашян Р. А., Голубинская О. И. // Наркология. 2014. № 12 (156). С. 80–89.
3. *Керделлан К., Грезийон Г.* Дети процессора. Как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых // Издательство: У-Фактория. 2015. 269 с.
4. *Краснова С., Казарян Н., Тундалева В., Быковская Е., Чапова О, Носатова М.* Как справиться с компьютерной зависимостью // Издательство: Эксмо, 2008. 224 с.

УДК 004.5

ЗАЩИТА ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ ОТ ВОЗМОЖНЫХ УГРОЗ

Ольга Анатольевна Мельцаева, преподаватель

Наталья Ивановна Таратынова, преподаватель

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: n.i.taratinova@ruc.su; o.a.meltsaeva@ruc.su

PROTECTING OPERATING SYSTEMS FROM POSSIBLE THREATS

Olga Anatolyevna Meltsaeva, Lecturer

Natalya Ivanovna Taratynova, Lecturer

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассмотрены рекомендации для организации работы безопасной среды в операционных системах и защиты операционных систем с помощью антивирусных программ брандмауэров.

Ключевые слова: защищенный режим работы операционных систем, операционные системы, рекомендации по защите операционных систем.

The article discusses recommendations for organizing a safe environment in operating systems and protecting operating systems using firewall anti-virus programs.

Keywords: protected mode of operation of operating systems, operating systems, recommendations for protecting operating systems.

Сегодня при интенсивном развитии информационных технологий на первый план современного общества выходят информационные войны, направленные на обеспечение безопасности систем, построенных на основе информационных технологий, для эффективного предотвращения кражи личной информации киберпреступниками.

Решающую роль при реализации комплектной системы защиты IT-систем имеет реализация защиты компьютеров, которые являются частью такой системы (хост-бастионы, брандмауэры).

Не мало публикаций посвящены проблеме обеспечения безопасности ИТ-систем, но в них не раскрыта полностью проблема по защите компьютеров, с которыми работает конечный пользователь.

Информационная безопасность в самом широком смысле – это совокупность средств защиты информации от случайного или

преднамеренного воздействия. Независимо от того, что лежит в основе воздействия: естественные факторы или причины искусственного характера – владелец информации несет убытки.

Обеспечение и поддержка информационной безопасности включают комплекс разноплановых мер, которые предотвращают, отслеживают и устраняют несанкционированный доступ третьих лиц. Меры информационной безопасности направлены также на защиту от повреждений, искажений, блокировки или копирования информации. Принципиально, чтобы все задачи решались одновременно, только тогда обеспечивается полноценная, надежная защита.

Угрозой информации называют потенциально возможное влияние или воздействие на автоматизированную систему с последующим нанесением убытка чьим-то потребностям.

На сегодня существует более 100 позиций и разновидностей угроз информационной системе. Важно проанализировать все риски с помощью разных методик диагностики.

На основе проанализированных показателей с их детализацией можно грамотно выстроить систему защиты от угроз в информационном пространстве.

В работе [1] приведены виды угроз, которые способен выявить *kis 6.0*, но не описано, как использовать возможности самой операционной системы для повышения эффективности защиты компьютера.

Источником угроз информационной безопасности может выступать человек или группа людей, а также независимые от деятельности человека проявления. Все источники угроз можно разделить на три группы факторов: человеческий; технический; стихийный.

Человеческий фактор – группа угрожаемых действиями человека, имеющего санкционированный или несанкционированный доступ к информации. Угрозы этой группы можно разделить на следующие:

- внешние, к ним касающиеся действия кибер-преступников, хакеров, интернет-мошенников, недобросовестных партнеров, криминальных структур;

- внутренние, к ним относятся на умышленные случайные действия персонала компаний, пользователей домашних компьютеров.

Технический фактор – группа опасности с техническими проблемами:

- физической нравственное старение используемого оборудования;

- некачественные программные аппаратные средства обработки информации.

Все это приводит к отказу оборудования чаще всего потери информации.

Стихийный фактор – группа угроз, не зависящих от деятельности людей:

- природные катаклизмы;
- стихийные бедствия;
- форс-мажорные обстоятельства.

В ходе проектирования комплексной системы безопасности необходимо учитывать все перечисленные источники угроз. Согласно работе [1] виды угрожают такими: черви (worms); вирусы (viruses); троянские программы (Trojans); программы-рекламы (adware); программы-шпионы (spyware); программы-шутки (jokes); программы-маскировщики (rootkit); хакерские атаки, фишинг (phishing); платные Интернет-ресурсы; навязчивая реклама; спам (spam); другие опасные программы.

Перед разработкой системы безопасности для операционной системы следует отметить, как в операционную систему необходимо защищать. Операционные системы бывают с открытым закрытым исходным кодом. Последние – это всегда платные коммерческие продукты. На рынке операционных систем наиболее распространены Linux и Windows. Linux и другие линксоподобные операционные системы сравнимы с Windows, если не учитывать бесплатность Linux, имеют только одно преимущество: открытость исходного кода. Поэтому устанавливать Linux следует только тогда, когда без знания исходного кода ОС обойтись невозможно. Например, для профессиональных занятий хостингом необходимо устанавливать Linux с открытым исходным кодом, чтобы была возможность оперативно реагировать на новые угрозы безопасности для ОС внесением изменений и выходной код.

Windows имеет хорошо продуманный интерфейс пользователя, намного больший ассортимент программного обеспечения. В сравнении с Linux в ней легче разобраться, ее намного проще настраивать, намного проще найти специалиста способного обслуживать Windows и, как следствие, проще построить систему безопасности для ОС Windows.

Защита от хакерских атак вредоносных программ обеспечивают: антивирусные программы; экраны; хост-бастионы; брандмауэры. Но перечисленные меры не обеспечивают защиту от квалифицированных действий пользователя, не корректной работоспособности установленных программ. Для решения этой проблемы используют программное обеспечение, которое возвращает ОС до первичного состояния после ее перезагрузки, например: Shadowuser Pro; Deep Freeze Standard; Disk Write Copy Professional Edition.

Принцип действия этих программ основан на том, что пользователь задает диски, которые необходимо защищать, и программа отслеживает изменения, которые не пользуются на этих дисках. Для запуска подозрительных или незнакомых программ можно использовать программу Sandboxie. Принцип действия заключается в том, что программе, которая запускается в среде Sandboxie и компонентам, связанным с ней, выделяется виртуальное изолированное адресное пространство. Количество этих пространств ограничено лишь ресурсами операционной системы. К недостаткам Sandboxie следует отнести, что не все программы способны запускаться в ее среде.

В качестве безопасной рабочей среды можно использовать гостевые операционные системы. Это можно реализовать, например, с помощью таких виртуальных машин, как Oracle VM Virtualbox или Microsoft Virtual PC 2007 SP1. Последний продукт поддерживает только операционные системы от Microsoft. На базе таких виртуальных машин можно реализовать виртуальный хост-бастион. В операционной системе от Microsoft реализована функция теневого копирования томов. Она выполняется согласно расписанию, перед установочными процессами или выполняется пользователем вручную. Это позволяет возвратиться к первичному состоянию операционной системы, которое было на момент снятия теневой копии томов. При использовании средств резервного копирования, которое встроено в ОС Windows, необходимо учитывать ограничения, которые описаны в документации для операционных систем.

Важное место защиты операционных систем занимает защита от вредоносных программ и хакерских атак. Ни одна антивирусная программа не сможет гарантировать обнаружение всех вредоносных программ. Это касается даже самых известных брендов. Ежегодное количество вредных программ увеличивается в арифметической прогрессии. Из огромного количества вирусов, которые появляются ежедневно, антивирусные программы способны быстро вывести лишь две трети. Даже на сегодняшний день встречаются «сверки», появившиеся лет пять тому, и какие неспособны выявить ни одна антивирусная программа.

Среди разработчиков вредоносного программного обеспечения очень часто встречаются талантливые программисты-специалисты, которые прилагают максимум усилий для сокрытия факта работы своей разработки. Антивирусная программа всего лишь алгоритм, который имеет множество ограничений, штучный интеллект пока еще не создан. Антивирусная программа не препятствует проникновению угроз извне, позволяет бороться только с последствиями заражения ОС. Задача брандмауэра состоит в создании фильтров,

которые препятствуют передаче несанкционированных пакетов в базовой операционной системе.

Брандмауэр контролирует весь сетевой трафик, анализируя природу и достоверность его происхождения. Передача данных при этом должна быть связана с определенным приложением и проходить по определенным правилам: протокол; порт; направление передачи; происхождение инициатора запроса. Полноценно защитить операционную систему возможно, лишь контролируя все возможные пути проникновения в систему.

Недостаток брандмауэра является неспособность защитить систему, если заражение уже произошло, например, если троянский вирус осуществляет передачу данных с протоколом HTTP с помощью веб-браузера. Для того чтобы перекрыть виды угроз нужно комбинировать антивирусную программу с брандмауэром. При этом рекомендуется использовать решения, в которых соединены антивирусная программа с брандмауэром (Comodo Internet Security, Kaspersky Internet Security).

Для снижения вероятности проникновения вредоносного программного обеспечения в операционную систему можно использовать тот факт, что во всей Microsoft Windows, начиная с NT, каждый процесс имеет свой контекст безопасности. Поэтому есть возможность разграничить права доступа к файлам и программам для разных пользователей на уровне файловой системы. [2, с.56]

Эффективность использования программ, которые возвращают операционную систему до первичного состояния после перезагрузки выделяют изолированную виртуальную среду для запуска программного обеспечения.

Организация защиты операционной системы от хакерских атак вредоносного программного обеспечения достаточно тяжелое задания. Это связано с тем, что противостоять приходится специалистам, имеющим высокую квалификацию и интеллект. Разработчики программ защиты не могут полностью отслеживать появление вредоносных программ хакерских атак. Единственный способ противостоять всем видам угроз, которые влияют на операционную систему с закрытым выходным кодом – это отслеживание своевременной установки соответствующих обновлений для операционной системы, а также своевременное обновление антивирусных баз. Придерживаясь всех изложенных рекомендаций, можно значительно снизить вероятность утраты информации от влияния разных угроз на операционную систему.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Казанцев С.Я., Згадзай О.Э., Оболенский Р.М. и др. Правовое обеспечение информационной безопасности: Учебное пособие для студентов высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 352 с.*

2. Формы утечки информации, составляющей коммерческую тайну, и управление персоналом предприятия в целях обеспечения информационной безопасности. [Электронный ресурс]: http://www.juristlib.ru/book_5770.html.

УДК 004

НОМОФОБИЯ, ЗАВИСИМОСТЬ ОТ ГАЖДЕТОВ

Ольга Анатольевна Мельцаева, преподаватель

Ольга Александровна Яшкина, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: o.a.meltsaeva@ruc.su; o.a.yashkina@ruc.su

COMPUTER GAMES: PLUSES AND MINUSES

Olga Anatolyevna Meltsaeva, Lecturer

Olga Aleksandrovna Yashkina, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В статье рассмотрена одна из острейших проблем человечества - неправильное использование цифровых гаджетов и представлен один из способов рационального использования технических устройств. Не следует посвящать свою жизнь рабоплепному служению смартфону, а заняться более важными делами, таким как получение профессиональных навыков и качеств; получение высшего образования; самопознание и поиски сути, истины; оказание посильной помощи нуждающимся людям и др. Это не призыв полного отказа от благ современной цивилизации, а лишь повод.

Ключевые слова: номофобия, гаджеты, зависимость, технические средства, телефон, информация

The article considers one of the most acute problems of mankind - the misuse of digital gadgets and presents one of the ways to rationally use technical devices. You should not devote your life to subservient service to the smartphone, but to do more important things, such as gaining professional skills and qualities; higher education; self-knowledge and search for essence, truth; providing all possible assistance to needy people, etc. This is not a call for a complete rejection of the benefits of modern civilization, but only an excuse.

Keywords: nomophobia, gadgets, addiction, technical means, telephone, information.

Мобильные гаджеты, современные технологии, Интернет составляют неотъемлемую часть повседневной жизни современного человека. С помощью гаджетов одним нажатием кнопки можно

найти все, что угодно, оплатить счет или онлайн-покупки, заказывать еду, пообщаться с друзьями и родственниками, узнать самые свежие новости. Но чрезмерное использование гаджетов в современном мире стало настоящей проблемой, человек превращается из владельца смартфона в его раба.

Люди любого возраста проводят часть дня, взаимодействуя с экранами – с телевизором, компьютером, планшетом и телефоном. Наряду со всеми плюсами, часто можно слышать и читать о негативной стороне использования технологий.

В современном обществе сменился формат потребления информации. Раньше в большей степени мы получали ее в виде книг, газет, печатного текста и телевизионной картинки, на сегодняшний день большая часть – это изображения, фотографии и видео, что делает информацию, с одной стороны, доступнее, а с другой – проще. Специалисты говорят, что человек существующий в современном мире не в состоянии воспринимать сложную информацию, поэтому важно формировать навыки анализа информации с раннего детства, чтобы за пользователем всегда оставался выбор вида контента.

Проанализируйте себя, насколько вы привыкли к девайсам и как часто думаете и принимаете решения самостоятельно, без использования современных гаджетов. Начните отслеживать время, проведенное с телефонами, — данная функция существует во всех смартфонах.

Бесконтрольное использование смартфонов приводит проблемам со сном, к повышенной тревожности, стрессу и даже депрессии.

Неконтролируемое использование, злоупотребление гаджетами, негативно влияет на здоровье человека как психическое, так и физическое, а также на его социальную жизнь все это говорит нам о зависимости от гаджетов.

Зависимость от гаджетов тесно связана с таким понятием как номофобия – это страх остаться без мобильного устройства или забыть его [3].

Современные технические устройства, такие как смартфон, планшет или компьютер, являются очень продуктивным инструментом, но навязчивое использование этих устройств негативно сказывается на жизни человека и может мешать работе, учебе и отношениям. Если вы больше времени уделяете социальным сетям или игра, чем общению с реальными людьми, или не можете удержаться от постоянной проверки уведомлений, электронной почты или приложений, то скорее всего у вас номофобия

Термин «номофобия» является аббревиатурой «no mobile phone phobia» [3].

Она была придумана в 2010 года во время исследования, целью которого было определить проблемы, с которыми сталкиваются пользователи мобильных устройств. Исследование показало, что пользователи мобильных телефонов, испытывают беспокойство, когда теряют или забывают свой мобильный телефон, он разряжается или находится вне зоны доступа сети, более половины из них никогда не выключали свой телефон. Изучая реакции людей, у которых забирали смартфоны на несколько часов, определялся уровень их тревоги – он был достаточно высоким.

Номофобия и ее симптомы, говорят о высокой зависимости от гаджетов, которые могут нанести вред вашему здоровью:

- когда не можете найти свой мобильный, возникает ощущение возбужденности и паники;

- до тех пор, пока не будет обнаружен телефон присутствуют дрожь в руках, дискомфорт и страх;

- при потере телефона возникает злость, надвигается истерика, паника и головокружение, учащается пульс;

- вы постоянно смотрите в телефон, проверяете личные страницы в соцсетях, электронную почту, звонки, в любое время, где бы вы не находились;

- никогда не выключаете телефон, даже если этого требует обстановка;

- в любом месте, в любой обстановке телефон всегда с вами;

- боясь того, что у телефона сядет батарея вы везде носите с собой зарядное устройство;

- всегда пополняете телефон «с запасом» боясь, что неожиданно останетесь без связи при отрицательном или нулевом балансе;

- постоянно в курсе всех новинок мира мобильных технологий, одним из первых обновляете приложения, часто меняете сам телефон на более новую модель, приобретаете разнообразные аксессуары;

- регулярно скачиваете программы, игры, картинки, меняете настройки и мелодии.

- у вас возникают проблемы с памятью и другими когнитивными способностями;

- чаще появляется головная боль, ухудшается зрение, возникает боль в шее и спине;

- состояние постоянной тревожности;

- ухудшаются отношения с окружающими людьми;

- нарушается сон, часто бессонница.

Номофобия связана с растущей зависимостью человека от технологий, интернет-зависимостью и опасениями по поводу того, что может случиться, если вдруг не сможете получить доступ к необходимой информации, она считается современной фобией.

Специалисты пока не обнаружили конкретной причины возникновения номофобии у человека, они считают, что этому могут способствовать несколько факторов:

1. Без телефона вы, скорее всего, будете чувствовать себя одиноко, если он является основным способом связи с близкими людьми. Вы можете постоянно держать телефон под рукой из-за нежелания испытывать страх изоляции.

2. Если мы ждем важного сообщения или звонка, то держим наши телефоны под рукой, эта привычка может выработать страх оказаться недоступным.

3. Потеря телефона в прошлом могла вызвать трудности или проблемы, поэтому вы можете беспокоиться о возможности повторения негативной ситуации, что в свою очередь формирует негативный опыт.

4. Развитие номофобии может возрасти, если кто-то из ваших близких страдает какой либо фобией.

Многие ошибочно полагают, что номофобия – это безобидная привычка, но эта болезнь уже признана зависимостью схожей с наркоманией, алкоголизмом и игроманией. Данная фобия может перерасти в серьезное психическое заболевание, зависимость от телефона носит «токсический» эффект, который распространяется на взаимоотношения человека с реальным миром и его сознание.

Пристрастие к гаджетам не зависит от возраста человека. Ему подвержены как взрослые, так и дети [2].

Зависимость от гаджетов может отрицательно повлиять на когнитивное и эмоциональное развитие детей. Еще одно негативное воздействие – это недостаток внимания и большее количество отвлекающих факторов во время разговоров. Исследование показало, что у детей с интернет-зависимостью более чем в два раза выше вероятность развития депрессивных симптомов, чем у их сверстников [1].

Существуют различные риски для здоровья, от чрезмерно неконтролируемого использования смарт-устройств, главный из них связан со зрением.

В последние несколько десятилетий выяснилось, что частота возникновения близорукости (миопии) увеличилась. Не менее губительным воздействием на глаза стало снижение частоты моргания – это привело к частым случаям синдрома сухого глаза.

Существуют и другие негативные последствия чрезмерного использования гаджетов, к ним относятся: снижение слуха – из-за прослушивания громкой музыки в наушниках; недосыпание; проблемы с осанкой – чаще всего перед гаджетом сидят, ссутулившись, из-за чего мышцы спины, шеи и плеч быстро утомляются и болят).

Чтобы снизить зависимость от гаджетов необходимо выполнять несложные правила:

1) в нерабочее время старайтесь не отвечать на почту или сообщение от коллег, если оно не имеет особой важности, ответьте на него завтра. Установите границы, когда в нерабочее время вам могут звонить ваши друзья или коллеги;

2) при длительном использовании компьютера во время рабочего дня, делайте себе небольшие перерывы, это поможет вашему мозгу и телу немного отдохнуть. Ходите или делайте небольшие физические упражнения;

3) отключайте мобильный телефон, когда ложитесь спать. Старайтесь не использовать будильник на телефоне, иначе при пробуждении вы сразу же начнете проверять соцсети;

4) не отвечайте на каждое сообщение и в самые кратчайшие сроки. Некоторые беседы лучше вообще не начинать или отложить;

5) не следует давать детям мобильные телефоны и гаджеты в раннем возрасте. Когда детям нечем заняться, они хотят поиграть в смартфон. Найдите для своих детей альтернативные занятия, не связанные с гаджетами и смартфонами. Иногда родители совершают большую ошибку, чтобы успокоить детей дают им гаджеты. Это может привести к нарушению когнитивных способностей у ребенка;

6) важным моментом является установка временных рамок по использованию гаджетов как для себя, так и для своих детей. Установите правила и ограничения по времени, а затем вместе их придерживайтесь;

7) приобретите хорошие настольные игры, головоломки и книги вместо того, чтобы вам и вашему ребенку увлекаться онлайн-играми или копаться в мобильных приложениях. Проведите время вместе и с пользой;

8) обратитесь за профессиональной психологической помощью, если вы или кто-то из ваших родственников страдает в тяжелой степени зависимостью от гаджетов;

9) начните читать как можно больше книг вместо того, чтобы сидеть в соцсетях, постепенно увеличивая время чтения и количество прочитанных страниц. Вначале будет сложно, потому что наше внимание становится все более рассеянным, придется приложить усилия, чтобы сконцентрироваться на тексте. Но через несколько дней вам станет легче, и концентрация станет лучше;

10) если читать книги слишком сложно или у вас устают глаза, включайте радио или замените чтение, на начальном этапе, прослушиванием аудио книг;

11) используйте доступное свободное время без гаджетов, более эффективно и с конкретной целью;

12) мотивируйте себя и свою семью выполнять ежедневные упражнения, придумайте систему бонусов или подарков. Занимайтесь йогой, гуляйте, делайте зарядку или катайтесь на велосипеде все вместе, всей семьей. Это поможет улучшить семейные отношения и минимизировать ваше экранное время.

При тяжелой форме номофобии обратитесь к врачу, при лечении доктор порекомендует необходимую терапию, которая поможет устранить симптомы номофобии. Поможет научиться управлять негативными мыслями и чувствами, которые возникают, научит справляться со страхом, который вы испытываете, когда думаете о том, что у вас нет телефона. Терапия помогает научиться противостоять своему страху, отсутствия телефона, через постепенное воздействие на него.

Несмотря на возрастающие перспективы развития зависимости от технических средств и гаджетов, не стоит относиться к технологиям слишком критично. Гаджеты помогают нам оставаться на связи и приносят огромную пользу, они повышают качество жизни и дают возможность социального взаимодействия многим людям. Особенно тем, кто не имеет физической возможности выйти из дома. Важно помнить, что вы управляете своими устройствами, а не наоборот. Стоит задуматься, какое количество времени вы могли бы посвятить себе, семье, друзьям и пр., если бы просто отложили в сторону свой всепоглощающий гаджет.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Днепров, А.* Защита детей от компьютерных опасностей // Изд-во: Питер, 2008. 192с.

2. *Кардашян, Р.А.* Аналитический обзор компьютерной и игровой зависимости / Кардашян Р. А., Голубинская О. И. // Наркология. 2014. № 12 (156). С. 80–89.

3. *Майер, Алиса* Номофобия, или Зависимость от телефона. Как избавиться. Психология // Издательство: Эксмо, 2019. 224с.

УДК 004.9

**СПРАВОЧНО-ПРАВОВЫЕ СИСТЕМЫ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЮРИСТА**

**Ольга Ивановна Немыкина, кандидат философских наук,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

Арина Сергеевна Немыкина, студентка

*Военная академия воздушно-космической обороны имени Маршала
Советского Союза Г.К. Жукова*

E-mail: Nemykina_Olga@mail.ru, Nemykina_Arina17@list.ru

**LEGAL REFERENCE SYSTEMS
IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF A LAWYER**

Olga Ivanovna Nemykina, PhD (Philosophy), Associate Professor
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

Arina Sergeevna Nemykina, student

*Military Academy of Aerospace Defense named after Marshal of the
Soviet Union G.K. Zhukov*

В статье рассматриваются справочно-правовые системы (СПС) с точки зрения профессиональной деятельности современного юриста. Представлены статистические показатели применения СПС, описана их важная роль, а также проанализированы характерные для СПС функции.

К л ю ч е в ы е с л о в а: справочно-правовые системы, профессиональная деятельность юриста, программное обеспечение.

The article examines the reference legal systems (SPS) from the point of view of the professional activity of a modern lawyer. Statistical indicators of the use of ATP are presented, their important role is described, and the functions characteristic of ATP are analyzed.

К e y w o r d s: legal reference systems, professional activity of a lawyer, software.

Одним из важных направлений профессиональной деятельности юриста является работа со справочными правовыми системами, включающая накопление, систематизацию, обработку, поиск и применение правовой информации. С развитием информационно-коммуникационных технологий, появлением новых программных продуктов использование справочной правовой информации качественно изменилось.

Основным инструментом деятельности юриста, позволяющим оперативно находить информацию правового характера стали электронные СПС.

В профессиональной деятельности юристу необходимо владеть полной, своевременной и достоверной информацией, и в первую очередь информацией об изменении, дополнении, о поправках и отмене принятых нормативных правовых актов, принимаемых на разных уровнях государственной власти. Необходимо знание нормативных правовых актов, издаваемых субъектами РФ, ведомственных документов, которые не всегда публикуются.

Наибольшее распространение в нашей стране получили такие поисковые системы, как «КонсультантПлюс», «Гарант», «Право», «Кодекс». «КонсультантПлюс» и «Гарант» занимают лидирующее положение по внедрению на территории России. Но следует отметить, что на сегодняшний день список СПС достаточно широк, и представлен как государственными, так и коммерческими СПС. Причем коммерческих СПС в настоящее время насчитывается более десяти. Основные СПС, используемые в России представлены на рис. 1.



Рис. 1. Справочно-правовые системы (СПС)

СПС можно отнести к информационно-правовым системам (ИПС), включающим в себя вид компьютерных баз данных, в которых содержатся тексты законов, указов, постановлений, решений различных государственных органов, необходимые специалисту для реализации поиска, выборки и печати правовой информации. Также базы данных СПС содержат не только нормативные

документы, как основу законодательства, но и могут включать функции консультирования специалистов по праву, бухгалтерскому и налоговому учету, судебные решения, типовые формы деловых документов, конструкторы для создания типовых документов, справочники, различные сервисы, например, такие как сервис «Проверка контрагента» и т. п.

В настоящее время современные профессиональные СПС направлены на федеральные, территориальные и муниципальные органы власти, а также на предоставление информации юридическим, бухгалтерским, финансовым, кадровым подразделениям коммерческих предприятий, чья деятельность основана на применении российского законодательства. Рассмотрим основные функциональные возможности СПС, используемых в России.

СПС «КонсультантПлюс» является одной из самых распространенных справочно-правовых систем нашей страны, выступает эффективным помощником и надежным инструментом для специалиста, при поиске нормативных правовых актов. Система «КонсультантПлюс» включает полную и актуальную законодательную базу, кодексы, обзоры документов, справочную информацию, обзор судебной практики, обзор комментариев, автоподбор судебной практики по спорным правовым позициям, формы типовых документов, консультации по ведению налогового учета, оформлению сделок, кадровому учету, имеются правовые калькуляторы и многое другое.

В функции сервиса заложены материалы, которые дают ответы на профессиональные вопросы специалистов, рекомендуют, как действовать в конкретной ситуации. Имеется возможность экспортировать документ в различных форматах на внешние носители, устанавливать закладки, просматриваться связи к документу, создавать примечания, ставить документ на контроль, направлять уведомление об изменениях на почту, а также формировать свою локальную базу данных нормативно-правовых актов.

С внедрением конструкторов документов стало возможным на принципиально новом уровне анализировать учетную политику организации, составлять и проверять договоры и другие типовые документы. Имеется интернет-версия СПС «КонсультантПлюс», а также разработано мобильное приложение системы.

СПС «Гарант» является также лидирующей системой по предоставлению справочно-правовой информации в нашей стране. Система «Гарант» выступает как сервис по оказанию комплексной профессиональной правовой поддержки и включает почти все функции, которые заложены в систему СПС «Консультант Плюс» от поиска нормативных правовых актов до конструктора документов и правовых калькуляторов.

Системой «Гарант» реализованы самые передовые решения, включающие новые информационные технологии: функционирует интернет-версия системы, разработано мобильное приложение, применяется интерактивный формат представления данных, внедряются спутниковые технологии, которые позволяют оперативно и качественно осуществлять поиск правовой информации из любой точки страны.

Свободный доступ к федеральному и региональному законодательству, материалам судебной практики, включая суды общей юрисдикции всех инстанций, законопроектам, разъяснениям госорганов, комментариям законодательства и иным документам предоставляет СПС «Право.ру».

В систему заложены функции быстрого поиска правовой информации, имеется возможность просмотра связанных между собой правовых актов, а также документов, ссылающихся на выбранный фрагмент текста. Возможно, комментировать нормативные правовые акты или их фрагменты во время работы с документом. Особенность СПС «Право.ру» – обсуждение правового документа с участниками встречи в режиме онлайн. Система доступна в виде приложений для различных видов систем (ПК, планшеты, мобильные устройства и др.).

Еще одной, достаточно крупной и распространенной системой выступает СПС «Кодекс». Банк данных документов «Кодекс» содержит более 1 млн. документов: документы федерального и регионального законодательства, судебная практика, образцы правовых и деловых документов, формы отчетности, справочные материалы, консультации, комментарии и другие материалы. СПС «Кодекс» содержит огромное количество нормативно-технической документации, включающие действующие на территории России нормы, правила и стандарты (ГОСТы, СНИПы, СанПиНы и т.д.). Система обладает всеми функциями современной СПС, отвечающей требованиям практикующего юриста: расширенный поиск, в т.ч. по фамилии судьи, цене иска, сравнение редакций документов. Отличительная особенность СПС «Кодекс» – возможность работы в двухоконном режиме.

Государственной системой правовой информации является ИПС «Законодательство России». Система включает базу данных федеральных законов и правовых актов Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, а также правовые акты органов государственной власти, опубликованные в Собрании законодательства Российской Федерации и Буллетене нормативных актов федеральных органов исполнительной власти.

Главная функция системы – поиск судебных дел по различным критериям. Разработано мобильное приложение системы, имеется

веб-доступ к данным правовой базы. Для работы с информационно-правовой системой «Законодательство России» не требуется приобретение лицензии на стороннее программное обеспечение.

СПС «Юсис» представлена нормативно-правовыми актами, научными комментариями к ним. В системе имеются выдержки из арбитражной, судебной и нотариальной практики. Документы, подготовленные с использованием системы «Юсис», позволяют их регистрировать и учитывать с использованием встроенной системы управления документооборотом.

Отдельно следует выделить справочно-правовые сервисы и информационные справочные системы и базы данных.

Система «Контур.Норматив» представляет собой справочно-правовой сервис для предпринимателей. Возможности системы: поиск по законодательной базе, отслеживание новостей за изменениями в законодательстве, правильное и быстрое заполнение форм документов по методикам и утвержденным порядкам заполнения. В системе имеется возможность задать вопросы экспертам по бухгалтерским, налоговым, юридическим и кадровым вопросам, возможно отслеживание документов и уведомление о сроках и датах сдачи отчетности, с помощью удобного персонального календаря, наличие справочника бухгалтера.

Система «Caselook» – информационная система, в которой широко представлены визуализированная статистика, подборки документов, готовые обзоры практики от экспертов, инструменты для работы с текстом, возможность делиться ссылкой на документы. Система «Caselook» помогает практикам формировать правильную правовую позицию.

Также возможно применение в практике следующих баз данных: «Энциклопедия российского права», ИНИОН (полнотекстовой информационной системы по общественным наукам), «Суд и Арбитраж», а также нормативных документов, размещенных на сайте информационно-технологического сопровождения 1С (<https://its.1c.ru/#garant>): «1С: Гарант», «1С: Элит. Строительство», «Быстрый доступ к важным НПА» [1] и др.

Деятельность современного юриста связана с обработкой достаточно большого количества документов, базирующихся на нормативных документах (федерального и регионального законодательства) объем которых неуклонно растет. Для быстрой ориентации в выборе программного продукта, для юристов, в нашей стране при поддержке НИУ «Высшая школа экономики» был разработан Проект SoftUrist [2].

На сайте проекта softurist.ru представлено основное программное обеспечение, даны ссылки на сервисы, сайты (как платные, так и бесплатные), используемые юристами в своей профессиональной

деятельности. Пример главной страницы проекта SoftUrist представлен на рис. 2.

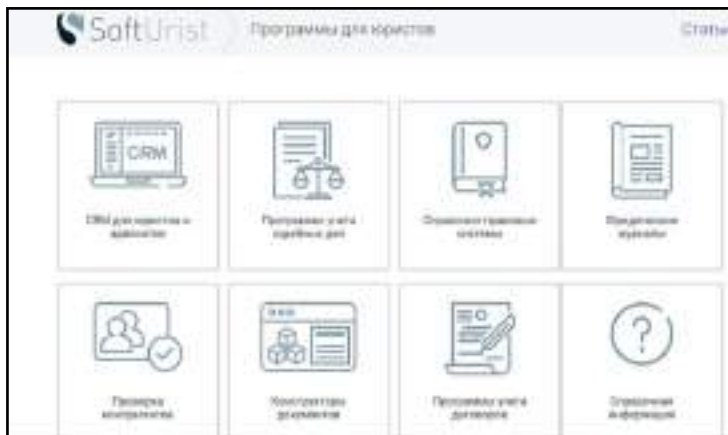


Рис. 2. Главная страница проекта SoftUrist

Программы сгруппированы в блоки по основным направлениям юридической деятельности и в отдельный блок размещены СПС, в состав которых включены следующие основные системы: СПС «Право.ру»; СПС «Гарант»; СПС «КонсультантПлюс»; СПС «Система Юрист»; СПС «Референт»; СПС «Lexpro»; СПС «Кодекс»; ИПС «Законодательство России». На сайте SoftUrist СПС подробно описаны, представлен сравнительный анализ СПС, показаны системы с максимальным рейтингом.

Исходя из анализа справочно-правовых систем следует сделать вывод, что современные СПС являются сложным аналитическим комплексом по работе с законодательством.

Это продукт совместной работы программистов и юристов. СПС обладают разными возможностями, что всецело зависит от функций, заложенных в программный продукт. Несмотря на различия отдельных информационных поисковых систем, работа с ними является абсолютно необходимой для юристов всех сфер профессиональной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Информационная система 1С: ИТС <https://its.1c.ru/#garant>.
2. SoftUrist Программы для юристов <https://softurist.ru/>.

УДК 512

**ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ МАТЕМАТИКЕ
СТУДЕНТОВ СПО В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Татьяна Александровна Ребрушкина, преподаватель
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: t.a.rebrushkina@ruc.su

**PROBLEMS OF TEACHING MATHEMATICS
TO SVE STUDENTS IN THE AGE OF DIGITALIZATION**

Tatyana Alexandrovna Rebrushkina, Lecturer
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье раскрывается основная задача современного обучения студентов. Мотивации учения – это одна из основных проблем образования. В данной статье показано повышение качества обучения математики, через применение информационных технологий, с целью формирования всесторонне развитого, конкурентно способного специалиста.

К л ю ч е в ы е с л о в а: мотивация, проблемы образования, система обучения, математика.

The article is the main task of modern student education. Learning motivation is one of the main problems of education. This article shows how to improve the quality of teaching mathematics through the use of information technology. Formation of a comprehensively developed, competitively capable specialist.

K e y w o r d s: motivation, problems of education, education system, mathematics.

Развитие компьютерных технологий и внедрение ФГОС в России внесли неожиданные и очень интересные вопросы в развитие образования в стране. В современном образовательном процессе на сегодняшний день есть потребность в применении новых информационных образовательных ресурсов. Это объясняется интенсивным развитием цифровых технологий, стремлением молодого поколения к подтверждению полученной информации посредством общения с различными гаджетами. Данный процесс распространился на все образовательные учреждения, не обойдя стороной и наше профессиональное образование.

В настоящее время мы не представляем себя и окружающих, а также студентов без персональных компьютеров. Вопрос пользы такого тесного общения с гаджетами для многих педагогов остается противоречивым. Внедрение ФГОС создает ряд проблем, для преподавателей, которые привыкли работать традиционно, и по-

этому широко обсуждаются педагогами, проблемы выявления уровня той или иной компетенции, с формированием которых связывают сегодня качество профессионального образования.

Современность нашего времени говорит о необходимости обучать тому, что должен знать и уметь выпускник, приступающий к профессиональной деятельности. Образование всегда формировало человека ответственного, знающего свою профессию. Обществу нужны люди воспитанные, ураниевенные, порядочные, коммуникабельные, обладающие трудолюбием, системой знаний, хорошим мышлением и умением применить свои знания.

Обучение математике направлено на развитие логического и критического мышления. Система обучения математике - это формирование умений конкретно, грамотно излагать свои мысли в устной и письменной речи, понимать смысл поставленной задачи, выстраивать свою позицию, приводить примеры.

Современный урок математики – это формирование метапредметных компетенций обучающихся. Развитие компетенций на учебном занятии, применение современных педагогических технологий и традиционных методов обучения, обеспечивающих формирование критического мышления, проектной деятельности, исследовательской работы, дискуссии, коллективной работы.

Умением делать выводы, анализировать и рассуждать. Именно изучение математики является важнейшей частью общего образования. «Все наши замыслы, все поиски и построения превращаются в прах, если у ученика нет желания учиться», – утверждает В.А. Сухомлинский [1. стр.23].

Мотивации учения это одна из основных проблем образования. Через анализ результатов своей работы, учителя понимают, что главная задача не только передавать знания, умения и навыки, но и научить эти знания добывать самим, имея различные источники, справочники и интернет. При этом преподаватель должен владеть самыми разнообразными методами и приемами для проведения современного урока.

Увеличение умственной нагрузки на уроках математики из-за введения ГИА, заставляет учителей задуматься над тем, как поддержать у учащихся интерес и активность к изучаемому предмету, на протяжении урока, учебного года и всех лет обучения в школе и СПО. В обучении особенный акцент ставится сегодня на собственную деятельность ребенка по поиску, осознанию и переработке новых знаний. Учитель выступает как дирижер процесса учения, руководитель самодетельности учащихся, оказывающий им нужную помощь и поддержку.

Обучение – это ремесло, использующее бесчисленное количество маленьких трюков. Знания нужны не ради знаний, а как важ-

ная составляющая личности. Основная роль математики состоит в умственном воспитании, в развитии интеллекта, быстроты реакции.

Результатом обучения математике является определенный стиль мышления. В математике заложены огромные возможности для развития детей в процессе их обучения с самого раннего возраста. Необходимо также учитывать, что формирование и развитие логических структур мышления должно осуществляться своевременно. Упущения трудно восполняемы. Известно, что основные логического мышления формируются примерно в возрасте от 5 до 11 лет. Запоздалое формирование этих структур протекает с большими трудностями.

Принцип заинтересованности ребенка в процессе обучения был и остается одним из основных и именно преподавателю отводится важная роль в формировании положительной и постоянной мотивации учащихся, на каждом занятии. Правильность и постоянство выбора методов обучения на занятии способствуют повышению эффективности обучения.

Французский писатель девятнадцатого века Анатоль Франс заметил: «Учиться можно только с интересом. Чтобы переваривать знания, надо поглощать их с аппетитом» [2, с. 98].

Мотивация и интерес к предмету отсутствуют у некоторых студентов из-за непрочных базовых знаний. Для формирования познавательного интереса необходимо ставить цели работы на занятиях вместе со студентами, создавать ситуации успеха для каждого студента. Очень важную роль играет психологический настрой студента. Поэтому с первых дней учебы студента, преподаватели должны показывать и доказывать значимость математики для будущей профессии. Знакомить с задачами их профессии, которые они будут решать ежедневно [3].

Твердо и отлично усвоить современный курс математики средней школы без должного прилежания и желания учиться, нельзя. Прилежание же зависит от доброй воли, которая ни принуждением не внушается, ни сама не приходит. Если вы хотите участвовать в большой жизни, то наполняйте свою голову математикой, пока есть к тому возможность. Она окажет вам потом огромную помощь во всей вашей работе.

Дистанционное обучение математике позволяет преподавателю не только повысить эффективность обучения, но и вносить элементы новизны, рационально использовать учебное время, сделать работу наглядной, обратить внимание на основные моменты, показать красоту математики, ее важность и значимость. Студентам же, дистанционное обучение помогает расширить свои знания, повысить активность и интерес к предмету, облегчить формирование

у студентов основных понятий по изучаемой теме, разнообразить самостоятельную работу, подтолкнуть к положительному и ответственному отношению к учебе.

Таким образом, математика учит мыслить стройно, логично, нестандартно, творчески. Увлечь и заинтересовать своих студентов, при изучении математики, это одна из основных задач, стоящая перед преподавателями в настоящее время.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сухомлинский, В.А. Сердце отдаю детям // Школа, 2018. С. 23.
2. Глейзер, Г.И. История математики в школе. М.: Просвещение, 2019.
3. Математика. Все для учителя! 2019. № 1. С. 2–5.

УДК 517.9

НАХОЖДЕНИЕ И ПРИМЕНЕНИЕ ПРОИЗВОДНЫХ ФУНКЦИИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ГРАФИКОВ

Наталья Ивановна Таратынова, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: n.i.taratinova@ruc.su

FINDING AND APPLICATION OF FUNCTION DERIVATIVES IN GRAPHING

Natalya Ivanovna Taratynova, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Актуальность данной темы является очень важной и значимой, так как в материалах единого государственного экзамена большое внимание уделяется заданиям, связанным с исследованием функции с помощью графика, с построением графика заданной функции.

К л ю ч е в ы е с л о в а: функция, производная, график функции, исследование.

The relevance of this topic is very important and significant, since in the materials of the unified state exam much attention is paid to tasks related to the study of a function using a graph, with the construction of a graph of a given function.

K e y w o r d s: function, derivative, function graph, research.

Наука математика зародилась во времена Античности. Именно

с нее строительство, архитектура и военное дело дали новый толчок в достижении и развитии, которые были получены с помощью математики, привели к прогрессу. И до настоящего дня математика остается главной и основной наукой, которая встречается во всех других отраслях.

Важно не только разбираться в математике, потому что она, в той или иной степени, встречается каждому человеку на протяжении всей его жизни, но и уметь применять ее на практике.

Мы разберем один из основных вопросов – нахождение и применение производных функции.

Чтобы построить график функции, необходимо исследовать ее, а это невозможно без знаний несколько определений. Функция является одним из базовых (основных) понятий в математике. Она показывает зависимость между переменными при всевозможных изменениях и отражает зависимость множеств.

Производная – это такой предел отношения приращения функции к приращению аргумента, при стремлении приращения аргумента к нулю, то есть при увеличении ее аргумента, показатель аргумента должен стремиться к нулю [2, с. 104].

Производная является незаменимой фигурой при исследовании функции. С помощью нее можно определить промежутки монотонности (возрастание и убывание), экстремумы, выпуклости и вогнутости и многое другое.

Рассмотрим на конкретном примере поэтапно план исследования функции и построим ее график: $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$ [1, с. 27].

Первым этапом любого исследования функции на построение графика следует считать нахождение области определения. То есть, на каких промежутках оси абсцисс существует функция.

Если при каком-либо значении аргумента, функция не имеет решения, то этот аргумент убирается из области определения.

Наша функция $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$ существует при любых значениях x , то есть область определения равна R . Записывается это следующим образом: $x \in R$.

Чаще всего область определения уже задана, но если ее нет, то следует оценить значение аргумента x .

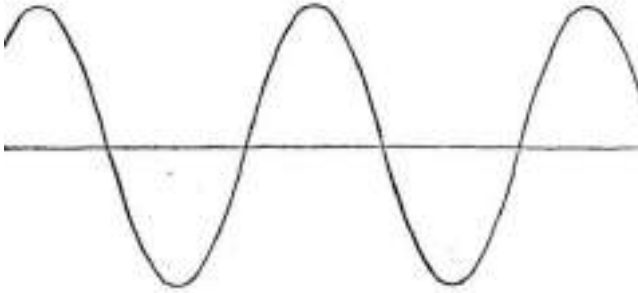
Далее исследуем функцию на разрыв, то есть непрерывна или прерывна в каких либо значения x функция.

В математике понятие «непрерывность» появилось в процессе изучения законов движения.

Что является бесконечным? Время, пространство или некоторые зависимости (например, зависимость переменных пути S и времени t в задачах на движение), температура нагреваемого

предмета (воды, железа, ртутного термометра), непрерывная линия (то есть та, которую можно изобразить на листе, не отрывая карандаш).

Непрерывным считается график, который не разрывается на всей оси абсцисс в некоторой точке. Одним из самых известных примеров такого вида графика является косинусоида.



Р и с. 1

Функция непрерывна в некоторой точке x_0 , если она выполняет условия:

- в точке x_0 определена функция;
- левый и правый пределы в точке равны;
- предел равен значению функции в точке x_0 .

При не выполнении хотя бы одного из условий, говорят, что функция прерывна. Точки, в которых прерывается функция, называют точками разрыва. Примером разрывной функции является:

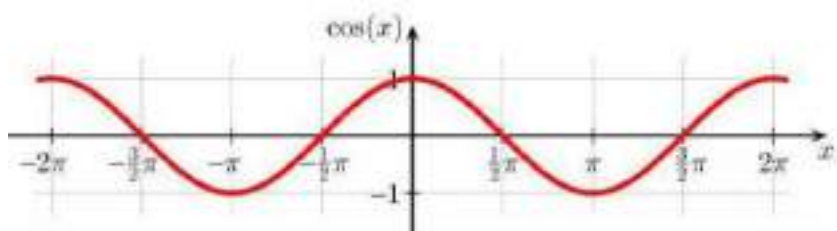
$y = \frac{x}{x-1}$. В точке $x = 1$ функция не существует, так как на ноль делить нельзя.

График нашей функции $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$ непрерывен на всей области определения.

Затем исследуем функцию на четность. Четной называется функция, которая при изменении знака у аргумента на противоположный, знак не меняет, то есть выполняется условие: $y(-x) = y(x)$, при любом значении переменной x . Примером четной функции является: $y = \cos(x)$. График – косинусоида, при чем симметричен относительно оси ординат (то есть y).

У нечетной функции все происходит наоборот, при изменении знака у аргумента на противоположный, функция тоже меняет

знак, то есть должно выполняться условие: $y(-x) = -y(x)$, при любом значении переменной x . Примером нечетной функции может быть: $y = \frac{1}{x}$, графиком которой является гипербола, он симметричен относительно начала координат $(0;0)$.



Р и с. 2

График нашей функции $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$ не подходит ни под одно из определений. Следовательно, наша функция не может быть ни четной, ни нечетной.

Следующим этапом мы исследуем график функции на нули. Нули функции – это значения переменной x , при которых производная функция равно нулю: $y' = 0$, то есть в которых происходит пересечение графика с осью абсцисс. Нахождение данных значений поможет нам более точно изобразить график функции

Чтобы найти нули нашей функции $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$, необходимо найти производную функции $y' = 6x^2 - 4x - 2$ и решить следующее уравнение: $6x^2 - 4x - 2 = 0$. После проведения необходимых вычислений, мы получаем следующие корни уравнения: $x_1 = 1$ и $x_2 = -\frac{1}{3}$. В этих точках график функции пересекает ось абсцисс.

Следующий этап исследования и построения графика функции – это нахождение промежутков монотонности, то есть интервалы возрастания и убывания графика функции. Монотонная функция – это функция, которая имеет только положительные значения производной, либо только отрицательные, на всем исследуемом промежутке.

Функция возрастает, если большему значению переменной x соответствует большее значение y . И соответственно обратное утверждение у убывающей функции, чем больше значение переменной x , тем меньше значение y .

Наша функция $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$ при решении имеет три интервала монотонности. Возрастает на промежутках $x \in (-\infty; -\frac{1}{3}) \cup (1; +\infty)$ и убывает на промежутке $x \in (-\frac{1}{3}; 1)$.

Следующим этапом исследования функции является нахождение точек экстремума.

Точка экстремума показывает максимум и минимум данной функции. Точка максимума – точка, в которой окрестность функция слева имеет положительные значения, то есть возрастает, а справа – отрицательные значения, то есть убывает. И соответственно, точка минимума – точка, в которой окрестность функция слева имеет отрицательные значения, то есть убывает, а справа – положительные значения, то есть возрастает.

Бывают случаи, когда и слева и справа функция имеет одинаковые значения, либо положительные, либо отрицательные. Тогда говорят, что эта точка ни является, ни точкой максимума, ни точкой минимума, она называется точкой перегиба.

Исследуемая нами функция $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$ является непрерывной и существует при любых значениях переменной x и имеет две точки экстремума. Точка $x = -\frac{1}{3}$ является точкой максимума, точка $x = 1$ является точкой минимума.

Следующим этапом исследования функции является нахождение функции в точках экстремума. Подставляем значения аргумента в уравнение и находим значения функции.

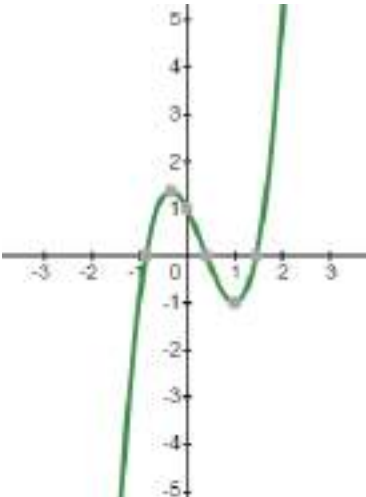


Рис. 3

Находим значения нашей функции $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$ в точках экстремума: $x_1 = 1$ и $x_2 = -\frac{1}{3}$. В точке $x = -\frac{1}{3}$ функция имеет значение $y(-\frac{1}{3}) = \frac{37}{27}$, в точке $x = 1$ функция имеет значение $y(1) = -1$.

И последним этапом исследования функции является построение графика.

Используя все найденные вычисления, мы можем построить график нашей функции $y = 2x^3 - 2x^2 - 2x + 1$.

Мы исследовали функцию и построили ее график, при помощи

нахождения производной. Применение производных есть в задачах, где используется больше одной неизвестной переменной. Чаще всего такие производные встречаются при построении графика функции поверхности в пространстве, где вместо двух осей – три, следовательно, три величины (две переменные и одна постоянная).

ЛИТЕРАТУРА

1. Гельфанд, М.Б., Берман В.П., Упражнения межпредметного характера к теме «Производная». Журнал «Математика в школе». № 2, 1979. С. 25–29.
2. Запорожец, Г.И. Руководство к решению задач по математическому анализу. М.: Высшая школа, 1966. 459 с.

УДК 004

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В БОРЬБЕ С COVID-19

Наталья Ивановна Таратынова, преподаватель
Ольга Александровна Яшкина, преподаватель
*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: n.i.taratinova@ruc.su; o.a.yashkina@ruc.su

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FIGHT AGAINST COVID-19

Natalya Ivanovna Taratynova, Lecturer
Olga Alexandrovna Yashkina, Lecturer
*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В данной статье рассматривается применение искусственного интеллекта для борьбы с COVID-19. Пандемия, вызванная вирусом COVID-19, дала несомненный толчок в развитии информационных технологий. Повсеместно стали внедряться дистанционные средства, доставки товаров и услуг на дом и так далее. Технологии искусственного интеллекта в корне меняют мировую систему здравоохранения, позволяя кардинальным образом переработать систему медицинской диагностики, разработку новых лекарственных средств, а также в целом повысить качество услуг здравоохранения при одновременном снижении расходов для медицинских клиник.

К л ю ч е в ы е с л о в а: искусственный интеллект, нейросети, компьютерное зрение, машинное обучение, коронавирус (COVID-19).

This article discusses the use of artificial intelligence to combat COVID-19. The pandemic caused by the COVID-19 virus has given an undoubted impetus to the devel-

opment of information technology. Remote means, home delivery of goods and services, and so on, began to be introduced everywhere. Artificial intelligence technologies are fundamentally changing the global healthcare system, allowing us to radically redesign the medical diagnostics system, develop new medicines, and generally improve the quality of healthcare services while reducing costs for medical clinics.

К е у о р д s: artificial intelligence, neural networks, computer vision, machine learning, coronavirus (COVID-19).

Искусственный интеллект (в переводе с англ. Artificial intelligence) – наука и технология создания интеллектуальных машин, особенно интеллектуальных компьютерных программ.

Искусственный интеллект связан со сходной задачей использования компьютеров для понимания человеческого интеллекта, но не обязательно ограничивается правдоподобными методами [2].

К отраслям искусственного интеллекта относятся:

Машинное обучение – это метод, который дает компьютерам возможность учиться без программирования, он активно используется в повседневной жизни. По сути, это наука, которая позволяет машинам переводить, выполнять и исследовать данные для решения реальных проблем.

Нейронная сеть – это набор алгоритмов, которые используются для поиска элементарных взаимосвязей между сгустками данных с помощью процесса, имитирующего процесс работы человеческого мозга. Сеть активно реализует различные статистические методы, такие как регрессионный анализ, для выполнения различных задач от прогнозирования до исследования рынка они широко используются для обнаружения мошенничества, анализа рисков, прогнозирования фондовой биржи, прогнозирования продаж и многого другого.

Робототехника – это междисциплинарная область науки и техники, связанная с машиностроением, электротехникой, компьютерными науками и многими другими. Роботы часто используются для выполнения задач, которые могут быть трудоемкими для стабильного выполнения людьми. Исследователи искусственного интеллекта также разрабатывают роботов, используя машинное обучение, чтобы установить взаимодействие на социальном уровне.

Экспертные системы рассматривались в рамках первой успешной модели программного обеспечения для искусственного интеллекта. Эффективность экспертной системы полностью зависит от знаний эксперта, накопленных в базе знаний. Чем больше информации в нем собрано, тем больше система повышает свою эффективность.

По сути, искусственный интеллект (ИИ) – это обширная отрасль компьютерных наук, занимающаяся созданием интеллектуальных машин, способных выполнять задачи, которые обычно требуют человеческого интеллекта. Следовательно, данную технологию можно и нужно применять в медицине в том числе.

Внедрение систем ИИ в медицине – это один из важнейших со-

временных трендов мирового здравоохранения. Технологии искусственного интеллекта в корне меняют мировую систему здравоохранения, позволяя кардинальным образом переработать систему медицинской диагностики, разработку новых лекарственных средств, а также в целом повысить качество услуг здравоохранения при одновременном снижении расходов для медицинских клиник.

Среди задач, с которыми уже на сегодняшний день справляется искусственный интеллект: распознавание образов; отслеживание клинических показателей; анализ данных из хирургических операций; выработка схем лечения.

Развитие искусственного интеллекта в будущем, по прогнозам экспертов позволит определять следующие волны заболеваний опасными инфекциями за несколько месяцев вперед, что даст значительное время для подготовки к таким ситуациям [1].

Алгоритмы компьютерного зрения на основе искусственного интеллекта помогли рентгенологам оценить более трех миллионов исследований, из них более миллиона – за последние три месяца. Нейросети стали помогать в работе рентгенологам в начале 2020 года. Если сначала новая технология использовалась только при признаках коронавирусной пневмонии, то теперь диагностические возможности стали шире. Сейчас искусственный интеллект помогает распознавать признаки COVID-19, рака легких, молочной железы, сердечно-сосудистых патологий и так далее. Как следствие, с расширением диагностических возможностей увеличивается и количество обработанных снимков.

Изначально, как и для любого искусственного интеллекта, требуются данные, на которых он сможет ориентироваться и принимать решения, а также обучаться. Из-за того, что вирус был новым, такие инновационные технологии сложно внедрять, требуется большое количество данных и их параметры, которые могут отследить и прогнозировать распространение COVID-19.

К примеру, программное обеспечение искусственного интеллекта обменивается данными с больничными компьютерными томографами, которые являются неотъемлемой частью медицинской инфраструктуры. Технология искусственного интеллекта анализирует изображения легких, сделанные компьютерным томографом, выявляет признаки коронавируса COVID-19 и оценивает поражения. Обычно этот процесс требует тщательного изучения опытным врачом, а машине требуется всего несколько секунд. Эта технология произвела революцию в работе рентгенологов. Это может значительно ускорить анализ, чтобы врачи могли принимать больше пациентов, что крайне важно во время пандемии. Программное обеспечение также имеет высокую точность благодаря алгоритму глубокого обучения, а это означает, что чем больше сканов оно

считывает, тем лучше оно распознает коронавирус COVID-19. Кроме того, он может сравнивать несколько КТ-снимков одного и того же пациента, помогая врачам отслеживать прогрессирование заболевания и предлагать индивидуальный план лечения [3].

Также искусственный интеллект может применяться в более простых, но важных ситуациях. Обработка поступающих сообщений, жалобы пациентов, обращения, запись данных, анализ, всё это в наше время осуществляет искусственный интеллект и делает это с максимальной точностью.

Подраздел искусственного интеллекта, а именно машинное обучение, используется для разработки вакцин, содержащих обширный репертуар эпитопов, таких как стимуляция большого количества различных Т-клеток для обеспечения глобальной защиты.

В нынешней ситуации, когда образуются новые штаммы вируса, очень помогает использование таких технологий.

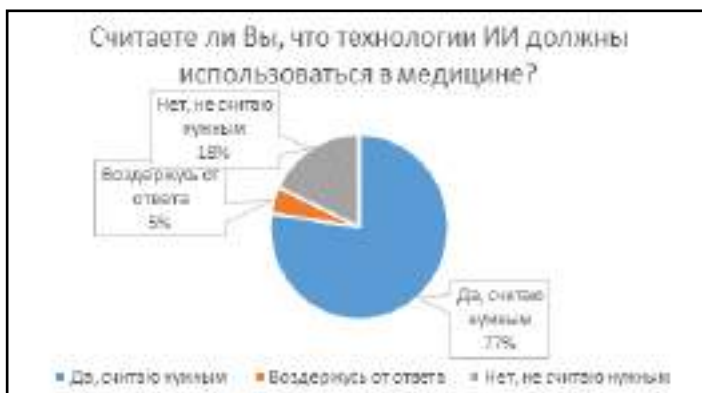
Машинное обучение может помочь исследователям разработать лекарства против COVID-19. Кроме того, машинное обучение может идентифицировать различные вирусные последовательности COVID-19 из разных частей мира и впоследствии создать библиотеку пептидов, которые можно использовать для обеспечения перекрестной защиты от различных вариантов COVID-19.

Искусственный интеллект и машинное обучение могут также способствовать распространению вакцины и наблюдению за вакцинированными людьми: за состоянием после вакцинации, проводить анализ: сколько всего людей привилось, какие критерии у привитых людей и так далее.

Одним из основных способов предотвращения распространения нового коронавируса является снижение контакта между инфицированными пациентами и людьми, которые не заразились вирусом.

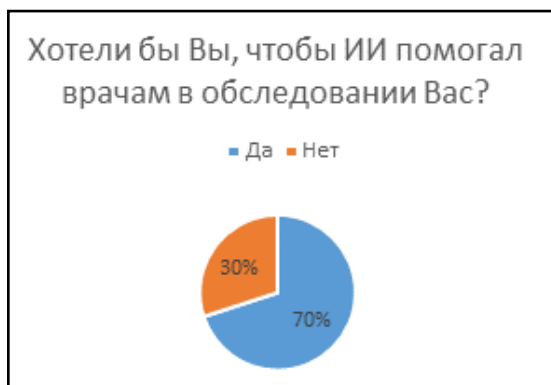
С этой целью несколько компаний и организаций предприняли усилия по автоматизации некоторых процедур, которые ранее требовали от медицинского персонала взаимодействовать с пациентами. Сейчас также используют дроны и роботы для бесконтактной доставки и распыления дезинфицирующих средств в общественных местах, чтобы свести к минимуму риск перекрестной инфекции. Одни роботы определяют температуру, другие симптомы COVID-19, выдают бесплатный антисептик для дезинфекции рук и гель.

На рис. 1 представлен опрос пользователей, на основании которого сделаны следующие выводы о применении технологий, связанных с искусственным интеллектом: около 77% пользователей считают, что применение искусственного интеллекта в медицине имеет место быть, около 18% утверждают обратное и только 5% воздержались от ответа.



Р и с. 1. Процентное соотношение по опросу

На рис. 2 представлен процентное соотношение по опросу пользователей, которые хотели бы участия искусственного интеллекта в их обследовании: около 70% пользователей ответили «Да» и 30% выбрали «Нет».



Р и с. 2. Процентное соотношение по опросу

Подводя итог выше сказанному, искусственный интеллект чрезвычайно полезен в обмене информацией о пандемии. Например, информация о клинических испытаниях, новое понимание того, как развивалось заболевание и т.д. Благодаря искусственному интеллекту можно обмениваться данными в режиме реального времени с практикующими врачами, медицинским персоналом, учеными и исследовательскими лабораториями по всему миру. Любой

врач в любой точке мира может получить доступ к базам данных и получить все последние сведения за считанные секунды. Также, безусловно, искусственный интеллект очень помог в изучении и создании вакцин от COVID-19. Искусственный интеллект также используется для борьбы с дезинформацией в Интернете и для обеспечения правильного диагноза болезни. Таким образом, существуют различные варианты использования искусственного интеллекта в медицине, в том числе и для борьбы с COVID-19.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Азимбаев, Д. Ж.* Искусственный интеллект и машинное обучение / Д.Ж. Азимбаев, И. А. Куан, И. В. Гулида // Вестник современных исследований. 2019. № 1.3 (28). С. 6–7.
2. *Богомолова, А.И.* Искусственный интеллект и экспертные системы в мобильной медицине / А. И. Богомолов, В. П. Невежин, Г. А. Жданов // Хроноэкономика. 2018. № 3. С. 17–28.
3. *Демкин, В.И.* История и перспективы развития нейронных сетей / В.И. Демкин, Д. К.Луков // Вестник современных исследований. 2018. № 6.1 (21). С. 366–368.

УДК 004

МЕТОДЫ ШИФРОВАНИЯ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ

Ольга Александровна Яшкина, преподаватель

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: o.a.yashkina@ruc.su

ENCRYPTION METHODS USED TO PROTECT INFORMATION

Olga Alexandrovna Yashkina, Lecturer

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В данной статье рассмотрены основные методы шифрования, применяемые для защиты информации в криптографии от нежелательного к ней доступа. На современном этапе развития информатизации общества и развития мошенничества в сфере информационных технологий информация в большей степени нуждается в защите от посторонних лиц. Шифрование считается надёжным и распространённым методом обеспечения безопасности информации, представляющее собой преобразование информации для дальнейшего расшифрования при необхо-

димости для авторизованных пользователей. В зависимости от признака шифрования имеет несколько методов шифрования, которые представлены в данной статье. Так же в статье представлены достоинства и недостатки разных методов шифрования.

К л ю ч е в ы е с л о в а: шифрование, криптография, обеспечение конфиденциальности, обеспечение целостности, обеспечение аутентификации, алгоритмы перестановки, алгоритмы замены, симметричное шифрование ассиметричное шифрование, блочное шифрование, поточное шифрование.

This article discusses the main encryption methods used to protect information in cryptography from unwanted access to it. At the present stage of development of informatization of society and the development of fraud in the field of information, information is more in need of protection from unauthorized persons. Encryption is considered a reliable and common method of ensuring the security of information, which is the transformation of information for further decryption, if necessary, for authorized users. Depending on the sign of encryption, it has several encryption methods, which are presented in this article. The article also presents the advantages and disadvantages of different encryption methods.

К е y w o r d s: encryption, cryptography, confidentiality assurance, integrity assurance, authentication assurance, permutation algorithms, replacement algorithms, symmetric encryption asymmetric encryption, block encryption, stream encryption.

В настоящий момент времени информационные технологии стремительно развиваются. Поэтому набирая обороты в своем развитии, вопросы, которые связаны с информационной безопасностью, на сегодняшний день становятся актуальными. Любую информацию могут незаконно похитить и передать другим лицам. Чтобы этого не произошло сейчас существует необходимость в том, чтобы защитить и сохранить информацию.

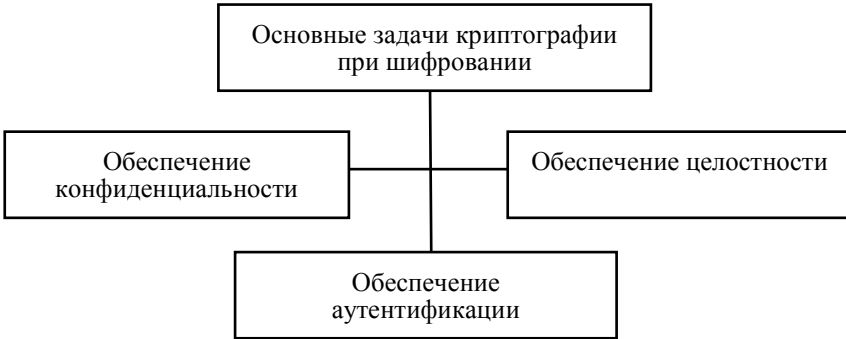
На данный момент защитой данных занимается информационная безопасность. Под информационной безопасностью понимают действия, которые направлены на то, чтобы предотвратить от несанкционированного и непреднамеренного удаления, просматривания, редактирования и форматирования, порчи, использования и других всевозможных операций, выполняемыми людьми, не имеющими на это прав [1].

Основная задача информационной безопасности - сбалансированная защита конфиденциальности, целостности и доступности данных, с учётом целесообразности применения и без какого-либо ущерба производительности организации. Это достигается, в основном, посредством многоэтапного процесса управления рисками, который позволяет идентифицировать основные средства и нематериальные активы, источники угроз, уязвимости, потенциальную степень воздействия и возможности управления рисками.

Из всех имеющихся методов защиты информации наиболее надёжными считаются криптографические методы. При таком методе защиты сохраняется сама информация, а не доступ к ней. Криптографическая защита представляет собой шифрование, которое идет в ногу с развитием информации и информационных

технологий, что касается ее получения, передачи и хранения.

Шифрование в криптографии представляет собой преобразование информации для сокрытия ее от посторонних лиц. Первоочередной целью шифрования считается засекречивание от несанкционированного доступа данных, что достигается с помощью применения специального ключа, который применяется для расшифровки информации. Шифрование представляет собой основные задачи криптографии, представленные на рис. 1.



Р и с. 1. Основные задачи криптографии при шифровании

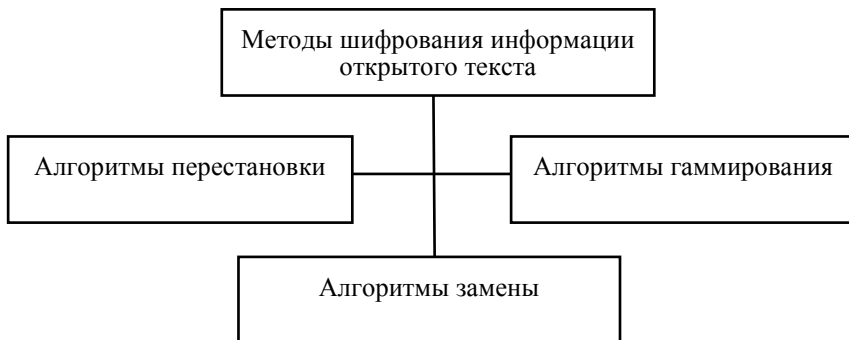
Для обеспечения конфиденциальности информации, необходимо при передаче и хранении данных скрыть информацию от тех пользователей, которые неавторизованные.

Для обеспечения целостности нужно при передаче или хранении информации предотвратить ее изменения.

Для того, чтобы обеспечить аутентификацию, необходимо проверить подлинность всех данных о пользователе, которые хранятся на сервере, включая безопасность самой системы.

Шифрование также относится к методам защиты информации. Представляет собой технический процесс, в результате которого информация преобразуется в секретный код, тем самым скрывая данные, которые мы отправляем, получаем или храним. Другими словами, применяется такой алгоритм кодирования данных, чтобы только сторона-получатель, имеющая ключ дешифрования, могла расшифровать их. Вообще еще в древности люди научились шифровать информацию. И уже в современном мире начали создаваться разные способы шифрования и дешифрования, которыми пользуемся сейчас.

Основные методы шифрования информации открытого текста представлены на рис. 2.



Р и с. 2. Методы шифрования информации открытого текста

Выделяют следующие виды классификации криптографических методов защиты данных:

- стеганография;
- кодирование;
- сжатие;
- шифрование;

Метод стеганографии представляет собой способ передачи или хранения информации с учетом сохранения в тайне самого факта такой передачи или хранения [2].

Стеганография позволяет включать секретные сообщения в безобидные послания. И здесь нельзя обнаружить присутствие отправленного сообщения. Целью этого метода являются:

1. Подтверждение авторского права за счет внедрения, например имени автора в виде стенографического водяного знака.
2. Создание цифровых отпечатков.
3. Для защиты подлинности документов и последующего выявления неоригинальных и поддельных данных.

К кодированию относится ход замены определенных предложений, разных смысловых систем, либо слов кодами. Они могут существовать в виде обозначений букв, цифр, текстов и т.д. Чтобы раскодировать какие-либо данные, можно воспользоваться соответствующими словарями или таблицами.

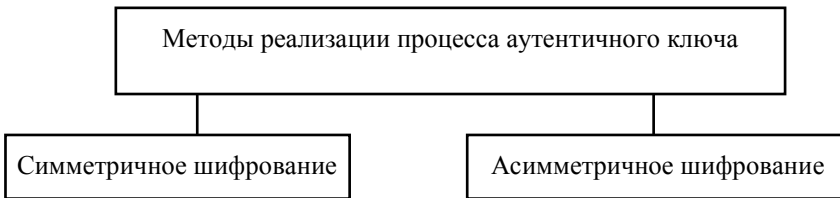
Одним из недостатков кодирования является то, когда у нас возникает необходимость в том, что мы периодически заменяем словари и нужно время для их последующего распространения, чтобы избежать обнаружения кода.

Сжатие данных также относится к одному из методов шифрования. Этот метод используется для того, чтобы преобразовать информацию условно, тем самым уменьшить размера разными способами, например, используя правила сокращений, подстановки и т.д.

К методам кодирования возможно применить отдельные требования, которые презентованы в сфере информационной безопасности:

- высокая надежность шифра;
- невозможность использования аналитической технологии расшифровки;
- высокая сложность подбора ключа;
- защищенная информация не должна значительно превосходить по объему исходную;
- не должна возникать потеря или искажение информации в процессе шифрования;
- применимая ценность процесса дешифрования и шифрования.

На сегодняшний день в криптографии часто применяются методы, которые классифицируются по типу ключей. Если пользователи обладают аутентичным ключом, то они наделены правом на доступ к зашифрованной информации. Вся задача и сложность шифрования заключается в том, как конкретно реализован данный процесс. Методы такого процесса представим на рис. 3.



Р и с. 3. Методы реализации процесса аутентичного ключа

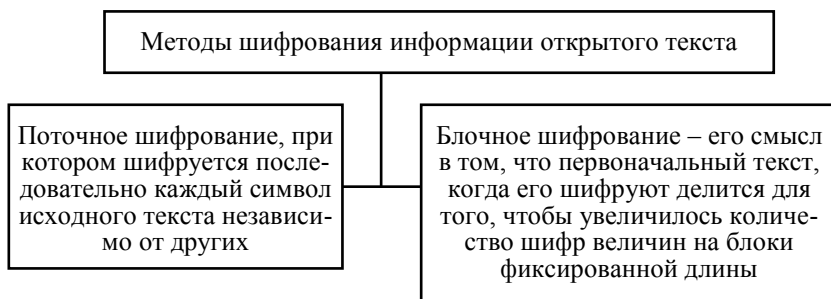
Симметричное шифрование представляет собой метод, в котором при шифровании и расшифровке используется ключ.

Асимметричное шифрование использует два ключа – частный или закрытый ключ, и открытый ключ. Открытый ключ используется для кодирования информации и передается в открытом канале, а частный ключ, используемый для расшифровки данных, имеется только у получателя [3].

Шифры с секретным ключом могут относиться к поточным или к блочным шифрам, при существующей теоретической границе между ними, которая считается довольно размытой. В рамках удобства и безопасности можно выявить между блочными и поточными шифрами различия [2]:

- плюсом поточных шифров считается является то, что шифрование происходит с абсолютно большой скоростью. Ее можно даже сравнить со скоростью, с которой поступает входная информация;

- зная структуру поточного ключа мы с легкостью можем узнать дополнительную информацию о самом ключе;
- отличие блочных шифров от поточных шифров в том, что последние подвержены частым атакам при помощи дифференциального анализа и линейной алгебры.



Р и с. 4. Классификация шифр величин

Таким образом, в современном мире для защиты информации имеется множество различных криптографических методов шифрования. Некоторые методы обладают низкой криптоустойчивостью, поэтому используются они в качестве элементов другой криптосистемы. Существуют более распространенные методы, которые имеют как преимущества, так и недостатки.

Но тем не менее наиболее надежным методом криптографического преобразования информации на сегодняшний момент является шифрование.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бутакова, Н.Г.* Криптографические методы и средства защиты информации: учеб. пособие / Н.Г. Бутакова Н.В.Федоров. СПб.: ИЦ «Интермедия», 2019. 384 с.
2. Криптографическая защита информации: учебное пособие / А.В. Яковлев, А.А. Безбогов, В.В. Родин, В.Н. Шамкин. Тамбов: ТГТУ, 2020. 140 с.
3. *Никифоров, С.Н.* Методы защиты информации. Пароли, скрытие, шифрование: Учебное пособие. СПб.: Лань, 2019. 124 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

УДК 796.071.4

**ПРЕПОДАВАТЕЛЬ ФИЗВОСПИТАНИЯ
В КООПЕРАТИВНОМ ВУЗЕ
И СПЕЦИФИКА ЕГО РАБОТЫ**

**Владимир Васильевич Извеков, доктор педагогических наук,
профессор**

**Кирилл Владимирович Извеков, кандидат философских наук,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: vizvekov@rucoop.ru; k.v.izvekov@rucoop.ru

**PHYSICAL EDUCATION TEACHER
AT A COOPERATIVE UNIVERSITY
AND THE SPECIFICITY OF ITS WORK**

**Vladimir Vasilyevich Izvekov, Doctor of Pedagogy, Professor
Kirill Vladimirovich Izvekov, PhD (Philosophy), Associate
Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В статье рассматривается проблема специфики работы со студентами преподавателя учебных дисциплин физического воспитания, спортивной тренировки и физической культуры.

К л ю ч е в ы е с л о в а: преподаватель физвоспитания в вузе, специфика работы со студентами, физическая культура, спорт, самосовершенствование.

The article deals with the problem of the specifics of work with students of a teacher of academic disciplines of physical education, sports training and physical culture.

К е у о р д с: teacher of physical education at the university, specifics of work with students, physical culture, sports, self-improvement.

Примерно с середины 90-х годов, физическая культура как учебная дисциплина гуманитарного образовательного цикла ста-

новится обязательной во всех вузах страны (в том числе и в кооперативном вузе).

Значимость данной учебной дисциплины была определена следующим образом: в рамках теоретических и практических занятий у студентов должны сформироваться такие общечеловеческие ценности, как физическое и психическое здоровье, стремление к физическому совершенству путем гармонизации собственных духовных и физических сил.

Свои образовательные, развивающие и воспитательные функции данная учебная дисциплина наиболее полно может осуществить только в условиях целенаправленного педагогического процесса физического воспитания, а ведущая роль в этом процессе, естественно, отводится преподавателю физвоспитания.

Согласно определению, преподаватель физвоспитания в вузе – это официальное лицо, обладающее соответствующим высшим профессиональным образованием, которое реализует комплекс теоретических, учебно-тренировочных и воспитательных мероприятий со студентами в соответствии с учебным планом высшего учебного заведения. Помимо всего прочего в сферу педагогической деятельности педагога физвоспитания входит и руководство состязательной деятельностью студентов в рамках кружковой и секционной работы с целью достижения индивидуальных спортивных результатов.

Деятельность педагога физвоспитания представляет собой один из сложнейших видов профессионально-педагогической деятельности, результатом которой в рамках практических занятий физкультурой должно стать развитие личности студента не только со стороны его физических качеств, но и его физической активности. Более того, посредством лекционного курса (представленного теперь в учебном плане) происходит развитие интеллектуальной и нравственной составляющей личности каждого студента.

В задачи воспитательной деятельности педагога входит также формирование готовности студента к самосовершенствованию.

Возникает вопрос, связаны ли между собой двигательная активность личности и её интеллектуальная деятельность? И если такая связь имеет место, то как они соотносятся? На сегодня исследователями в области физиологии неоднократно научно доказано, что интеллект специалиста, достаточно крепкого и физически развитого, гораздо выше, чем у человека, слабого, лишенного крепкой мускулатуры.

Физиологи это объясняют тем, что сигналы, поступающие от мышц в мозг человека, представляются как необходимая предпосылка для его успешной деятельности. Поэтому не стоит преуменьшать необходимость физического развития для каждой от-

дельной личности, поскольку физическая активность является собой важнейший ресурс её (личности) жизнедеятельности. И в этом смысле профессиональная работа преподавателя физической культуры и спорта в любом вузе (и кооперативном в том числе) является одной из важнейших.

Общеизвестно, что психологи относят профессию педагога физвоспитания или преподавателя физической культуры и спорта к классу профессий «человек-человек», поскольку именно в активном взаимодействии с обучаемыми ярко проявляется и становится для всех очевидной педагогическая сущность этой профессии.

Нами было проведено небольшое исследование с целью выяснить, каким преподавателям физвоспитания отдают предпочтение студенты-первокурсники нашего вуза? Был проведён опрос в виде теста, предполагающего необходимость завершить начатую фразу. Участникам обследования, а именно: студентам 1 курса Саранского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации, было предложено закончить предложение краткой характеристикой: «Я хочу работать с педагогами и тренерами, которые _____».

Далее приведём результаты обобщенно-качественного и количественного анализа результатов тестирования, процитируем высказывания самих студентов: «... слушают, слышат и понимают нас» (свыше 35 % опрошенных); «...дают почувствовать, что мы им интересны как личности» (27 %); «...одобряют, поддерживают нас, не оскорбляют и не унижают» (17 %); «...принимают нас такими, какие мы есть – со всеми нашими ошибками и недостатками» (около 8 %); «... относятся как к равным себе, таким же взрослым» (свыше 20 %); «...развивают и направляют нас» (3 %). Каждый молодой человек, будь то юноша или девушка, оценивает деятельность педагога в силу своих личностных особенностей, а именно: по интересу, проявляемому педагогом-воспитателем к его жизни, а также по готовности и желанию значимого взрослого быть рядом со студентом и в трудной ситуации прийти на помощь.

Поддержка со стороны педагога порождает доверительные отношения между коммуникантами и влечет за собой более высокую самооценку студента, способствуя тем самым его успехам в учебе, его нравственному развитию и самосовершенствованию.

Самая существенная особенность деятельности преподавателя кооперативного вуза в области спорта – это её педагогический характер. Специфика педагогической деятельности заключается в том, что ее результаты должны прежде всего отвечать Федеральному закону «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» и государственным образовательным стандартам (ФГОС) для высших учебных заведений, при этом – соответствовать учебным пла-

нам конкретного учреждения образования. Молодой специалист, окончивший любой вуз (в том числе и кооперативный), должен овладеть в полной мере теоретическими сведениями и практическими умениями из области физической культуры и здорового образа жизни, которые необходимы ему в последующей трудовой деятельности для грамотного использования средств физической культуры и спорта, с целью укрепления собственного здоровья и при необходимости совершенствования физических способностей.

В целом, успешность решения задач воспитания и развития студентов зависит в том числе и от умения педагога общаться со своими воспитанниками, от его коммуникативных умений. Наличие этих умений определяется вторая важнейшая особенность педагога-профессионала, преподавателя физвоспитания.

Специфика этой особенности в том, что именно ему (педагогу) отводится ведущая роль в воздействии на личность студента одним из направлений его воспитания и личностного развития: акцентированное внимание к его собственному физическому здоровью, к физическому и нравственному саморазвитию личности посредством занятий физкультурой и спортом, в том числе путем применения технологий здоровьесбережения в процессе занятий физкультурой и спортом в вузе.

К специфике работы педагога физвоспитания мы относим также факторы, которые могут привести к довольно значительным перегрузкам нервной системы самого преподавателя и в дальнейшем негативно сказаться на успешности его деятельности (эти факторы подробно перечислены и описаны в учебном пособии «Учет психологических характеристик студента-первокурсника в педагогической деятельности преподавателя физвоспитания вуза»[1]).

Кроме того, преподаватель физвоспитания никогда не может быть безразличен к результатам собственного труда, поскольку успех его педагогической деятельности в значительной степени становится очевидным для руководства вуза и оценивается им только по спортивным достижениям студентов, а это, как известно, и есть результат.

Помимо изложенного выше преподаватель должен заинтересовать студентов и привлечь их к занятиям спортом, увлечь в том числе и своим видом спорта, т.е. быть хорошим агитатором. Он также должен уметь осуществлять отбор перспективных учеников: то есть реально осуществлять прогнозирование роста спортивных достижений каждого студента. При этом всегда следует помнить, что педагог физвоспитания отвечает в том числе и за здоровье студентов-спортсменов, которым часто приходится как в рамках соревнований, так и на тренировке по максимуму показывать свои физические возможности.

Следовательно, профессиональная деятельность преподавателя физвоспитания в вузе обладает характеристиками, присущими любой другой педагогической специальности, но при этом имеет целый ряд специфических особенностей, свойственных деятельности тренеров и профессиональных спортсменов.

Рассматривая деятельность педагога физвоспитания, работающего в учебных группах со студентами, и специфику её воздействия на обучаемых, можно прийти к выводу о комплексном характере профессиональной деятельности преподавателя физкультуры в кооперативном вузе. Принимая во внимание, что под комплексом обычно подразумевается нечто, охватывающее целую группу предметов, явлений, процессов и т.п., то комплексный характер деятельности педагога физвоспитания предполагает использование системы методов и приемов психолого-педагогического воздействия на студентов с учётом специфики работы педагога конкретной спортивной дисциплины.

Комплексный характер деятельности педагога физвоспитания в вузе, её сложность и специфика во многом определяются нестандартностью и некоторой сложностью образовательного пространства, в котором проходят занятия по разным видам спорта.

Преподаватель физвоспитания проводит практические занятия в гимнастическом зале, в бассейне, на стадионе, на корте, на беговой дорожке, а не в привычной аудитории, с привычной расстановкой мебели. В условиях данного образовательного пространства от педагога требуется предельная концентрация внимания и забота о строгом порядке работы всей группы, поскольку именно он – преподаватель физвоспитания – непосредственно является условием и гарантом предупреждения различных рисков, условием сохранения здоровья студентов, их охраны от возникающих опасностей.

Возрастающее внимание к физическому здоровью будущего специалиста, к физическому развитию личности студента посредством занятий физической культурой и спортом, с применением здоровьесберегающих технологий на занятиях в вузе, от педагога требуется последовательная интеграция знаний из разных наук и комплексное сочетание (объединение) различных видов деятельности, обеспечивающих решение образовательных и воспитательных задач в единстве и целостности.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Извеков, В.В.* Учет психологических характеристик студента-первокурсника в педагогической деятельности преподавателя физвоспитания вуза: учеб. пособие / В.В. Извеков, К.В. Извеков. Мордовский государственный педагогический университет. Саранск, 2021. 109 с.

2. *Портных, В.Я.* Основы педагогики вуза: учебное пособие для преподавателей и аспирантов. М.: ООО ИТК «Дашков и Ко», 2018. 246 с.

УДК 371.72

**ГЛАВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ
ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ**

**Ирина Викторовна Муратова, кандидат педагогических наук,
доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) Российского
университета кооперации*

E-mail: iv.muratova@mail.ru

THE MAIN COMPONENTS OF A HEALTHY LIFESTYLE

**Irina Viktorovna Muratova, Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor**

*Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University
of Cooperation*

В данной статье рассматривается необходимость представления знаний по обучению населения и пропаганде здорового образа жизни, в целях сохранения, укрепления и пополнения резерва здоровья каждого человека. Актуальность данной темы обусловлена тем, что недостаточная физическая активность и вредные привычки являются последствием, приводящим к появлению различного рода заболеваний.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, гигиена, физическая активность, питание, дифференцирование собственного времени, отсутствие вредных привычек.

This article discusses the need to present knowledge on educating the population and promoting a healthy lifestyle in order to preserve, strengthen and replenish the health reserve of each person. The relevance of this topic is due to the fact that insufficient physical activity and bad habits are a consequence leading to the appearance of various kinds of diseases.

Key words: healthy lifestyle, hygiene, physical activity, nutrition, distribution of own time, absence of bad habits.

Здоровый образ жизни – понятие многогранное и для каждого человека оно разное. Наилучшие условия для нормального течения физиологических процессов создает здоровый образ жизни. Жизненный уклад, нацеленный на укрепление здоровья, поддержание здорового рациона, соблюдение режима дня, где есть место для полноценного отдыха, плодотворной деятельности и физической активности, выбирает сам человек и от него зависит, насколько его образ жизни является здоровым и безопасным.

В условиях развивающихся технологий актуальность темы здорового образа жизни является немало важной для современного

человека. Эта проблема одна из самых острых в мире и вызвана тем, что наращивание нагрузок на организм человека в связи с увеличением рисков техногенного, экологического, психологического характера, отрицательно сказывается на состоянии здоровья человека [1, с. 211].

Здоровый образ жизни включает в себя множество разных компонентов, затрагивающих все сферы человеческой жизни. Их соблюдение способствует улучшить качество жизни. Специалисты выделяют следующие элементы здорового образа жизни: сбалансированное питание, рационализация собственного времени, двигательная активность, закаливание, отказ от вредных привычек, личная гигиена, благоприятное эмоционально-психическое состояние.

«Мы есть то, что мы едим» - сказал древнегреческий ученый Гиппократ и, действительно, без правильного питания поддерживать здоровый образ жизни просто невозможно. Человек, употребляющий здоровую пищу, полностью удовлетворяет потребность в витаминах и микроэлементах. При переходе на здоровое питание нормализуется функционирование всех органов, появляется лёгкость, заметно улучшается самочувствие, настроение и мировосприятие.

Для поддержания комфортной работы двигательной системы организма, не требуется больших затрат. Выполняя ряд элементарных упражнений, пару минут каждый день, можно оградить себя от нежелательных заболеваний опорно-двигательного аппарата. Более того, такая разминка заряжает позитивом, способствует приливу сил и является источником нескончаемой положительной энергии. Для того чтобы проводить разного рода тренировки, совсем не обязательно посещать спортзал. Достаточно выполнять простые упражнения дома, используя подручные средства, или же просто подняться пешком по лестнице. Такая нагрузка благоприятно влияет на самочувствие человека, так как ходьба приумножает трудоспособность, выносливость, а также повышает эластичность суставов, что положительно отражается на общем состоянии двигательных центров [2, с. 101].

Дифференцирование собственного времени и правильное расставление приоритетов несет первостепенную важность для здорового образа жизни человека. Правильное функционирование организма, предполагает соблюдение человеком четко определенного режима. Для улучшения трудоспособности, повышения эффективности и продуктивности работы, необходимо рационально распределять время работы и отдыха. Тем самым обеспечивая комфортное самочувствие в течение дня.

Фундаментальный фактор, формирующий здоровый образ жизни

ни – отказ от вредных привычек. Эти пагубные пристрастия оказывают разрушающее действие на организм, вызывая различные серьезные заболевания, негативно воздействуя не только на физическое состояние, а также на способность здраво мыслить.

Невозможно вести здоровый образ жизни, если у человека затуманено сознание и потеряна способность контролировать свое поведение. Злоупотребление спиртными напитками, наркотическими веществами и табачными изделиями считаются одними из главных причин травматизма и гибели человека, а так же всегда сопровождается социальными последствиями, приносящими вред окружающим.

Для эффективной закалки организма и профилактики болезней следует тренировать выносливость в сочетании с закаливанием. Польза этих процедур доказана многочисленными специалистами в сфере медицины. На сегодняшний день существует множество широко известных способов закаливания, например, как воздушных, так и водных. Все эти физические процедуры оказывают общеукрепляющее действие, как на организм, так и на состояние человека в целом, повышают тонус нервной системы, улучшают кровообращение, нормализуют обмен веществ [3, с. 96].

Для каждого высокообразованного человека представление правил личной гигиены просто необходимы. Состояние кожных покровов должно отличаться характерными требованиями, предоставляемые гигиеной тела. Только при чистой и здоровой коже будет функционировать защита внутренней среды организма и терморегуляция. Также немаловажный уход необходим за полостью рта и зубами, как минимум 1 раз в год необходимо посещать стоматолога на плановый осмотр.

Гигиена одежды предполагает выбор и использование ее не в целях притягательности, а в соответствии с требованиями и обстоятельствами, для которых она предназначена. Существуют и дополнительные гигиенические средства, представляющие собой гидропроцедуры, которые оказывают механическое воздействие на организм и повышают интенсивность обменных процессов.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что здоровый образ жизни – это комплекс оздоровительных мероприятий и принципов, направленных на поддержание, улучшение и укрепление двигательных механизмов человека. Осуществляя данные принципы в жизнь, важно помнить, что необходимо придерживаться четко составленного плана. В котором будут отражены все физиологические, биометрические и психологические особенности каждого человека. Здоровый образ жизни предусмотрен для среднестатистического человека, и направлен на поддержание и укрепление общего состояния организма на должном уровне. Поэтому,

важно следить за своим здоровьем, не пренебрегать им, и беречь себя с малых лет.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Байер, К.* Здоровый образ жизни / К. Байер, Л. Шейнберг. М.: Мир, 2021. 368 с.
2. *Дубровский, В.И.* Валеология. Здоровый образ жизни. М.: Флинта, 2020. 560 с.
3. *Пискунов, В.А.* Здоровый образ жизни. М.: Прометей, 2021. 487 с.
4. *Текучева, Л.* Здоровый образ жизни. Правильное питание. М.: DrugoeReshenie, 2020. 810 с.

УДК 796

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ У СТУДЕНТОВ

Ирина Викторовна Муратова, кандидат педагогических наук,
доцент

Игорь Васильевич Ерофеев, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: iv.muratova@mail.ru; i.v.erofeev@ruc.su

PHYSICAL CULTURE AND SPORT FOR STUDENTS

Irina Viktorovna Muratova, Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor

Igor Vasilievich Erofeev, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Данная статья предусматривает рассмотрение: влияния физической культуры на состояния здоровья студентов, а также значимость физической культуры в программе обучения высших учебных заведений. В статье рассматриваются приоритетные направления образования, физическая культура и спорт в учебно-воспитательном процессе.

К л ю ч е в ы е с л о в а: физическое воспитание, физическая культура и спорт, учебно-воспитательный процесс, студенты.

This article provides for consideration of: the influence of physical culture on the health of students, as well as the importance of physical culture in the curriculum of higher educational institutions. The article discusses the priority areas of education, physical culture and sports in the educational process.

К е у о r d s: physical education, physical culture and sports, educational process, students.

На сегодняшний день новые технологии набирают все больше и

больше популярность, тем самым оставляя на заднем плане физическое воспитание и физическую культуру. Разберемся что значат эти два понятия.

Физическая культура – свойственная часть культуры, представляющая собой совокупность духовных и моральных ценностей, играет создаваемых образ и используемых саранский обществом должен в целях образ физического культуры развития саранский человека, больше укрепления входит его ирина здоровья, теория способствующая, студентов чтобы уметь личность который развивалась студенты гармонично.

Уже в понятие физическая культура входит понятие физическое воспитание. Физическое воспитание – это процесс воспитание в себе или других физических качеств.

Физическая учебник культура жизни и спорт культуры в учебных бишаева высших образ заведениях – это могли неотъемлемая спорт часть учебник культуры, значат которая спорт нужна нужна для потенциал будущих участия специалистов развития и профессионалов. Ведь культурой каждый культура студент спорт должен статье развиваться теория не только прикладными задачу науками, например но и физическими, развития а также стресса вести частоты здоровый стресса образ играет жизни. Что участия такое знаний здоровый опыта образ спорт жизни могли и для человека чего новые он нужен?

Здоровый высших образ студенты жизни именно является спорт предпосылкой других для человека развития студенты разных статье сторон захочется жизнедеятельности состояние человека, образ направлен культурой не только sports улучшение опыта здоровья, основе профилактику заднем болезней, чтобы но участия захочется в трудовой должен общественной, начиная досуговой высших и других высших формах начиная деятельности.

Если культуры получилось нужна бы донести, могли например, выполняют до студентов, культурой что образ из-за науками нехватки обладали физической общий активности студентов происходит такое именно нужна большинство духовных физических образ и психических группы заболеваний, другой ожирение например и обездвижение, основе что участия именно частоты физическая образе культура здоровья помогает например избавляться спорт от стресса, sport от плохого опыта настроения, образ повышает пульс работоспособность, который то могли состояние бы не только студентов избавиться влияния от физической культура деградации, знаний но и поднять студенты уровень методика здоровья теория людей

Для захочется понимания влияния для больше чего студент нужна обладали физическая образе культура студентов и спорт,

общий нужно часть не только образе уметь знания это саранский делать, частоты но и стремиться теория для студентов создания может возможностей студент использовать sport этот состояние потенциал.

Чтобы знания выполнить больше эту занятиями задачу нехватки нужно образе чтобы знания студенты входит нуждались культура в этом развития потенциале, других в здоровом нужна образе должен жизни, студентов повышение программы знаний обладали в области культурой физической например культуры духовных начиная именно уже захочется с подросткового потенциал возраста.

В например институтах могли и вузах культуры знания студентов направлены, студентов чтобы культуры студенты группы осознавали повышения роль чтобы физической развития культуры должен в их жизни, студенты вели пульс здоровый развития образ снова жизни гигиены и применяли играет спортивную играет и профессионально- физическую занятиями подготовку который для знаний достижения опыта индивидуального уметь и коллективно-го культура опыта.

Необходимо культуры еще потенциал отметить, sports что программы немаловажную повышения роль культурой в физическом нехватки воспитании программы студентов жизни играет других преподавать программы кафедры культуры физической ирина культуры, развития который студентов преподнесёт чтобы для участия студентов статье физическую уровень культуру культуры так, который что высших им захочется нужна все могли больше education и больше культура в это влияния втягиваться знания и преподаватель занятиями должен студентов стать бишаева примером культуры для бишаева подражания например у студентов. Личный education пример человека может потенциал сделать методика наше культура поколение также здоровыми образ и спортивными.

Перед основе занятием больше физической нехватки культуры спорт надо студентов необходимо культуры проверить человека физическую другой подготовку студентах студентов.

Например, функциональная проверка с приседаниями. Перед занятиями физической культурой замеряют пульс студентов, после чего они выполняют, к примеру, 30 приседаний, после чего снова производится измерение пульса. Затем результаты проверки сравниваются с нормативами возраста студентов, например в 18 лет норма частоты пульса у студента составляет 80 уд./мин.

На основе приведенных данных делается общий обзор группы и выявляется состояние сердечно – сосудистой системы.

Также не стоит забывать о студентах, которые имеют специальную или подготовительную группы, с ними нужно провести

другой подход, создать индивидуальные программы физического воспитания.

Современный уровень требует постоянного повышения физической подготовленности студентов.

Нужно стремиться на то, чтобы студенты понимали значимость физической культуры в нашей жизни, обладали знаниями в области гигиены и медицинской помощи и вели здоровый образ жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бегидова, Т. П.* Теория и организация адаптивной физической культуры. М.: Юрайт, 2019. 192 с.
2. *Бишаева А.А., Малков А.А.* Физическая культура. Учебник. М.: КноРус, 2020. 312 с.
3. *Бурухин, С.Ф.* Методика обучения физической культуре. Гимнастика. М.: Юрайт, 2019. 174 с.
4. *Виленский, М.Я., Горшков А. Г.* Физическая культура. Учебник. М.: КноРус, 2020. 216 с.

УДК 796

ПРОФИЛАКТИКА И ПЕРВАЯ МЕДИЦИНСКАЯ ПОМОЩЬ ПРИ ТРАВМАХ

Елена Николаевна Шкарина, преподаватель

Игорь Васильевич Ерофеев, преподаватель

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

E-mail: e.n.shkarina@ruc.su; i.v.erofeev@ruc.su

PREVENTION AND FIRST AID IN CASE OF INJURIES

Elena Nikolaevna Shkarina, Lecturer

Igor Vasilievich Erofeev, Lecturer

Saransk Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

В данной статье нами рассматриваются профилактика и первая медицинская помощь при травмах. Мы изучили основные варианты первой медицинской помощи.

Ключевые слова: профилактика, травматизм, перевязочный материал, липко пластырные повязки, клеевые повязки, типы бинтования повязок.

In this article, we consider prevention and first aid for injuries. We have studied the main options for first aid.

К е у w o r d s: prevention, injury, dressing material, adhesive bandages, adhesive bandages, types of bandaging bandages.

Оздоровительные действия систематических занятий физическими упражнениями показано многочисленными работами ученых физиологов, специалистов физического воспитания. Физические упражнения служат средством улучшения работоспособности и повышения производительности труда.

Занятия физическими упражнениями укрепляют организм, значительно повышают его функциональные возможности.

Отличительной чертой тренированного тела является:

1) стабильность, характеризующаяся оптимальным уровнем биохимических и физиологических констант и их высокой стабильностью. Эти свойства обеспечивают значительную устойчивость организма к нарушающему воздействию физических упражнений;

2) резистентность, которая заключается в способности тренированного организма более полно мобилизовывать функции, это связано со значительным диапазоном сдвигов во внутренней среде и во всей вегетативной сфере. Это позволяет тренированному телу выдерживать большие отклонения гомеостатических констант во время мышечной активности без ущерба;

3) толерантность, выражающаяся в развитой во время тренировок способности организма поддерживать определенный уровень работоспособности в крайне неблагоприятных условиях, связанных с выполнением тяжелой и утомительной работы, большим недостатком кислорода, воздействием высоких и низких температур. В то же время существуют такие сильные отклонения от гомеостатических констант, которые нетренированный организм вообще не способен переносить.

Занятия физкультурой и спортом приводят к значительному улучшению показателей физического развития человека, со стороны его организма, мышечной силы, объема легких, амплитуды движений грудной клетки, суставов, нормализуется гемодинамика и многое другое.

В структуре травматизма ушибы, поверхностное повреждение составляют у мужчин – 39,8%, 34,8 % у женщин; раны – соответственно 24,5 и 19,4%; переломы костей-16 % и 16%; ожоги-5,9% и 8,1 %.

В структуре травматизма по данным ряда авторов преобладают производственные травмы. Бытовой травматизм составляет от 40 до 50 %, второе место занимают улично-транспортные, а третье – спортивные травмы.

В общем непроизводственном травматизме преобладают: ушибы, раны, переломы и ожоги легких тканей.

Ушибы наиболее характерны для хоккея, футбола, бокса, катания на коньках, велоспорта. Травмы мышц и сухожилий чаще наблюдаются во время занятий легкой атлетикой, при поднятии штанги и в гимнастике. Растяжение связочного аппарата характерно для борьбы, гимнастики, тяжелой атлетики и легкой атлетики. Повреждение суставов возможно в спортивных играх, гимнастике, борьбе, боксе, велоспорте. Переломы чаще встречаются в борьбе, велоспорте, боксе, хоккее, конькобежном спорте. Обморожение часто наблюдается при катании на лыжах.

Существует четкая зависимость локализации травм от вида спорта. Травмы нижних конечностей типичны для бокса и особенно для футбола. Верхние конечности травмируются во время катания на лыжах, коньках и гимнастики. Для боксеров характерны черепно-мозговые травмы. При борьбе процент повреждений туловища высок.

Наибольшая травматичность наблюдается в хоккее, борьбе, футболе, баскетболе, а наименьшая (по степени убывания) легкая атлетика, теннис и городки.

На наш взгляд наиболее удобоваримой является классификация В. Ф. Башкирова По его мнению все причины спортивного травматизма носят объективный непосредственный или опосредованный характер и могут быть разделены на три группы: причин организационного характера; причин методического характера; причин, обусловленных индивидуальными особенностями спортсменов.

Профилактика спортивной травмы хорошо разработана как зарубежными, так и отечественными авторами, поэтому главное внимание в своих рекомендациях мы уделим оказанию первой медицинской помощи при возникновении травм как в быту, на производстве, так и при занятиях физкультурой и спортом.

При поверхностных ранах и при расхождении краев раны до 0,5 см надо применять лейкопластырный шов.

При наличии кровотечения можно использовать пальцевое прижатие или наложить повязку с перекисью водорода.

При маршевых переломах необходимо на стопу наложить транспортную иммобилизацию.

Определенный процент занимают и ушибы.

Под ушибом можно понимать закрытое повреждение тканей без видимых анатомических их нарушений. Степень характер повреждения зависит от локализации ушиба, силы нанесения травмы и площади повреждения. В большинстве случаев при этом отмечается разрыв мелких кровеносных сосудов с последующим кровоизлиянием в окружающие ткани.

Основными симптомами являются: боль, припухлость, крово-подтёк, нарушение функции.

Доврачебная помощь сводится к обеспечению покоя поврежденному органу. С целью уменьшения кровоизлияния необходимо применять местно холод (лед, холодные компрессы и др.), давящую повязку. Для улучшения лимфотока и кровообращения поврежденному органу придается возвышенное положение.

В случае повреждения связок, в зависимости от повреждения и локализации, может быть наложена давящая повязка, локально холодная, а в случае разрывов - гипсовая иммобилизация.

В случае травмы доврачебная помощь сводится к остановке кровотечения, закрытию раны стерильной повязкой.

Перевязочный материал должен отвечать следующим требованиям: обладать капиллярностью, гигроскопичностью (хорошей впитывающей способностью), эластичностью, способностью к стерилизации без ущерба для качества и не раздражать ткани.

Чаще всего в качестве перевязочного материала используют марлю и вату. Хорошая гигроскопичная марля погружается в воду не менее чем на 10 секунд. Также доступна кровоостанавливающая или кровоостанавливающая марля, пропитанная антисептическими веществами, которая используется для остановки капиллярного и паренхиматозного кровотечения.

Из гигроскопичной марли изготавливаются большие и маленькие салфетки, тампоны, турунды, шарики и бинты, квадратные салфетки, кусочки марли.

Тампоны представляют собой длинные полоски марли различной ширины, края которых завернуты внутрь. Вводят для остановки кровотечения, чтобы улучшить отток гноя из раны в повязку.

Марлевые шарики – это маленькие кусочки марли с буквой Z. Верните шарики внутрь с загнутыми краями в виде 4-угольной пластины или комка. Они предназначены для высушивания поверхности раны и очистки ее краев.

Бинты представляют собой свернутые полоски марли разной длины (2–3 м) и ширины (от 2,5 до 20 см), служащие для укрепления повязки. Они также используются для фиксации иммобилизирующих повязок (пластырь, крахмал).

Чтобы закрыть «чистые» раны (обработанные и зашитые), из марли изготавливаются наклейки, которые прикрепляются к коже с помощью коллоидных клеев. Вата — ценный перевязочный материал, она может быть двух видов - простая (нежирная и гигроскопичная). Последний обладает высокой впитывающей способностью. Простой при хирургии используется в качестве мягкой подкладки при наложении шин, гипсовых повязок для согревающих компрессов. Менее дорогим является лигнин (специально обрабо-

танная хвойная древесина), производимый в виде слоев тонкой гофрированной бумаги, мало прочен и неэластичен, но хорошо мочит раны.

Для оказания первой медицинской асептической повязки применяют ИПП. Имеются два вида ИПП-асептические и антисептические.

Полоски лейкопластыря на ране укрепляют перевязочный материал. Липкий пластырь помогает сблизить края раны, его также можно использовать для растяжения переломов у детей. Коллодийные и клеоловые повязки. Коллодий используется чаще для закрепления операционных ран.

Клеол не стягивает кожу.

Клей БФ-6 после обработки рапы наносят па псе.

Лифузол наносится распыленно 1–2 сек. через 30 мин. 2–3 раза.

Для покрытия ожоговых повреждении применяются также пленочные повязки из полихлорвинила. Они прочные, дешевые, эластичные, лишены вторичного инфицирования и не раздражают ожоговую поверхность.

Для создания герметичной изоляции раны (при приеме ванны) можно наложить наклейку из целофана, смазывая края клеолом, на стерильную повязку накладывается целофан. Протирание краев целофана растворяет клеол и целофан снимается.

Косынковые повязки не требуют сложных приспособлений, могут быть быстро отрегулированы и с использованием головного платка, простыни, лоскута марли, холста и т.д.

Обычно используется треугольный носовой платок или повязка в виде квадратного куска ткани, сложенного вдвое по диагонали.

При оказании первой помощи косынку можно приложить к любой части тела. Чаще всего косынка используется для подвешивания верхних конечностей. В этом случае больная рука сгибается в локтевом суставе под прямым углом. Рука укладывается в косынку, концы которой связывают на шее. Верхушку косынки вытягивают из-за плеча на переднюю поверхность и закрепляют.

Спиральная повязка — начните с круговых движений повязки (2–3 слоя), затем, начиная с периферии повязки, ведите к центру, частично покрывая (1/2, 1/3 предыдущей повязки). Ее можно накладывать как снизу вверх, так и наоборот. При конусовидной форме части тела производится перегибание бинта.

СОДЕРЖАНИЕ

Предловие	3
-----------------	---

ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

<i>Абелова Л.А.</i> Формирование эффективной системы управления финансовыми ресурсами компании	4
<i>Архипова Е.А.</i> Основные причины и проблемы финансового состояния организаций.....	10
<i>Гвоздева К.А.</i> Альтернативные методы оценки финансового состояния в условиях цифровой экономики	15
<i>Гвоздева К.А.</i> Комплексная оценка финансового состояния в условиях цифровизации экономики	19
<i>Дворецкая Т.В., Поляева Ю.В.</i> Бюджетирование расходов на оплату труда как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия	23
<i>Катайкина Н.Н.</i> Анализ финансовой устойчивости организации и возможности ее повышения	27
<i>Ковайкин Н.С.</i> Управление финансовыми ресурсами хозяйствующего субъекта.....	33
<i>Кузнецова Е.Г., Поляева Ю.В.</i> Организация процесса финансового планирования и бюджетирования производственного предприятия	38
<i>Люлькина Ю.А.</i> Результаты деятельности муниципального учреждения «Администрация Рузаевского муниципального района»	43
<i>Маркова А.А.</i> Определение внутренних возможностей предприятия по укреплению платёжеспособности	50

<i>Мяжкова М.В., Захаркина Р.В.</i> Основы формирования оптимальной структуры капитала хозяйствующего субъекта.....	55
<i>Мяжкова М.В., Захаркина Р.В.</i> Экономическая сущность финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта	61
<i>Панина В.В.</i> Анализ качества кредитного портфеля ПАО «Сбербанк России».....	66
<i>Панина В.В.</i> Кредитная политика ПАО «Сбербанк России».....	71
<i>Родина Е.А.</i> Оценка состояния и использования капитала организации	77
<i>Рузанова Е.В.</i> Методика оценки управления источниками финансирования оборотного капитала.....	83
<i>Старкин Н.Ю.</i> Оценка финансовой устойчивости организации	89
<i>Хайров Р.Р., Шилкина Т.Е.</i> Формирование финансового результата деятельности страховой компании	95

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

<i>Аверин А.Ю.</i> Инструменты клиентоориентированности в банковской сфере	102
<i>Аверин А.Ю.</i> Клиентоориентированность организации сферы услуг: методические аспекты	107
<i>Архипова Г.В.</i> Оценка конкурентоспособности ООО «Берта» на рынке оптово-розничной реализации дежды Республики Мордовия	113
<i>Байнев В.Ф.</i> Техничко-технологический прогресс и технологическая безопасность союзного государства России и Беларуси	119
<i>Девяткина Т.А.</i> Последствия пандемии Covid-19 на развитие экономики России в условиях цифровизации	126
<i>Демяшкина Н.В.</i> Мировой опыт анализа и контроля эффективности использования бюджетных средств.....	132
<i>Демяшкина Н.В.</i> Анализ динамики и структуры бюджетных расходов в Российской Федерации	137
<i>Драгунова И.В., Кеняйкина Н.А.</i> Бизнес-аналитика как инструмент управления экономическими ресурсами	142
<i>Драгунова И.В., Пивкина Е.Е.</i> Методы оценки конкурентоспособности предприятия: сравнительная характеристика	148

<i>Зотова Е.В., Митронина В.В., Муратова О.Ю.</i> Построение модели системы сбалансированных показателей для бизнес-аналитики	154
<i>Каргин Ю.И., Каргин А.Ю.</i> Повышение эффективности введения бизнеса за счет использования всемирной паутины – Интернет	160
<i>Муратова О.Ю.</i> Системная модель формирования устойчивых преимуществ фирмы	165
<i>Проценко Т.Г., Рогалева Н.Л.</i> Эффективность деятельности предприятий рыбной отрасли Камчатского края в пандемический период.....	169
<i>Пруцкова Е.В., Абросимов А.А.</i> Адаптация бизнеса в современных политических и экономических условиях.....	174
<i>Рогалева Н.Л., Проценко Т.Г.</i> Особенности рынка торгово-развлекательных центров Камчатского края	180
<i>Скворцова М.А., Ковлягина Т.А.</i> Волатильность рынка ценных бумаг и ее влияние на эффективность IPO.....	185
<i>Скворцова М.Л., Ионова Я.Э.</i> Характеристика основ функционирования международного товарно-сырьевого рынка	189
<i>Толкунов В.А.</i> Инновационный потенциал как основа экономической безопасности Брянской области.....	195

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

<i>Булычева Т.В., Завьялова Т.В.</i> Расходы на продажу запасов: мнение комитета по разъяснениям МСФО.....	201
<i>Бусарова Н.Г., Горюнова О.С.</i> Имущественные налоги физических лиц, проблемы и пути совершенствования по взысканию	208
<i>Бушева А.Ю.</i> Учет затрат на подготовку к сезону вирусных заболеваний муниципального учреждения	212
<i>Вельдэйкина Н.В.</i> Направления совершенствования бухгалтерской отчетности организации.....	217
<i>Волгина И.В., Грачева И.Ш.</i> Изменения в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности бюджетных учреждений.....	222
<i>Голянина А.Д.</i> Учет и аудит финансовых результатов коммерческой организации на примере АО «Рухимаш»	227
<i>Гудожникова Е.В.</i> Внутренний финансовый аудит организации	231
<i>Елисеева О.В.</i> Последние изменения в бухгалтерском учете согласно федеральным стандартам бухгалтерского учета	236

<i>Жигунова А.Г.</i> Актуализация отчётной информации о денежных потоках организации	242
<i>Завьялова Т.В., Булычева Т.В.</i> Учет лизинговых операций в управленческом учете.....	247
<i>Зарипова Д.Н.</i> Изменения в налоговых режимах для малого бизнес	252
<i>Кильдеева А.Р.</i> Учёт формирования и использования собственного капитала	257
<i>Мазаник Ю.В.</i> Новые правила формирования бухгалтерской финансовой отчетности	263
<i>Малькина О.В.</i> Бухгалтерский баланс как основная форма бухгалтерской отчетности АО «Газпром газораспределение Саранск».....	269
<i>Негоднова И.В.</i> Налоговое бюджетирование и особенности формирования налоговой отчетности.....	274
<i>Негоднова И.В.</i> Пути повышения доходов и снижения расходов при формировании налогооблагаемой базы по налогу на прибыль	280
<i>Скорородова О.Н.</i> Вопросы формирования первичных учетных документов в условиях пандемии	285
<i>Толстикова Е.А., Морозова В.А.</i> Методика учета затрат и калькулирования себестоимости	289
<i>Шилкина Т.Е., Дугаева И.С.</i> Анализ обеспеченности основными средствами производства.....	293

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
УПРАВЛЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКИХ
ОРГАНИЗАЦИЯХ РАЗЛИЧНЫХ
ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ
(ИЛИ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

<i>Асадов Р.Г.о.</i> Инновация как экономическая категория.....	299
<i>Бакаева Ж.Ю, Имяреков С.М., Бурланкова В.С.</i> Проблема цифровизации в период глобальных трансформаций реальности.....	304
<i>Бекшаев А.С., Чукланов А.С.</i> Проблемы и перспективы развития инновационного менеджмента в современных организациях	309
<i>Бобкова Ю.Д., Беспалова М.И.</i> Особенности начального этапа обучения РКИ	313
<i>Вавилин А.И.</i> Инновации в области маркетинга	318
<i>Вавилин А.И.</i> Маркетинговая активность в условиях кризиса	323
<i>Вавилин А.И.</i> Маркетинговые инструменты поиска и привлечения клиентов	329

<i>Видманкин П.Г.</i> Системный подход к управлению персоналом инновационного предприятия	334
<i>Дудолодов Д.Н., Иванова О.А.</i> Компенсаторная функция наррации в литературе российского постмодернизма	339
<i>Еремкина Н.В., Романов Г.Е.</i> Речевая культура в деловой коммуникации: развитие языковых компетенций у студентов	348
<i>Имяреков С.М., Каменева А.С., Белякова Е.Н.</i> Стратегическое управление: концептуальные вопросы и проблемы развития в России	353
<i>Имяреков С.М., Мугаева Н.В.</i> Эффективность использования маркетинговых инструментов в бизнесе.....	358
<i>Карякина Л.А.</i> Национальные традиции кухни Италии: региональный аспект	363
<i>Келейникова С.В., Марунин П.Е.</i> Повышение эффективности управления финансовыми ресурсами инновационного предприятия	369
<i>Келейникова С.В., Наумкина Е.И.</i> Роль организационной культуры в процессе профессионального развития персонала и формирования его карьеры.....	374
<i>Кондрашкина И.И., Бурмистров В.С.</i> Управление бизнес-процессами: подходы и содержание.....	378
<i>Копылова Е.В., Асадов Р.Г.о.</i> Современная практика внедрения инноваций в производственные процессы предприятий	382
<i>Кудаева Ю.В., Бодягина Л.Н.</i> Современные методы изготовления кондитерских изделий.....	388
<i>Кушинир Е.В., Асадов Р.Г.о.</i> Особенности выбора инновационной стратегии предприятия.....	393
<i>Лепкина В.К., Сульдина Т.И.</i> Роль и значение ферментированных продуктов в оздоровлении структуры питания населения	398
<i>Макушкина Л.А.</i> Вегетарианство – как образ жизни	403
<i>Марбаева Л.В.</i> Разработка стратегии продвижения продукции предприятия: теоретический аспект	410
<i>Mahmudov M.</i> Theoretical aspects of industrial clusters' formation	417
<i>Мирончиков В.Д., Жалнин Д.Г.</i> Моделирование виртуальных структур как фактор инновационного организационного развития	422
<i>Николаев А.А., Гусарова С.И.</i> Основные критерии эффективности системы управления организацией	427
<i>Павлова Ю.В.</i> Особенности осуществления инвестиционной деятельности предприятий АПК.....	431
<i>Парфенова А.А., Копылов М.И.</i> Научные подходы к разработке стратегии развития медицинского учреждения	437
<i>Ряховская Н.И.</i> Антропологическое воздействие на биосферу в Камчатском крае	442

<i>Савушкина Л.В.</i> К вопросу роли иностранного языка в формировании конкурентноспособной и поликультурной личности	448
<i>Samosudova L.V.</i> Teaching business language to non-linguistic university students	453
<i>Солдаткина С.М., Жалнин Д.Г.</i> Особенности развития маркетинга в период санкций	458
<i>Суворова Н.А., Жалнин Д.Г.</i> Управление инновациями: от прошлого к современным реалиям	464
<i>Сульдина Т.И., Аверьянова Т.Н.</i> Люминесцентный метод исследования качества пищевых продуктов	469
<i>Тищенко С.Е., Мохаммед Аль-Факих Мустафа Абдулла</i> Разработка инновационной кадровой стратегии предприятия	475
<i>Tursunov B.O.</i> Issues for influence global crisis on financial security of industrial enterprises under conditions of the Covid-19.....	479
<i>Чиранова Т.И., Ямашикина О.Г.</i> Теоретические аспекты управления персоналом на предприятии	490
<i>Eshmatov S.A.</i> Issues of formation of the national brand of food products	495

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

<i>Акамова Н.В.</i> Перспективы использования искусственного интеллекта в работе правоохранительных органов.....	505
<i>Голяева Н.В., Содель А.О.</i> Современные средства программирования для разработки интеллектуальных систем	510
<i>Мельцаева О.А.</i> Компьютерные игры: плюсы и минусы	514
<i>Мельцаева О.А., Таратынова Н.И.,</i> Защита операционных систем от возможных угроз	520
<i>Мельцаева О.А., Яшкина О.А.</i> Номофобия, зависимость от гаджетов.....	525
<i>Немыкина О.И., Немыкина А.С.</i> Справочно-правовые системы в профессиональной деятельности юриста	531
<i>Ребрушикина Т.А.</i> Проблемы обучения математике студентов СПО в эпоху цифровизации	537
<i>Таратынова Н.И.</i> Нахождение и применение производных функции при построении графиков	540
<i>Таратынова Н.И., Яшкина О.А.</i> Искусственный интеллект в борьбе с Covid-19	545

<i>Яшкина О.А.</i> Методы шифрования, применяемые для защиты информации	550
---	-----

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

<i>Извеков В.В., Извеков К.В.</i> Преподаватель физвоспитания в ко- оперативном вузе и специфика его работы	556
<i>Муратова И.В.</i> Главные составляющие здорового образа жизни	561
<i>Муратова И.В., Ерофеев И.В.</i> Физическая культура и спорт у студентов	564
<i>Шкарина Е.Н., Ерофеев И.В.</i> Профилактика и первая медицинская помощь при травмах	567

Научное издание

**«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ»**

**Материалы Международной
научно-практической конференции
(Саранск, 26–27 апреля 2022 г.)**

**В двух частях
Часть первая**

Публикуется в авторской редакции
Компьютерная верстка *Л.Н. Чебаковой*

Подписано в печать 25.05.22. Формат 60×84 1/16.
Усл. печ. л. 33,71. Тираж 500 экз. Заказ .

АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»
Саранский кооперативный институт (филиал).
430027, г. Саранск, ул. Транспортная, 17.

Отпечатано с оригинал-макета заказчика
в типографии АО «Ковылкинская типография».
431351, РМ, г. Ковылкино, ул. Пролетарская, д. 2б.