СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

CXII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№4(112)

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2022

СибАК
www.sibac.info

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам CXII студенческой международной научно-практической конференции

№ 4 (112)
Апрель 2022 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2022

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:
Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:
Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;
Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;
Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова.

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»: Электронный сборник статей по материалам CXII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2022. – № 4 (112) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://sibac.info/archive/economy/4(112).pdf.

Электронный сборник статей по материалам CXII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

ISSN 2310-4082
© ООО «СибАК», 2022 г.

Оглавление

Секция «Маркетинг» **5**

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СММ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ НА РЫНКЕ 5
Хамзина Балнур Тлеугалиевна
Абдина Айнур Канапияновна

ПРОДВИЖЕНИЕ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ 10
Шустова Юлия Андреевна
Михалева Анастасия Сергеевна
Любина Елена Андреевна

Секция «Менеджмент» **16**

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ 16
Возжаева Полина Николаевна
Сливинский Денис Валерьевич

ВЛИЯНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ НА ПОВЕДЕНИЕ РАБОТНИКА В ОРГАНИЗАЦИИ 21
Исхакова Адель Рамилевна

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 28
Мельчакова Жанна Юрьевна
Черданцев Вадим Петрович

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕАЛИЗАЦИИ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМИССИИ ПАРТИЗАНСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА) 33
Самигулина Алёна Евгеньевна
Лехтянская Лариса Владимировна

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК В РОССИИ 38
Усольцев Никита Юрьевич
Загоруйко Игорь Юрьевич

Секция «Экономика» **43**

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ ООО «БАРС И К» 43
Вайгандт Диана Эдуардовна
Токтошов Гулжигит Ысакович

СПЕКУЛЯЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ 49
Воржецова Надежда Владимировна
Штурмина Ольга Сергеевна

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ АНАЛИЗА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 54
Кевралетина Дарья Борисовна
Токтошов Гулжигит Ысакович

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ТРАНСФОРМИРУЕТ СТРАХОВУЮ ОТРАСЛЬ 58
Кузюра Анна Владиславовна

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ 62
Литвинюк Аделина Максимовна
Нигматзянова Лейсан Ринатовна

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ 66
Светличный Петр Юрьевич
Могуев Борис Дмитриевич

КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И РИСКИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ 74
Некрасова Людмила Викторовна

РАЗВИТИЕ РЫНКА ОФЗ НА ПРИМЕРЕ ОФЗ РОССИИ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ДЛЯ ГРАЖДАН (ОФЗ-Н И НАРОДНЫЕ ОБЛИГАЦИИ БАНКОВ) 80
Соколова Анна Александровна

ПРОГНОЗ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА В РАМКАХ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ 93
Турапина Наталья Алексеевна
Воронцова Александра Михайловна

СЕКЦИЯ

«МАРКЕТИНГ»

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СММ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ НА РЫНКЕ

Хамзина Балнур Тлеугалиевна
магистрант,
кафедра маркетинга, Казахский агротехнический
университет имени Сакена Сейфуллина,
Республика Казахстан, г. Нур-Султан,
E-mail: balnur1991@mail.ru

Абдина Айнур Канапияновна
научный руководитель, д-р филос. наук, доц.,
Казахский агротехнический университет
имени Сакена Сейфуллина,
Республика Казахстан, г. Нур-Султан

THE USE OF SMM TOOLS AS AN EFFECTIVE WAY TO PROMOTE PRODUCTS ON THE MARKET

Balnur Khamzina
Master's student,
Department of Marketing,
Saken Seifullin Kazakh Agrotechnical University,
Republic of Kazakhstan, Nur-Sultan

Ainur Abdina
Scientific supervisor, Doctor
of Philosophical Sciences, associate professor,
Saken Seifullin Kazakh Agrotechnical University,
Republic of Kazakhstan, Nursultan

АННОТАЦИЯ

Предлагаем вашему вниманию обзорную статью об инструментах СММ (Social Media Marketing) и их применении для продвижения товаров и услуг. В статье приводится краткая информация об эффективности СММ на современном рынке.

ABSTRACT

We bring to your attention an overview article about SMM (Social Media Marketing) tools and their application for the promotion of goods and services. The article provides brief information about the effectiveness of SMM in the modern market.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, СММ, брендированный контент, видеоролики, розыгрыши и конкурсы, потоковое видео, работа с блогерами.

Keywords: Digital Marketing, Social Media Marketing, branded content, videos, sweepstakes and contests, streaming videos, working with influencers.

В современном мире социальные сети играют все более значительную роль в жизни общества. Если для одних пользователей социальные сети являются наиболее быстрым способом ознакомления с информацией, другие рассматривают их как инструмент достижения профессиональных целей. Действительно, на сегодняшний день представленность в Интернете является своего рода визитной карточкой как бизнесменов, так и компаний, заинтересованных в продвижении своих продуктов.

Одним из наиболее популярных и эффективных методов продвижения продуктов на рынке в последнее время становится СММ (social media marketing). Что это за технология и как ею пользоваться?

Как известно, СММ является частью цифрового, или digital-маркетинга, то есть продвижения товаров и услуг при помощи цифровых технологий. Как пишут маркетологи: «The world of shopping has changed. Global e-commerce sales grew by nearly 30% last year and new ways have emerged to make online content more “shoppable”. People can now buy products directly from social posts, when tuning into favourite shows, and while watching YouTube content on connected TVs» [1]. То есть, за прошлый 2021 год глобальные продажи электронной коммерции выросли почти на 30%. А расходы на digital-каналы составили 72,2% от общего маркетингового бюджета, поскольку за время пандемии мир полностью пере-

ключился в онлайн-режим [2]. Иначе говоря, сегодня невозможно представить мир коммерции без digital-маркетинга.

Наиболее распространенные виды цифрового маркетинга представлены поисковой оптимизацией (Search Engine Optimization), контент-маркетингом (Content-Marketing) и СММ (Social Media Marketing). SEO – это процесс оптимизации сайта, контент-маркетинг направлен на создание информативного содержания с целью повышения узнаваемости бренда, а СММ – это активное вовлечение людей в онлайн-взаимодействие и, посредством этого, также привлечение трафика и увеличение узнаваемости бренда. Поскольку наша обзорная статья направлена на ознакомление с СММ, остановимся подробнее на инструментах Social Media Marketing.

Аналитики Romi Center приводят краткий обзор популярных социальных сетей с точки зрения SMM-продвижения (по данным исследования Mediascope) [3]. Наиболее широкой аудиторией по демографическим показателям является Facebook (Facebook, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. Редакции) – 2,7 миллиарда пользователей, средний возраст – 25-54 года, 54% – женщины. На втором месте – YouTube с 2 миллиардами пользователей со средним возрастом от 25 до 34 лет, 53% – женщины. И третье место делят между собой Instagram (Instagram, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. редакции) и TikTok с 1 миллиардом пользователей каждый из них. В Instagram (Instagram, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. редакции) средний возраст 25-34 года, 60% женщин, а в TikTok, соответственно, 16-24 года, 56% мужчины. Если учесть, что задачами СММ, наряду с появлением в поисковой выдаче, повышением узнаваемости бренда и созданием привлекательного образа у потребителя, также являются повышение конверсии и увеличение потенциальной целевой аудитории, то вышеуказанные социальные сети отлично подходят для выстраивания отношений потребителей с брендом.

К наиболее эффективным инструментам СММ можно отнести брендированный контент, работу с видеороликами, различного рода розыгрыши и конкурсы, отслеживаемые в интернет-ресурсах, стриминговые видео и работу с блогерами.

В отличие от простой рекламы, брендированный контент делает акцент на эмоциональном фоне, благодаря которому устанавливается связь с целевой аудиторией. К положительным моментам брендированного контента можно отнести внимание и доверие клиентов, а также широкий охват потенциальных потребителей. Недостатком является очень высокая цена.

Популярность видеороликов очевидна, при качественном исполнении, они наглядны и визуально привлекательны. Большинству людей гораздо проще посмотреть короткое видео, чем читать длинные тексты. Особенно часто в СММ используются обучающие видео, где показывают, как можно что-то сделать самому. Не менее популярны так называемые backstage, показывающие закулисную жизнь различных мероприятий.

В розыгрышах и конкурсах как инструментах СММ значительное внимание следует уделять призам, которые привлекают потребителей к бренду и создают атмосферу приобщенности потенциальных клиентов к ценностям компании и вовлеченности в корпоративный дух фирмы.

Стриминговое, или потоковое, видео определяют как технологию, позволяющую вести трансляцию мультимедийного контента (видео) через Интернет в режиме реального времени. Ключевым моментом стриминга является включенность зрителя в процесс, что способствует активному повышению конверсии и привлечению уникального потребителя.

Работа с блогерами, или инфлюенсерами, то есть влиятельными лидерами общественного мнения, – один из самых сложных и, в то же время, весьма эффективных инструментов СММ. Сложность заключается в поиске известного человека, который положительно настроен к продвигаемому бренду. Вместе с тем, обращение бренда к потребителям через знаменитость гораздо эффективнее,

чем прямая реклама. Работа с инфлюенсерами помогает продвигать бренд на рынке и привлекать новых потребителей.

Краткий обзор инструментов СММ показывает, что современный рынок очень чувствителен к продвижению бренда. СММ создают индивидуальный подход к каждому цифровому каналу, позволяют найти путь к сердцу каждого уникального потребителя, провозглашая ценности бренда посредством вышеуказанных методов и технологий. Учитывая все возрастающую популярность социальных сетей, можно с уверенностью утверждать, что СММ остается на сегодняшний день одним из наиболее эффективных способов продвижения продуктов на рынке.

Список литературы:

1. Karnowski M. Top digital marketing trends and predictions for 2022/ December 2021. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-cee/consumer-insights/consumer-trends/latest-digital-marketing-trends-2022/ (дата обращения 27.03.2022).
2. Тихонюк Н., Мищенко С. Тренды и антитренды digital-маркетинга 2022/ декабрь, 2021. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://elit-web.com/blog/digital-marketing-trends (дата обращения 27.03.2022).
3. Яковлева С. СММ в действии/ апрель, 2021. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://romi.center/ru/learning/article/keys-to-success-in-smm-social-media-marketing/ (дата обращения 27.03.2022).

ПРОДВИЖЕНИЕ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ

Шустова Юлия Андреевна
студент,
кафедра экономической информатики,
Новосибирский государственный технический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: shustovayulya123@mail.ru

Михалева Анастасия Сергеевна
студент,
кафедра экономической информатики,
Новосибирский государственный технический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: mikhaleva.2000@bk.ru

Любина Елена Андреевна
научный руководитель, старший преподаватель,
Новосибирский государственный технический университет,
РФ, г. Новосибирск

PROMOTING BUSINESS ONLINE

Yulia Shustova
Student,
Department of Economic Informatics,
Novosibirsk State Technical University,
Russia, Novosibirsk

Anastasia Mikhaleva
Student,
Department of Economic Informatics,
Novosibirsk State Technical University,
Russia, Novosibirsk

Elena Lubina
Scientific supervisor, senior lecturer,
Novosibirsk State Technical University,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрена универсальность и эффективность продвижения бренда в Интернет пространстве независимо от масштаба организации, в

результате приведенных доводов, действительно, было выявлено, что данный метод является достаточно адаптируемым и актуальным в современном мире.

ABSTRACT

This article considers the versatility and effectiveness of brand promotion in the Internet space regardless of the size of the organization, as a result of the given arguments, it was indeed revealed that this method is quite adaptable and relevant in the modern world.

Ключевые слова: Организация, реклама, Интернет, маркетинг, продвижение, бизнес, социальные сети, товар, услуга, бренд.

Keywords: Organization, advertising, the Internet, marketing, manufacturing, business, social network, goods, products, brand.

В современном мире все больше и больше брендов решается на свое проникновение в массы, достаточно часто можно услышать новые имена на рынке товаров и услуг. Безусловно, для повышения популярности как нового, так и поддержания уже известного бренда, независимо от объемов предприятия, необходима реклама, расширяющая охват заинтересованных лиц.

Безусловно, для запуска рекламы любого вида, необходимо множество действий, определяющих основные критерии. Например, одним из критериев является определение целевой аудитории, зачастую организации знают уже до открытия людей, для которых они будут стараться, ведь достаточно редко можно увидеть универсальный товар, предназначенный для использования людьми всех возрастных категорий, любого пола или даже расы. Соответственно, продумывая рекламную кампанию необходимо выбрать цепляющим буквально все от названия, дизайна до товарного ряда, а самое главное, конечно, пути запуска рекламы. Для полного понимая, необходимо рассмотреть основные из них:

- POS – реклама (POS – материалы) – та информация, которая располагается именно в месте торговли или же оказания услуг, представлена может

быть совершенно в разном виде – графическая, звуковая, мультипликационная и прочая.

- Раздача листовок- такой метод не требует по отношению к себе больших вложений, но отличается своей эффективностью. Одним из важных условий действия данного вида рекламы – цепляющее оформление для выделенной целевой аудитории. Безусловно, в листовке должна содержаться вся ключевая информация об организации – бренд, название, логотип, девиз компании, предлагаемые специальные предложения и прочая информация.

- Запуск рекламы посредствам Интернет платформы – в настоящее время наиболее распространенный метод, ведь современное население от мала до велика пользуются данной сетью в различных целях. Благодаря современным технологиям, предложение может появляться у тех пользователей, чьи запросы ранее совпадают с продуктом, кому данная информация может быть полезна. На наш взгляд, в условии современных реалий, именно этот метод будет являться наиболее универсальным и полезным.

Для более точного разбора данной темы необходимо определить основные понятия. Социальная сеть – определенная интернет – платформа, применяемая для создания и поддержания коммуникации, а также в прочих целях. Необходимо отметить, что всю информацию на личной странице пользователь создает самостоятельно.

Facebook (Facebook, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. Редакции) – одна из первых крупных социальных сетей, на примере которой можно отследить изменения к использованию, функционалу и прочих факторов.

В современном мире самым эффективным способом продвижение является именно через социальные сети, ведь стоит отметить, что люди все больше времени проводят на платформах Интернета. Восполнить многие потребности пользователи могут благодаря поиску необходимой информации, предоставляемых услуг и прочего. Именно поэтому все больше аккаунтов оформляют под

бренды, услуги, товары и прочее, устанавливая некоторую коммуникацию и пользователями.

Стоит отметить, что Интернет, а именно социальные сети, развиваются и расширяют свой функционал все больше и больше, начиная от коммуникаций, заканчивая обработкой, редактированием, хранением информации и даже реализацией денежных переводов.

Такие платформы дают возможность реализации продвижения бизнесу своих товаров, брендов, услуг и прочего, независимо от объемов производства. Такие пользователи имеют большой охват заинтересованных лиц по определенным установкам, но также стоит рассмотреть и другие методы распространения популярности:

Используя такой метод продвижения, компания не только повышает продажи, но и получает дополнительный эффект от процесса: повышение узнаваемости, повышение лояльности, информирование о мероприятиях и прочее.

Продвижение в данном случае – это определённый набор действий на, как уже было выявлено, увеличение продаж, а также коммуникация с потенциальными заинтересованными лицами и поддержание связей с уже существующими. После выявления эффективности использования рекламы в Интернет, а также роста актуальности данного явления, в науке появился термин SMM (Social Media Marketing). В научной литературе данное понятие подразумевает набор маркетинговых мероприятий, целью которых является поддержание и укрепление связей с клиентской базой в рамках социальной сети.

Данный способ продвижения имеет определенную особенность – важность вовлечения пользователей в коммуникацию с компанией. Данная особенность обусловлена природой социальных сетей. Для реализации функции применяют различные инструменты: создание сообществ компании; налаживание контакта с аудиторией посредством обработки поступающих личных сообщений и комментариев; создание контента для социальных сетей, а также создание благоприятных условий для создания такого контента непосредственно пользователями (клиентами).

Существуют показатели оценки результативности использования данных инструментов: охват – число аккаунтов, увидевших сообщение\пост\запись компании, привлечение и участие.

Привлеченными пользователями считаются те, которые произвели коммуникацию, например, с записью компании, подписались на сообщество и прочее. Участвующими же аккаунтами считаются те, которые проявляют определенную активность в отношении аккаунта организации – комментарии, отзывы, что повышает лояльность со стороны аудитории.

Немаловажным фактором является качество персонального аккаунта организации и производимый контент, ведь в Интернете информация о конкурентах, их товарах и услугах весьма доступна и открыта, благодаря чему запросы пользователей в разы выше.

Для достижения успеха нужно осознавать, что ведение персонального аккаунта не должно пересекаться с прямой рекламой, такой метод не приносит особого успеха, а зачастую даже вызывает больше негативных эмоций.

Д. Кремнев справедливо отметил, что «продвижение в социальных медиа требует ежедневного внимания, иначе группа заглохнет и время, потраченное на неё, пропадёт зря» [2, с. 34]. Безусловно, перед запуском рекламы необходимо полностью продумать ее структуру, содержание, периодичность публикации и прочее. Необходимо учитывать тот факт, что при учащении постинга социальная сеть повышает охваты, при снижении периодичности появления новых публикаций снижает, соответственно.

Немаловажным аспектом данного направления является также выбор социальной сети и упор на конкретные характеристики каждой. Так, например, в сети Инстаграм (Instagram, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. редакции) необходимо создать визуально приятную среду, в Твиттере цепляющие небольшие текстовые сообщения.

Таким образом, продвижение на платформах сети Интернет достаточно многогранно и широко, одной из главных задач является создание условия для коммуникации организации с заинтересованными пользователями, а также

укрепление связей с уже вовлеченными. Учитывая состояние нынешнего мира, вовлеченность людей в социальные сети, можно сделать вывод о том, что такой метод продвижения, безусловно, на данный момент времени можно считать очень выгодным для организации во многих аспектах, что, определенно, скажется на прибыли бизнеса.

Список литературы:

1. Данченок Л.А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет маркетинговые коммуникации: учеб. Пособие / под ред. Л.А. Данченок. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.
2. Кремнев Д. Продвижение в социальных сетях / Д. Кремнев. – Изд-во: Питер, 2011. – 154 с.
3. Култышева О.М. Специфика продвижения бизнеса в социальных сетях / О.М.
4. Култышева, А.В. Шушарина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 1–4. – С. 167–169.
5. Кокрум. Д. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты. Манн, Иванов и Фербер, 2013 г., – 382 с.
6. Реклама в местах продаж. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://adindustry.ru/point-of-sale-advertising (дата обращения 25.03.2017).
7. Теребова С.В., Подолякин О.В., Усков В.С., Егорихина С.Ю. Предпринимательство в регионе: состояние, перспективы: монография. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. – 160 с.

СЕКЦИЯ «

МЕНЕДЖМЕНТ»

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Возжаева Полина Николаевна
студент 3 курса,
направление подготовки: Высшая школа аэронавигации,
профиль: Управление бизнес процессами на воздушном транспорте,
факультета заочного обучения, Санкт-Петербургский
университет Гражданской Авиации,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: polina.vozzhaeva@gmai.com

Сливинский Денис Валерьевич
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Санкт-Петербургский университет Гражданской Авиации,
РФ, г. Санкт-Петербург

Мировой опыт указывает, что нужно совершенствовать признанное всеми традиционное управление в соответствии с потребностями стратегического менеджмента. По мнению отечественных ученых разработка методов стратегического управления позволит сформировать ряд стратегических концепций, которые помогут в дальнейшем удовлетворить информационные потребности стратегического менеджмента в современных организациях.

На сегодняшний день в мировой практике выделяется огромное количество базисных стратегий развития бизнеса, каждая из которых представляет собой довольно сложную систему, одновременно требующую большое количество усердия от управляющих лиц в организации. При этом в рамках крупной организации предоставляется разумным формировать множество стратегий на различных уровнях управления, поскольку цели различных подразделений могут значительно различаться.

Отечественный опыт помогает на практике реализовывать определенную обобщающую структуру систему стратегического управления. Однако данная структура условна и многие руководители и менеджеры ей не придерживаются.

Зарубежные и отечественные практики при разработке стратегического управления рекомендуют опираться на имеющиеся в распоряжении сведения об окружающей среде, другими словами, внешней и внутренней среде организации. Под внешними факторами среды практики понимают прогнозирование и оценка политических факторов, социальных, а также экономических. К факторам можно так же отнести прогноз отношений с конкурентами и поставщиками, то есть все отношения, которые возникают у организации в процессе ее функционирования с другими субъектами экономических отношений.

И все-таки, несмотря на то, что труды отечественных и зарубежных ученых относительно темы стратегического управления часто взаимосвязаны между собой, а также основываются на основе взаимодействия в российской практике стратегического управления есть определенные особенности, которые будет отличать отечественный опыт управления от зарубежного.

Так как для отечественных предприятий стратегическое управление относительно новое направление, то перемены в области управления продолжают сталкиваться с непониманием и сопротивлением со стороны как работников, так и консервативных руководителей. И хотя с каждым годом динамика принятия новой стратегии управления идет по нарастающей, все еще остается множество проблем, например, связь стратегического управления и его подход к управлению персоналом [2].

В мировой практике самым ярким стратегического подхода к управлению можно назвать транснациональные корпорации, которые распространены по всему миру. Многие из данных корпораций настолько укрупнены и стратегически определены на развитие, что по количеству политической и экономической власти преобладают над странами, в которых функционирует их деятельность. Оценить величину власти транснациональных корпораций можно, оценив совокупных оборот некоторых отдельных корпораций с объемом валового продукта

государства. Одним из ярких примеров становятся Дженерал Моторс и компания Форд, чей объем в несколько раз больше, чем общий объем ВВП южно-африканских стран, находящихся южнее Сахары [1].

Для того чтобы не отставать от зарубежных гигантов российские компании находятся в постоянном поиске источников развития. И отечественные практики находят выход в более активном внедрении стратегических элементов, создавая более гибкую систему стратегического управления, нежели известна за рубежом. Таким образом, крупные предприятия стремятся внедрить стратегическое управление таким образом, чтобы стратегия не переросла в набор формализованных процедур.

Компании внедряют элементы стратегии, заостряя внимание на том, что данные элементы будут помогать решать ряд четко установленных задач. Например, снижение потерь при производстве, заострение внимания на специализации при производстве товарной продукции, фиксирования определенного сегмента рынка, на котором происходит реализации продукции.

Глобальная цель стратегического управления в отечественной практике – разработка таких программ, которые позволят предприятию ориентировать достижения бизнеса на долговременной основе. Данная цель, в принципе, становиться всеобъемлющей и ей так же придерживаются и зарубежные организации, осуществляя этапы стратегического управления.

Западные эксперты заявляют, что миссия представляется как ключевое направление деятельности организации и выражает собой смысл существования организации на рынке.

Благодаря миссии организации становится понятным, какие цели следует преследовать в рамках деятельности сотрудникам организации, а также формирует имидж той или иной организации как внутри неё, так и во внешней среде. В целом можно сказать, что под миссией следует понимать такого рода утверждение, которое обуславливает необходимость ведения деятельности данным предприятием, описывает его философию. Наиболее распространенно стратегическое управление в американских компаниях, поскольку именно там

зародился данный вид ведения бизнеса. При этом стратегии в начале разрабатывались для того, чтобы изменить направление деятельности организации и тем самым закрепить конечную цель деятельности.

Таким было стратегическое планирование 60 – х годов, но с течением времени, в 80-х годах оно стало направляться на развитие тех или иных сфер деятельности предприятия в своей основе, при этом ориентируясь не на ресурсы, которыми организация обладает на сей день, а на будущие результаты деятельности [3].

Таким образом, особую актуальность стало приобретать не сам факт постройки той или иной организации, а формирование его стратегии с учётом требований отрасли, в которой организация собирается вести деятельность и прочих фактов.

Также в рамках американских компаний могут создаваться специальные объединения по тем или иным отраслям, называющиеся стратегическими центрами хозяйствования. Соответственно, организация при разработке стратегии первоначально ориентируется на положение организации в отрасли и положение отрасли в экономике страны в целом. В связи с этим выявляются конкурентные преимущества компании, которые выделяют её среди остальных, чем и предстоит воспользоваться самой организации при разработке стратегии. Если же подобного рода преимуществ у организации выявлено не было, то следует сформировать их в процессе разработки плана, поскольку без достаточного количества конкурентных преимуществ перед другими компаниями невозможно развивать деятельности компании и выходить на совершенно новые рынки.

В крупных компаниях США для разработки и реализации стратегии была создана управленческая структура, не совпадающая с организационной структурой фирмы. Основным звеном этой системы стали стратегические центры хозяйствования, в которые включаются производственные отделения по следующим признакам: общность рынков сбыта, однотипность и взаимозаменяемость

продукции; обеспеченность ресурсами для ее разработки, производства и реализации; наличие сопоставимых по профилю и потенциалу конкурентов.

Данное понятие довольно высоко ценится в рамках зарубежных компаний, однако отечественные компании считают, что данное явление переоценено и формировать миссию организации важно для повышения имиджа компании. Западные эксперты заявляют, что миссия представляется как ключевое направление деятельности организации и выражает собой смысл существования организации на рынке. И все же большинство отечественных практиков, при осуществлении стратегического управления, использует максимально упрощенную структуру стратегического управления.

Список литературы:

1. Полянин, А.В. Управление некоммерческими организациями в условиях кризиса/А.В. Полянин, А.А. Суровнева // Среднерусский вестник общественных наук. – 2017. – № 2. – С. 143-150.
2. Пономарев, В.П. Принятие инновационных решений как управленческая компетентность руководителя высшей школы / В.П. Пономарев. – М.: ТЕЗАУРУС, 2018. – 176 с.
3. Тумин, В.М. Стратегическое управление организацией: Учебное пособие / В.М. Тумин, Г.Д. Антонов, О.П. Иванова. – М.: НИЦ Инфра-М, 2017. – 78 с.

ВЛИЯНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ НА ПОВЕДЕНИЕ РАБОТНИКА В ОРГАНИЗАЦИИ

Исхакова Адель Рамилевна
студент,
кафедра социологии и управления,
Московский автомобильно-дорожный
государственный технический университет (МАДИ),
РФ, г. Москва
E-mail: adel333@yandex.ru

THE INFLUENCE OF INDIVIDUAL PERSONALITY TRAITS ON EMPLOYEE BEHAVIOR IN THE ORGANIZATION

Adele Iskhakova
Student,
Department of Sociology and Management,
Moscow Automobile and Road Engineering State
Technical University (MADI),
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению индивидуальных личностных особенностей, которые в той или иной степени оказывают влияние на поведение сотрудников в организации и эффективность их взаимодействия с другими членами трудового коллектива. Приводится характеристика и типология индивидуальных особенностей личности, наиболее важных в контексте управления персоналом.

ABSTRACT

The article is devoted to the study of individual personality traits that to one degree or another influence the behavior of employees in the organization and the effectiveness of their interaction with other members of the workforce. The characteristic and typology of individual personality traits, the most important in the context of personnel management, are given.

Ключевые слова: индивидуальные особенности личности, организационное поведение, управление персоналом, коллектив, трудовая деятельность.

Keywords: individual personality traits, organizational behavior, personnel management, team, work activity.

Управление организационным поведением – сложный процесс, который требует разностороннего подхода и соблюдения баланса между интересами компании и возможностями и потребностями ее работников. Для достижения этого баланса необходимо учитывать множество факторов, которые так или иначе накладывают свой отпечаток на то, как функционирует работник внутри трудового коллектива. Одним из таковых являются индивидуальные личностные особенности сотрудника, зачастую обуславливающие его поведение, мотивацию и другие немаловажные аспекты профессиональной деятельности. Принятие во внимание личностных особенностей, нахождение индивидуального подхода помогают добиться высокой результативности в управлении организационным поведением как каждого отдельно взятого работника, так и трудового коллектива в целом, что, в свою очередь, позволит компании работать эффективно и достигать поставленных целей.

Индивидуальные личностные особенности присущи каждому человеку; набор отдельно взятых в совокупности составляет человеческую индивидуальность, т. н. «портрет», который отличает его от других членов общества. В контексте управления персоналом и организационного поведения наиболее значимыми выделяются такие индивидуальные особенности, как темперамент, характер, способности и потребности.

Темперамент – это совокупность свойств личности, которые связаны с протеканием двух нервных процессов – возбуждения и торможения [1]. Он практически не подвержен изменениям под влиянием социального окружения, поскольку имеет биологический и физиологический генезис.

Существует четыре типа темперамента: холерик, сангвиник, флегматик и меланхолик. Стоит отметить, что чистые типы, как правило, не встречаются. Зачастую преобладает один какой-либо тип при наличии свойств и особенностей других темпераментов. Определить точно, какой именно тип преобладает

в человеке, не всегда возможно с первого взгляда, однако нередко преобладание какого-либо типа обуславливает проявление его специфических особенностей в поведении человека. Так, сангвиники отличаются повышенной активностью, преобладанием позитивных эмоций, легкостью в установлении контактов с другими людьми. Эмоционально уравновешен, однако при высокой активности наблюдается и тенденция быстрого «остывания». Холерикам свойственна упрямость и нежелание идти на компромисс. Отличаются вспыльчивостью, но быстрой отходчивостью. Флегматики обладают устойчивостью и стабильностью эмоционального фона. Проявляют внешнюю невозмутимость и в некоторой степени инертность в поведении. Меланхолики отличаются повышенной ранимостью, тревожностью, трудностями в установлении социальных контактов и быстрой утомляемостью. Стоит отметить, что оценочный подход при рассмотрении каждого из типов неуместен и некорректен, не существует «плохих» или «хороших» типов, поскольку каждый из них обладает сильными и слабыми сторонами.

Характер является неотъемлемой составляющей личности каждого человека и представляет собой совокупность особенностей и черт личности, которые проявляются во всех сферах жизни накладывают отпечаток на общение с другими людьми, интересы и т. д. [1]. В контексте организационного поведения для изучения характера часто используют такой термин, как черта характера – определенные личностные качества, которые систематически проявляются в различных видах деятельности и по которым можно прогнозировать поведение человека в той или иной ситуации.

Черты характера подразделяются на 4 группы [1]:

- Моральные качества (например, внимательность, тактичность, отзывчивость, чуткость и др.);
- Эмоциональные качества (например, вспыльчивость, уравновешенность и т. д.);
- Волевые качества (например, настойчивость, нерешительность);
- Интеллектуальные (например, сообразительность, находчивость).

Черты характера находятся в постоянном взаимодействии и взаимовлиянии и не являются статичными. С течением времени и при определенных условиях некоторые черты характера могут сглаживаться или практически исчезать, в то время как другие могут сильнее заостриться и ярко выражаться в повседневной жизни людей.

Способности представляют собой индивидуальные особенности работника, которые определяют успешность выполнения трудовой деятельности. Выделяют два уровня способностей – репродуктивный и творческий [2]. К первому относятся способности, которые отвечают за усвоение знаний и умение выполнять задания по установленному образцу. Творческие способности определяют возможности человека создавать что-либо новое, оригинальное и нестандартное.

Потребности – это ощущение человеком нужды в чем-либо. Для того, чтобы их удовлетворить, индивидом совершаются действия, направленные на достижение своей цели. Потребности, осознаваемые человеком, зачастую выступают регуляторами его поведения, в том числе и в организации, поскольку большинство личных и социальных потребностей находят свое удовлетворение как раз-таки в процессе трудовой деятельности.

Практически невозможно учитывать в полной мере особенности каждого работника и создавать отдельно для каждого комфортную обстановку, однако руководитель в силах путем учета наиболее значимых качеств работника, особенностей его темперамента, характера, потребностей и способностей подбирать ту работу, давать те задания, с которыми человек сможет справиться и которые сделает максимально качественно. То же можно отнести и к вопросам, связанным с развитием работника, планированием его дальнейшей карьеры. Зная его особенности, руководитель может продумать, какая же должность подойдет этому человеку в будущем, будет ли он в дальнейшем занимать руководящие должности или же он – идеальный исполнитель.

При подборе рабочих заданий сотруднику, необходимо брать во внимание соответствие характера выполняемой работы темпераментным свойствам

человека. Так, холерикам, которые обладают выраженной импульсивностью, быстро загораются и так же быстро остывают, подходит работа, связанная с получением эмоционального возбуждения, они легко справятся с напряженной работой, однако нуждаются в перерывах, где будут заниматься деятельностью, не требующей серьезных энергетических затрат. Сангвиникам хорошо подходит работа, где требуется активность, инициативность и имеется возможность саморазвития и самореализации. Рекомендуется избегать монотонии и отдавать предпочтение, например, проектной деятельности. Флегматики, наоборот, не любят излишних возбуждений, перемен и особо активные виды деятельности. Для них идеальная работа – работа с четко установленными и отлаженными требованиями и функциями, в некоторой степени «рутинная». Меланхоликам оптимально работать на должностях, где отсутствует сильное эмоциональное напряжение и не происходит постоянной смены обстановки. Следует отметить, что возможность выбора профессий не может быть ограничена тем или иным типом темперамента, хотя бы потому, что в подавляющем большинстве людей присутствуют какие-либо черты каждого из них лишь с некоторым преобладанием одного. Представитель любого из четырех типов темперамента способен работать в широком спектре профессий и достичь успехов в той или иной области при условии работы над собой и своими личностными особенностями для того, чтобы последние принесли максимальную пользу своему обладателю и минимальные препятствия для самореализации в желаемой сфере. Немаловажным аспектом является психологическая совместимость при формировании рабочих команд. Учет темперамента в данном случае является одним из ключевых факторов эффективности команды. Так, к примеру, в одной группе будет достаточно тяжело работать меланхолику и холерику, гораздо эффективнее меланхолик будет работать в паре с флегматиком и т. д.

Помимо деления на темпераменты необходим так же и учет направленности личности. Так, экстраверты наибольшую продуктивность показывают в командной работе, такой, при которой постоянно происходит смена впечатлений и практически сразу виден результат. Для интровертов более

предпочтительной будет индивидуальная работа, обладающая стабильностью условий и требований. Интроверты хорошо справляются с работой, требующей тщательного планирования, обдумывания, охотно берутся за сложные долгосрочные проекты, проявляя спокойствие и терпеливость при выполнении трудовых обязанностей.

Особенности характера человека так же, как и темперамент, следует брать в расчет при отборе на те или иные должности. Выявление ярко выраженных черт характера позволяет установить, насколько добросовестно сотрудник будет относиться к работе, а также взаимодействовать с другими членами трудового коллектива. Эти вопросы являются ключевыми, в частности, при принятии решения о назначении работника на руководящую должность или же о допуске к работе, требующей высокой концентрации внимания, ответственности и др.

Способности работника можно учитывать при планировании карьеры. Поскольку способности не даются целиком и полностью человеку при рождении и могут при благоприятных условиях быть развиты до определенного уровня, следует учитывать, какие способности человек может развить в организации путем обучения, получения практического опыта и т. д. и что это может дать самому работнику и компании, в которой он работает. Так, для руководящей должности необходимы способности к стратегическому мышлению, коммуникативные способности и многое другое. Однако даже если работник не обладает ими в полной мере, это не значит, что данная должность для него закрыта. Организация корпоративного обучения, проведение тренингов могут помочь сотруднику развить эти способности и получить желаемую должность.

Потребности работников являются базисом для формирования системы мотивации и стимулирования. Исходя из потребностей каждого отдельно взятого сотрудника, можно подобрать наиболее предпочтительные методы воздействия. Так, например, повышение заработной платы, надбавки и премии станут хорошим мотиватором для работников, имеющих в настоящее время материальную потребность, который сможет побудить их выполнять максимально качественно

свою работу. Для сотрудника, чья потребность заключается в достижении определенного статуса, продвижение по карьерной лестнице будет значимым аспектом для добросовестного отношения к трудовой деятельности. Примеров может быть бесконечно много. Подобрав для каждого работника средство для удовлетворения наиболее важных для него потребностей, можно добиться высокой результативности трудового коллектива и эффективности деятельности организации.

Список литературы:

1. Голубева М.В. Индивидуально-психологические особенности личности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://psychologist.tips/2992-individualno-psihologicheskie-osobennosti-lichnosti.html#i-10 (дата обращения: 03.04.2022).
2. Голубева М.В. Способности в психологии и их виды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://psychologist.tips/254-sposobnosti-v-psihologii-i-ih-vidy.html#i-6 (дата обращения: 03.04.2022).
3. Голубкова, О.А. Организационное поведение : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / О.А. Голубкова, С.В. Сатикова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 223 с.

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Мельчакова Жанна Юрьевна
студент 5 курса,
кафедра менеджмента, факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: 89048467913@mail.ru

Черданцев Вадим Петрович
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь

В современных условиях, для того, чтобы разработать ту или иную стратегию в определенной сфере деятельности предприятия следует значительно структурировать данный процесс и принимать к учёту все воздействия внешней и внутренней среды. Основным критерием любой стратегии является логичность, определенный срок её принятия и её сбалансированность в развитии. Именно благодаря данным принципам предоставляется возможность сформировать такую стратегию, которая привнесёт наибольший положительный эффект на действующую налоговую систему. То или иное предприятие в современном мире для полноценного развития и прогнозирования своей деятельности на тот или иной период формирует стратегию. Данная стратегия должна включать в себя все ключевые особенности предприятия и использовать их для достижения более высоких результатов.

Самым первым этапом разработки практически любой стратегии является анализ рынка, на котором функционирует предприятие. Стратегия должна ориентироваться на конечного потребителя того или иного продукта или же услуги, таким образом, анализируя рынок, на который будут предоставляться услуги или товары, изучая его конкурентов, предоставляется возможным максимизировать эффект от реализации товаров и услуг. На данном этапе устанавливается, какие ключевые особенности имеет организация на данном

рынке и что отличает её от конкурентов. Также следует анализировать не только внешнюю среду организации, но и внутреннюю выявляя сильные и слабые стороны организации, это предоставляется возможным благодаря SWOT анализу. На следующем этапе организации следует определиться с миссией. На данном этапе организация устанавливает, что является основной её целью, также определяются и задачи, которые позволяют достигнуть настоящей цели.

Ёмкое и конкретизированное установление миссии способствует организации в привлечении клиентов.

Следующий этап становления стратегии организации – установка целей и задач, в соответствии с определенной в организации миссией. Цели – это те ключевые моменты деятельности организации, которые она хочет достигнуть за конкретный промежуток времени. Задачи же, это более узкая цель, т. е. подцель. Далее организации следует определить управленческих лиц, которые будут способствовать ей в реализации назначенной стратегии, в том числе в достижении каждой из поставленных целей. Данные управленческие лица устанавливают в какой период должна достигаться та или иная цель и какие средства должны быть привлечены для её достижения [1].

Соответственно, если выявленные показатели расходятся с заданными стратегическими ориентирами, руководитель должен получать конкретную информацию, какие свойства в каждой системе управления требуют изменения.

Но какой бы большой ни была система, собственно управленческие процессы сводятся к точечным воздействиям. При таком подходе руководитель получает целостную картину всех возможных точек приложения усилий по изменению свойств системы управления в нужном направлении.

Так как для отечественных предприятий стратегическое управление относительно новое направление, то перемены в области управления продолжают сталкиваться с непониманием и сопротивлением со стороны как работников, так и консервативных руководителей. И хотя с каждым годом динамика принятия новой стратегии управления идет по нарастающей, все еще остается

множество проблем, например, связь стратегического управления и его подход к управлению персоналом.

В целом принятие управленческих решений зависит от руководства предприятия и является одной из управленческих функций менеджмента, на ней взаимосвязано все. Соответственно управленческие решения влияют на работу коллектива, а эффективность показывает, как быстро и качественно все это определяется.

Существуют факторы прямого и косвенного воздействия на предприятие, включая воздействие на управленческие процессы (таблица 1).

Таблица 1.

Факторы прямого и косвенного воздействия на организацию, включая воздействие на управленческие процессы

Факторы	Воздействие со стороны факторов
прямого воздействия	поставщиков ресурсов, потребителей, конкурентов, трудовые ресурсы, государство, профсоюзы, акционеров (если предприятие является акционерным обществом), которые оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия
косвенного воздействия	политические, экономические, социальные, технологические

Таким образом, результатом исследования внешней и внутренней среды считается составление SWOT-анализа, т.е. обнаружение и оценка внутренних сильных и слабых сторон, а также опасностей и возможностей со стороны внешней сферы. Как слабые, так и сильные стороны организации могут иметь разнообразное значение. Некоторые слабые стороны могут оказать фатальное действие на предприятие, другие же действительно не повлияют на компанию, либо могут быть легко ликвидированы. При анализе слабых и сильных сторон фирмы необходимо найти ключевые факторы успеха компании.

Проведя изучение внешней среды, и узнав данные о факторах, которые выступают в качестве опасности или открывают новоиспеченные возможности, руководство должно предусмотреть: располагает ли фирма внутренними силами, чтобы использовать в своих интересах все доступные возможности, и какие

внутренние слабости могут ухудшить будущие проблемы, соединенные с внешними опасностями. Создание стратегии исполняется на высшем уровне управления и базируется на решении вышеперечисленных задач. На данной стадии принятия заключения директору нужно оценить альтернативные направления деятельности предприятия.

В современных условиях развития экономики организациям приходится функционировать в условиях повышенной сложности, так как на принятые решения оказывает огромное влияние такие факторы, как неопределенность и динамичность окружающей среды. Руководству организаций приходится принимать решения в условиях быстро изменяющейся рыночной экономики. В то же время нужно реализовать планирование деятельности организации на долговременной основе. Стратегическое планирование необходимо реализовывать таким образом, чтобы оно могло полноценно функционировать и адаптироваться к условиям изменчивой экономики [2].

Создание стратегии исполняется на высшем уровне управления и базируется на решении вышеперечисленных задач. На данной стадии принятия заключения директору нужно оценить альтернативные направления деятельности предприятия. Принятие управленческих решений зависит от руководства предприятия и является одной из управленческих функций менеджмента, на ней взаимосвязано все.

Соответственно управленческие решения влияют на работу коллектива, а эффективность показывает, как быстро и качественно все это определяется.

Ключевые факторы успеха организации находятся в двух сферах: во внешней (из которой оно получает все виды ресурсов) и во внутренней (сильные и слабые стороны, которой создают определенные предпосылки для преобразования предмета труда в продукт и предмет потребления) [3].

Стратегическое управление с позиции влияния факторов внешней и внутренней среды управления организацией является главным отличием данного управления от оперативного управления. При данном этапе на практике происходит оценка и фокусировка внимания на правильности достижения и эффек-

тивности достижения именно стратегических целей управления, а не оценки правильности осуществления стратегии, как это происходит в практике оперативного управления.

В стратегическом направлении оценивает именно возможности достижения результатов и их последствия, а не сам процесс достижения результатов, как это принято в оперативном управлении. Здесь присутствует различное направление управление, в частности направленное на технологическую поддержку управленческих процессов. Включающие в себя различные виды информации, производственную информацию, техническую, технологическую, учетную, бухгалтерскую, документационную (статистическая) информация.

В целом стоит отметить, что на сегодняшний день, для того, чтобы разработать ту или иную стратегию в определенной сфере деятельности предприятия следует значительно структурировать данный процесс и принимать к учёту все воздействия внешней и внутренней среды.

Список литературы:

1. Агафонов, В.А. Стратегический менеджмент: модели и процедуры: монография / В.А. Агафонов. – Москва: Инфра-М, 2017. – 69 с.
2. Казакова, Н.А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для магистратуры: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / Н.А. Казакова. – 2-е изд., переработанное и дополненное. – Москва: Юрайт, 2018. – 386 с.
3. Какаева, А.Е Инновационный бизнес: стратегическое управление развитием / А.Е. Какаева, Е.Н. Дуненкова. – М.: Дело АНХ, 2015. – 176 с.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕАЛИЗАЦИИ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМИССИИ ПАРТИЗАНСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА)

Самигулина Алёна Евгеньевна

студент,
кафедра гуманитарных и социально экономических дисциплин,
Филиал Владивостокского государственного
университета экономики и сервиса в г. Находке,
РФ, г. Находка
E-mail: celena-75@mail.ru

Лехтянская Лариса Владимировна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Филиал Владивостокского государственного
университета экономики и сервиса в г. Находке,
РФ, г. Находка

DEVELOPMENT OF A PROGRAM OF MEASURES TO IMPROVE THE IMPLEMENTATION OF THE ANTI-CORRUPTION POLICY (ON THE EXAMPLE OF THE TERRITORIAL ELECTION COMMISSION OF THE PARTIZANSK DISTRICT)

Alena Samigulina

Student,
department of humanitarian and social economic disciplines,
Branch of the Federal State Budgetary Educational
Institution of Higher Education "VSUES"In Nakhodka,
Russia, Nakhodka

Larisa Lekhtyanskaya

Scientific adviser, Candidate of Economics,
Associate Professor, department of humanitarian
and social economic disciplines, Branch of the Federal State
Budgetary Educational Institution of Higher
Education "VSUES"In Nakhodka,
Russia, Nakhodka

АННОТАЦИЯ

Цель данной статьи обусловлена тем, что на протяжении последних десятилетий данные различных международных и национальных социологических исследований фиксируют высокий уровень коррупции, характеризуя

коррупцию в современной России как системную проблему, затрагивающую социально-экономическую и общественно-политическую жизнь общества. Осмысление серьезности данной проблемы происходит благодаря развернутым научным, политическим и общественным дискуссиям, в которых активно участвуют средства массовой информации, политические институты, неправительственные организации и экспертное сообщество.

ABSTRACT

The purpose of this article is due to the fact that over the past decades, data from various international and national sociological studies have recorded a high level of corruption, characterizing corruption in modern Russia as a systemic problem affecting the socio-economic and socio-political life of society. Understanding the seriousness of this problem is due to extensive scientific, political and public discussions in which the media, political institutions, non-governmental organizations and the expert community are actively involved.

Ключевые слова: коррупция, муниципальный служащий, законодательство, стратегия.

Keywords: corruption, municipal officer, legislation, strategy.

Активными акторами антикоррупционной политики должны выступать все ключевые элементы гражданского общества. Только в этом случае можно говорить о её эффективности и результативности.

Для успешного функционирования и развития направлений антикоррупционной политики в одной связке должны успешно работать такие ресурсы как: декоммерциализация в осуществлении государственной и муниципальной сфере, централизованные процессы внутри финансовой системы и разработка направлений совершенствования правоохранительной системы [1].

Направления правового регулирования антикоррупционной политики должны затрагивать ключевые сферы общественной жизни от государственной службы, до работы в некоммерческих организациях. Только при подобном

всеобъемлющем подходе будет ярко выраженная эффективность применения и регулирования.

Перечень механизмов, направленных на противодействие коррупции отличается разнообразием. При чём, они направленные на ограничения и распространение коррупционных направлений, а также на усиление законодательной базы. Усматривается и усиление норм ответственности [2].

Национальная антикоррупционная политика охватывает все сферы права, результативность такого охвата заключается в заведении методов борьбы с коррупцией непосредственно применительно к специфике указанных областей. Наличие направлений и многообразие мер демонстрирует аспект повышенного внимания государства относительно проведения антикоррупционной политики.

Расширенный перечень действующих федеральных законов, направленных на противодействие коррупции демонстрирует их применимость и точечную реализацию в отношении наиболее уязвимых для коррупции сфер [3].

Особого внимания заслуживает Указ от 16.08.2021 г. В нём гораздо больше усилены меры и механизмы противодействия коррупции по сравнению с предыдущим документом [4].

Территориальная избирательная комиссия Партизанского городского округа является избирательной комиссией, организующей подготовку и проведение выборов, референдумов на территории Партизанского муниципального района.

В Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа центральным звеном руководства на верхнем уровне управления является председатель, осуществляющий координацию деятельности остальных подразделений. Заместитель председателя находится в непосредственном подчинении у председателя [5].

В организации существует регламент реализации антикоррупционной политики, структура которого затрагивает вопросы компетенции сотрудников и механизмов по предупреждению возможных коррупционных проявлений. Усматривается и возможность расширения регламента по развитию антикоррупционных направлений организации.

Следующее направление реализации антикоррупционной политики в Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа – это наличие сайта с открытой информацией о деятельности данной организации. Сайт закрывает ряд вопросов реализации антикоррупционной политики. В частности, размещены нормативно-правовые акты о противодействии коррупции, раскрывает информацию о доходах сотрудников комиссии и то, как решаются противодействия коррупции [5].

Реализации антикоррупционной политики в Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа происходит с опорой на типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих РФ и муниципальных служащих.

Так же в Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа периодически проводятся проверки, направленные на выявление коррупционной составляющей. Подобный план позволяет максимально снизить уровень коррумпированной составляющей и существенно повысить антикоррупционный уровень служащих Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа [5].

Несмотря на достаточно обширный перечень направлений реализации антикоррупционной политики в Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа, были выявлены недостатки данного процесса посредством проведения интервьюирования сотрудников комиссии.

Все вопросы были сформулированы, исходя из направлений реализации Национального плана противодействия коррупции на 2021-2024 гг (привлечение общественности, тесная связь и сотрудничество с гражданским обществом, квалификация муниципальных служащих).

Исходя из проведённого исследования было решено предложить:

- покупку и ввод в эксплуатацию «горячей» линии 8-800;
- выстраивание взаимодействия со СМИ;
- выстраивание взаимодействия с общественными организациями;
- повышение квалификации служащих Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа.

Представлен следующий социальный эффект.

Покупка и ввод в эксплуатацию «горячей» линии 8-800 повлечёт воздействие на граждан самого факта наличия горячей линии, куда можно позвонить с фактом выявления коррупции должностного лица (а по результатам звонков это значительно поднимает доверие общества).

Выстраивание взаимодействия со СМИ внесёт прозрачность в деятельности Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа и как следствие невозможность появления коррупции.

Повышение квалификации – возможность быстро распознать коррупционную составляющую в деятельности служащих

Прогнозы относительно предложенных мероприятий выстроены в соответствии с оптимистичным сценарием развития и могут быть рекомендованы для внедрения в план мероприятий реализации антикоррупционной политики в Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа.

Список литературы:

1. Илаева З.М. Конфликт интересов как основа коррупции / З.М. Илаева // Economics and management: Problems and innovations : сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 274-278
2. Каленицкий О.А. Отдельные вопросы противодействия коррупции в организации / О.А. Каленицкий // Современное управление: векторы развития Сборник научных трудов международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 228-232.
3. Козлов Т.Л. Прокурорский надзор за исполнением законов о государственной и муниципальной службе, противодействии коррупции / Т.Л. Козлов, С.К. Илий // Вестник Всероссийского института повышения квалификации сотрудников Министерства внутренних дел Российской Федерации. – 2016. – № 2 (38). – С. 33-43
4. Мурашкина А.С. Ротация государственных гражданских служащих как один из способов противодействия коррупции / А.С. Мурашкина // Российский следователь. – 2018. – № 6. – С. 63-67.
5. Официальный сайт Территориальной избирательной комиссии Партизанского городского округа [Электронный ресурс] – URL: http://primorsk.izbirkom.ru/about/izbiratelnaya-komissiya-primorskogo-kraya/tiki/23/territorialnaya-izbiratelnaya-komissiya-partizanskogo-rayona.php

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК В РОССИИ

Усольцев Никита Юрьевич
магистрант 1 курса,
кафедра менеджмента, факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова»,
РФ, г. Пермь
E-mail: Nikita.usolcev159@mail.ru

Загоруйко Игорь Юрьевич
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова»,
РФ, г. Пермь

Построение эффективной правовой системы регулирование закупок совершенно невозможно без подробного анализа ранее существующих нормативно-правовых актов. К ним относятся как акты, существующие в рамках юрисдикции одной отдельно взятой страны, так и существующие в международном пространстве – так называемые международные договора. Выработка путей совершенствования и реорганизации с целью повышения эффективности будет целиком зависеть от качества проводимого исследования. В современном мире глобализация носит всеобъемлющий характер, охватывающий все сферы общества и государства. Правовая сфера не является тому исключением. Поэтому, процесс изучения правового обеспечения закупок в России необходимо начать с рассмотрения иерархии правового регулирования закупок в целом.

Существуют три основных уровня правового регулирования закупок. Это международный, наднациональный и национальный. Международный уровень преобладает над всеми, соответственно наднациональный стоит выше национального. Национальный уровень регулирования в силу специфики федеративного устройства Российской Федерации подразделяется на федеральный и региональный подуровни. Это обуславливается тем, что субъекты Российской Федерации в праве устанавливать собственные локальные нормативно-правовые акты, не противоречащие основным законам страны, т.е. федеральному уровню. Того же принципа соответствия придерживаются и нормативно-правовые акты

высших уровней регулирования. Законы и приказы, относящиеся к нижестоящим уровням, не должны противоречить вышестоящим [3].

По своей сути, все договора купли-продажи, как основной вид документов в сфере предпринимательства, регламентированы Гражданским кодексом Российской Федерации. К таким отношениям применяются не только специальные нормы гражданского законодательства, но и общие, применяемые ко всем гражданско-правовым отношениям, например, по вопросам исчисления характер отношений, связанных с государственными закупками. Конституцией РФ гражданское законодательство подконтрольно государству.

Отношения, складывающиеся в процессе осуществления деятельности по государственным и муниципальным закупкам крайне многогранны и сложны. Многогранность заключается в том, что в процессе установления и осуществления договорных обязательств, возникающие отношения подлежат взаимному контролю множеству правовых структур и норм. Интересен факт, что практически всегда границы этих сфер влияния весьма условны, а не редко и пересекаются. В процессе анализа, возникает необходимость рассмотреть более детально публично-правовые отношения в исследуемой сфере.

Характер правовых отношений, связанный с государственными закупками, подразделяется на публично-правовой и гражданско-правовой. В свою очередь, публично-правовой также подразделяется на две основные группы. К первой группе относятся отношения, связанные с государственными закупками в рамках финансово-правового и бюджетно-правового регулирования. Ко второй группе относятся отношения, связанные с государственными закупками в рамках административно-правового регулирования.

Нормы закона № 44-ФЗ содержат прямое противоречие конституционным, исключая возможность субъектов самостоятельно принимать нормативные правовые акты, основывающиеся на федеральных. «Подобный факт не должен иметь место хотя бы по причине принятия законов о бюджетах субъектов на региональном уровне. Подобному законодательному регулированию присуща комплексность охватываемых отношений и дуализм правового регулирования».

Закон № 44-ФЗ содержит отсылочные нормы на подзаконные акты, конкретизирующие отдельные процессы в рамках контрактной системы. Согласно Плану мероприятий по реализации Федерального закона № 44-ФЗ, утвержденному Правительством Российской Федерации, к концу 2015 года таких нормативных правовых актов насчитывалось уже порядка восьмидесяти шести [1].

Наряду с общими нормативными правовыми актами, регулирующими отношения, направленные на реализацию государственных нужд, существуют специальные, устанавливающие отраслевые особенности отдельных закупок. Нормативное правовое регулирование отношений, причем как публично-правового характера, так и частноправового, в сфере государственных закупок, осуществляется и в явной, и в скрытой форме.

Существуют две основные формы нормативно- правового регулирования государственных и муниципальных закупок товаров, работ, услуг – прямая и косвенная. Парадокс нормативного правового регулирования рассматриваемой сферы состоит в том, что ответы на ряд важнейших вопросов, связанных с контрактной системой и расходами на оплату государственных контрактов, содержатся исключительно в письмах и решениях Федеральной антимонопольной службы, которые не являются нормативными правовыми актами, а лишь выражают позицию государства по вопросам правоприменительной практики в сфере государственных закупок. Законодательство в сфере государственных закупок крайне нестабильно, оно постоянно реформируется, однако реформы должны проводиться на основе глубокой теоретической и практической проработки правовых аспектов и приводить к созданию стабильного комплекса нормативных правовых актов, а не разрозненному уточнению несогласующихся между собой правовых норм.

Отсутствие изначального правового понимания первоосновы государственных нужд не позволяет оценить эффективность обеспечения, правомерность расходования средств бюджета на оплату государственных контрактов. Существенная часть положений законодательства в сфере контрактной системы

сформулирована неопределенно, что затрудняет их применение участниками закупочных процессов.

Значительным шагом на пути к созданию механизма исполнения принципа единства законодательной и иной нормативной базы стало общественное обсуждение и раскрытие федеральными органами исполнительной власти проектов нормативных правовых актов [2].

Исходя из этого, проекты законодательной базы, касающейся финансового обеспечения федеральными органами исполнительной власти реализации государственных контрактов, должны быть включены в перечень обязательных для общественного обсуждения и раскрытия. Федеральные законы устанавливают порядок определения потребностей государства в тех или иных товарах, а также порядок формирования соответствующих этим потребностям государственных заказов и их размещения среди организаций, производящих (закупающих) указанные товары.

Основной способ размещения государственных заказов – проведение открытых или закрытых торгов (конкурсов). Однако допускается и прямое доведение государственных заказов до поставщиков-исполнителей. Помимо указанных федеральных законов в настоящее время действует ряд нормативных правовых актов Президента России, Правительства России, регулирующих отношения по поставке товаров для государственных или муниципальных нужд:

- Постановление Правительства РФ от 18.08.2010 № 636;
- Постановление Правительства РФ от 4.09.2013 № 775;
- Постановление Правительства РФ от 26.08.2013 № 728;
- Постановление Правительства РФ от 19.09.2013 № 826.

Исходя из всего вышеизложенного, можно судить о том, что:

- сумбурный характер правоприменения в сфере государственных и муниципальных закупок объясняется длительным периодом формирования и совершенствования единой системы закупок в России, который осуществляется и по сей день;

- сам по себе процесс нормотворчества в сфере закупок проходил не до конца должным образом, поскольку имело место несогласованность действий, противоречие одних поправок другим, а также ощущалось отсутствие должного методического обеспечения;
- проведенный анализ показывает, что существующая законодательная база в сфере закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд является достаточно сложной и перегруженной, в то время как международная практика показывает стремление многих стран сделать свою систему закупок максимально понятной и прозрачной. Не смотря на все перечисленное, принятие закона № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» стало крайне важным этапом развития государственных закупок в России в историческом аспекте. Это обусловлено тем, что в 44-ФЗ впервые описан институт закупок как целостная, комплексная система. Но, тем не менее, необходимо продолжать процесс реформирования и внесения поправок с целью улучшения, поскольку федеральный закон № 44-ФЗ должен постоянно отвечать современным реалиям экономики.

Список литературы:

1. Мельников В.В. Государственные и муниципальные закупки: в 2 ч. Часть 1: Эволюция способов закупок в Российской Федерации: учебное пособие / В.В. Мельников. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 165 с.
2. Система государственных закупок: теоретический и практический аспекты: монография / Л.И. Юзвович, Н.Ю. Исакова, Ю.В. Истомина и др. ; под ред. Л.И. Юзвович, Н.Ю. Исаковой. – Екатеринбург : Изд-во Урал. унта, 2019. – 233 с.
3. Тасалов, Ф.А. Контрактная система в сфере государственных закупок России и США. Сравнительно-правовое исследование/ Ф.А. Тасалов. – М.: Проспект, 2019. – 238 с.

СЕКЦИЯ

«ЭКОНОМИКА»

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ ООО «БАРС И К»

Вайгандт Диана Эдуардовна
студент,
кафедра экономической информатики,
Новосибирский государственный технический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: 100500dw@gmail.com

Токтошов Гулжигит Ысакович
научный руководитель, канд. техн. наук, доц.,
Новосибирский государственный технический университет,
РФ, г. Новосибирск

THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY TO ANALYZE THE FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY "BARS AND K"

Diana Vaygandt
Student,
Department of Economic Informatics,
Novosibirsk state technical university,
Russia, Novosibirsk

Gulzhigit Toktoshov
Scientific supervisor, candidate
of technical sciences, associate professor,
Novosibirsk state technical university,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена проблема интеграции информационных технологий для анализа финансовой устойчивости предприятия. Рассмотрены главные трудности внедрения автоматизированных систем в рабочий процесс, а также выявленные наиболее удобные программные продукты для решения данных проблем.

ABSTRACT

The article considers the problem of integration of information technologies for the analysis of the financial stability of an enterprise. The main difficulties of introducing automated systems into the workflow, as well as the most convenient software products identified for solving these problems, are considered.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; программные продукты; автоматизация; информационные технологии.

Keywords: financial stability; software products; automation; Information Technology.

Анализ финансовой устойчивости предприятия является основой планирования и анализа деятельности компании, исследования ключевых факторов и параметров предприятия, которые описывают его финансовое положение. Для осуществления всех вышеперечисленных действий необходимо затрачивать много временных ресурсов, которые важно экономить. Для упрощения проведения анализа предприятия и сокращения времени существуют некоторые программные продукты, которые помогают в этом. Финансовое состояние предприятия является конечным результатом его деятельности. Именно результат работы предприятия интересует собственников и партнеров [1, с. 69]. Данная тема актуальна, так как это предопределяет значимость осуществления анализа финансового состояния и финансовой устойчивости предприятия.

Многие современные действующие компании используют информационные технологии для усовершенствования функционирования предприятия, что является главной задачей автоматизации управления финансами. На разработку информационных технологий и систем влияют такие факторы, как форма организации бухгалтерского учета, особенности учетной политики, размер предприятия и его деятельность. Информационные технологии развиваются очень быстро и им необходимо быть адаптированными в областях современного законодательства, ведения бухгалтерского учета и анализа финансовых

показателей [2]. Целью данной работы является изучение теоретических и практических особенностей использования информационных систем для анализа финансовой устойчивости предприятия. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Определить цели анализа финансовой деятельности предприятия;
- Изучить методики финансового анализа;
- Проанализировать рынок программных продуктов.

Финансовая устойчивость может быть определена показателем обеспеченности запасов и затрат собственными и заемными источниками [3]. Существует несколько типов финансовой устойчивости:

- абсолютная устойчивость финансового состояния. В этом случае собственные оборотные средства обеспечивают запасы и затраты;
- нормально устойчивое финансовое состояние. При таком финансовом состоянии запасы и затраты обеспечиваются собственными оборотными средствами и долгосрочными заемными источниками;
- неустойчивое финансовое состояние. При таком уровне финансовой устойчивости запасы и затраты обеспечиваются за счет всех основных источников формирования запасов и затрат;
- кризисное финансовое состояние. На этом уровне запасы и затраты не обеспечиваются источниками их формирования, то есть предприятие находится на грани банкротства.

Отсутствие финансового контроля на предприятии часто приводит к увеличению как дебиторской, так и кредиторской задолженности, что влечет за собой снижение коэффициентов оборачиваемости, характеризующих деловую активность предприятия, и коэффициента финансовой устойчивости предприятия, что может серьезно повлиять на его дальнейшее финансовое состояние.

Анализ финансовой деятельности предприятия имеет несколько целей:

- определение финансового положения;
- выявление изменений в финансовом состоянии в пространственно-временном разрезе;

- выявление основных факторов, вызывающих изменения в финансовом состоянии;
- прогноз основных тенденций финансового состояния.

Эти цели могут быть достигнуты с помощью различных методов и приемов экономического анализа [5, с. 198].

Научный подход позволяет выделить 3 группы методов:

1. Общеэкономические (сравнение, графический, балансовой увязки, цепных подстановок, арифметических разниц, логарифмический);

2. Статистические (средних и относительных величин, обработки рядов динамики, индексный, корреляционный, дисперсионный анализ);

3. Математические (матричные, теория межотраслевого баланса, теория производственных функций, линейное и нелинейное программирование, теория графов, игр).

Несмотря на то, что на мировом и российском ИТ-рынках представлено множество различных приложений, информационных технологий и методов анализа финансовой устойчивости предприятия, у многих компаний возникают сложности в интеграции современных ИТ-решений в рабочий процесс. К ряду таких трудностей относят:

1. Нехватка квалифицированных кадров для внедрения и работы с данными новыми технологиями. Так многим работникам различных компаний необходимы дополнительные курсы по повышению квалификации для освоения данных технологий;

2. Трудности технического аспекта, которые включают в себя неполное понимание механизмов работы внедренных технологий;

3. Высокая стоимость процесса внедрения новых информационных систем в существующую систему работы предприятия;

4. Отсутствие четкого законодательства, регламента и правил в отношении использования подобных информационных систем и технологий.

В настоящее время создан ряд программных продуктов, которые предназначены для осуществления финансового анализа предприятия, оценки его деятельности, планирования и прогнозирования. К таким программам относят:

- программа автоматизации бухучета «Инфо-Бухгалтер»;
- программа автоматизации бухгалтерского учета и управления «1С: Бухгалтерия»;
- бухгалтерская программа «Турбо-Бухгалтер»;
- комплексная система управления предприятием БЭСТ;
- автоматизация бухгалтерского учета с помощью бухгалтерской программы Парус.

Одним из ключевых аспектов выбора программного продукта является потребность комплексного анализа финансовой устойчивости предприятия. На рынке программ автоматизации бухгалтерского учета на первых местах находятся многопользовательские системы, которые позволяют многостороннее ведение бухгалтерского учета и дают возможность быстрого доступа руководства предприятия ко всей информации [4, с. 93].

Для автоматизации бухгалтерских и налоговых расчетов на предприятии ООО «Барс и К» используется программа «1С: Предприятие 8.0» конфигурация «Бухгалтерия предприятия».

«1С: Бухгалтерия предприятия» содержит отдельный план счетов налогового учета (по налогу на прибыль), который по составу счетов и установленным свойствам приближен к бухгалтерскому плану счетов. Это упрощает процесс финансового анализа предприятия. «1С: Бухгалтерия предприятия» обеспечивает решение всех задач, стоящих перед бухгалтерской службой предприятия, так как бухгалтерская служба полностью отвечает за учет на предприятии.

Расчет и оценка коэффициентов ликвидности, коэффициентов платежеспособности может быть осуществлена без использования информационных технологий, но для получения информации своевременно будут затрачиваться

значительные трудовые ресурсы. Внедрение информационных технологий позволит получать результаты сразу же по результатам составления баланса.

Таким образом, целесообразность и необходимость внедрения информационных технологий для анализа финансового состояния, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия актуальна.

Список литературы:

1. Информационные системы в экономике / Под ред. Г.А. Титоренко.– М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 463 с.
2. Использование информационных технологий для анализа финансового состояния предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.finabalance.ru/tofcs-388-1.html. (дата обращения 16.03.2022).
3. Кокин, А.Р. Показатели устойчивости организации [Электронный ресурс]: статья // Киберленинка: научная электронная библиотека. – Электронные данные – URL: https://cyberleninka.ru (дата обращения 16.03.2022).
4. Кравченко Е.Н., Тажибов Т.Г. Финансовая устойчивость организации: формирование, учет и анализ: монография / Волгоградский филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет». – Волгоград: Волгоградский филиал РГТЭУ, 2012. – 206 с.
5. Пуртова А.Ф. Исследование методических подходов к определению и оценке финансовой устойчивости предприятия // Молодой ученый. – 2014. – No15. – С. 197-200.

СПЕКУЛЯЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Воржецова Надежда Владимировна
студент,
кафедра экономическая теория,
Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: vorjetsova2015@yandex.ru

Штурмина Ольга Сергеевна
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск

SPECULATION IN MODERN REALITIES

Nadezhda Vorzhetsova
Student,
Department of Economic Theory,
Ulyanovsk State Technical University,
Russia, Ulyanovsk

Olga Shturmina
Scientific supervisor, Candidate
of Economics, Associate Professor,
Ulyanovsk State Technical University,
Russia, Ulyanovsk

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено понятие «спекуляция» и насколько в сложившейся экономической ситуации России, этот термин будет актуален. Рассмотрены все факторы, находящиеся на российском рынке, которые могут спровоцировать рост спекулянтов и рост уровня теневой экономики в РФ в целом.

ABSTRACT

The article discusses the concept of "speculation" and how relevant this term will be in the current economic situation in Russia. All factors on the Russian market that can provoke the growth of speculators and the growth of the shadow economy in the Russian Federation as a whole are considered.

Ключевые слова: спекуляция, теневая экономика, тень, денежный оборот, повышение цен.

Keywords: speculation, shadow economy, shadow, money turnover, price increase.

На сегодняшний день экономика России переживает тяжелые времена. Перепуганные и наученные горьким опытом 90-х годов россияне, эти тяжелые времена еще и приблизили. Сегодня рост цен в магазинах связан не столько с последствиями введенных санкций, сколько с повышенным спросом на товары. Россияне побежали закупаться продуктами, опасаясь повышения цен, но на самом деле, они сами этот рост и спровоцировали.

И если ажиотаж на предметы и продукты первой необходимости еще можно объяснить, то вот «бешеный ажиотаж» особенно на импортные, виды продукции, наталкивают на мысль о зарождающейся спекулятивности. И этому уже есть практические примеры, большой спрос на сахар, вследствие чего, резкий рост цен на него, привели к тому, что «предприимчивые предприниматели» сегодня начинают перепродавать сахар по завышенным ценам. Стоит отметить, что прошло лишь 4 недели с начала ввода санкций, то есть закрытия импортных рынков, да и сахар производится у нас в России, а не импортируется.

В целом, ситуация, которая происходит на российском рынке, это просто «рай» для спекулянтов, да и сегодня, с растущей инфляцией, практичнее вкладывать деньги в что-то материальное. Рассмотрим сам термин подробнее.

Согласно советскому уголовному праву, суть спекуляция «…состоит в скупке и перепродаже товаров и иных предметов с целью наживы» [1].

Для начала, необходимо сказать, что спекуляция это не всегда плохо, так, например любой магазин, можно назвать спекулянтом, так как он приобретает товар на каком-то крупном (оптовом) рынке, по одной цене, а продает по другой, и получает с этого прибыль. То есть, каждый посредник между производителем и покупателем является спекулянтом. Такой вид спекуляции – называется

«законная спекуляция», она считается прозрачной для государства и с нее уплачиваются налоги.

Но то, что сегодня мы начинаем видеть на нашем рынке, это уже походит на «незаконную спекуляцию», суть которой заключается в перепродажи товаров первой необходимости по завышенной цене.

В Советском Союзе отношение к спекулянтам было достаточно суровым, люди могли попасть под статью, только потому, что решили продать не подошедшую им вещь. Спекуляция в РСФСР наказывалась исправительными работами, штрафами, конфискацией имущества либо лишением свободы. Такие жесткие меры были предусмотрены 154 статьей Уголовного кодекса РСФСР. Сегодня отдельной статьи по спекуляции нет, человек, который выкупает дефицитный товар для последующей перепродажи, может быть наказан по статье 171 Уголовного кодекса Российской Федерации, за незаконное предпринимательство.

Так же росту незаконной спекуляции, на сегодняшний день, может послужить факт того, что люди под паникой, стали снимать наличные деньги с банковских счетов, так как для них «под подушкой» надежнее, а как известно, оборот наличных денег трудно регулировать. Деньги в наличной форме (их также называют «живые») легче переводить в тень (теневую экономику).

Центральный банк России, приложил большие усилия чтобы очистить кредитные организации от «черного нала».

На рисунке 1, можно увидеть насколько сильно в период с 2017 г. по 2020 г. снизилась доля наличного оборота в стране.

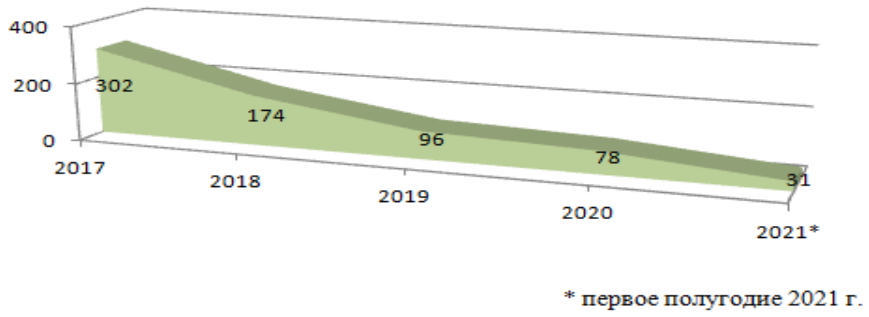
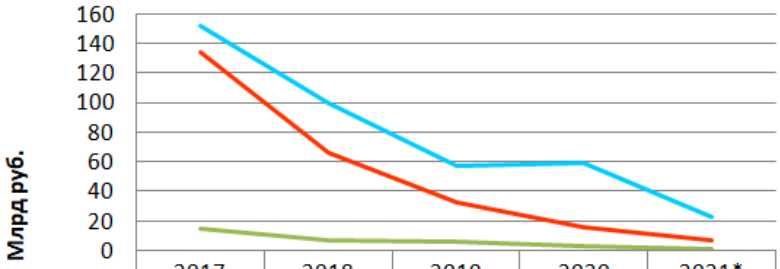


Рисунок 1. Обналичивание денежных средств в России (млрд руб.)

Вместе с тем, Росстат сообщает, что уровень теневой экономики снизился «… с 12,6% в 2017 году до 11,6% в 2019 году» [2]. Как можно заметить на рисунке 1, именно в этот временной период (с 2017 по 2019 гг..) наблюдались сильные темпы снижения обналичивания средств.

На рисунке 2 можно увидеть, что тенденция обналичивания у трех групп населения идет на спад, при этом больше всего обналичивают свои средства физические лица.



	2017	2018	2019	2020	2021*
Физ. лица	152	100	57	59	23
Юр. лица	135	67	33	16	7
Индивидуальные предприниматели	15	7	6	3	1

* первое полугодие 2021 г.

Рисунок 2. Обналичивание денежных средств в России по группам (млрд руб.)

Юридические лица, которые уже практически сравнялись с индивидуальными предпринимателями, практически не снимают свои средства с банковских счетов. Это можно объяснить удобством, быстрых переводов средств, для отплаты, например, необходимого для производства сырья.

Однако все изменилось в 2022 году, нестабильная экономическая ситуация в стране, подтолкнула многих россиян обналичивать свои средства. Так в марте РБК со ссылкой на Центральный банк России сообщил, что «…оборот наличных в феврале вырос на ₽2 трлн, это рекорд как минимум с 2002 года … Объем наличных денег в обращении в России на 1 марта 2022 года достиг 15,82 трлн руб…» [3].

Если опять обратиться к рисунку 1 и сложить показатели за все 5 анализируемых периодов, то эта цифра получится значительно меньше 2 трлн руб., которые россияне обналичили только в первом квартале 2022 года.

Вкупе к этому, необходимо еще отметить, что ряд зарубежных компаний приостановили свою деятельность в России, и в случае, если ситуация в мире не улучшиться, то они, с большей вероятностью, вовсе покинут наш рынок. И тут для возможной спекуляции появляется сразу две причины:

1) из-за отсутствия официальных дилеров в России, цены на импортные товары можно устанавливать любые, маржа от таких сделок может быть запредельной;

2) помимо своего товара, эти компании предоставляли еще и рабочие места россиянам, отсутствие официальных рабочих мест, может привести к увеличению теневой деятельности.

Итого, получаем тяжелую экономическую ситуацию в стране (растущая инфляция), уход большинства зарубежных фирм с рынка РФ и набирающая большие обороты наличная денежная масса в обращении, все это неизбежно приведет к росту теневой экономики, вопрос только в том, насколько сильно она возрастет.

Список литературы:

1. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gufo.me/dict/bse/Спекуляция (дата обращения 21.03.2022)
2. Глава Росстата: органы власти все больше интересуются статистикой [Электронный ресурс]: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/media_official_comments/document/125108 (дата обращения 21.03.2022)
3. Объем наличных денег в России в Феврале вырос максимально за 20 лет. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.rbc.ru/finances/04/03/2022/6221db0c9a7947086eebaebd (дата обращения 21.03.2022)
4. Структура сомнительных операций и секторы экономики, формировавшие спрос на теневые финансовые услуги [Электронный ресурс]: официальный сайт Центрального банка РФ – Режим доступа: https://cbr.ru/today/resist/resist_sub/2020_4/ (дата обращения 21.03.2022)

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ АНАЛИЗА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кевралетина Дарья Борисовна
студент,
кафедра экономической информатики,
Новосибирский государственный технический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: dkevraletina@mail.ru

Токтошов Гулжигит Ысакович
научный руководитель, канд. тех. наук, доц.,
Новосибирский государственный технический университет,
РФ, г. Новосибирск

APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES FOR ANALYSIS OF COMMERCIAL ACTIVITIES OF AN ENTERPRISE

Darya Kevraletina
Student,
Department of Economic Informatics,
Novosibirsk State Technical University,
Russia, Novosibirsk

Gulzhigit Toktoshov
Scientific adviser, candidate
of technical sciences, associate professor,
Novosibirsk State Technical University,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено как анализ коммерческой деятельности влияет на дальнейшее существование предприятия. Рассмотрены ключевые определения, выделены функции и задачи. Также проведен анализ коммерческой деятельности на примере предприятия «А-Смарт» за 2019-2021 год.

ABSTRACT

The article considers how the analysis of commercial activity affects the further existence of the enterprise. Key definitions are considered, functions and tasks are highlighted. An analysis of commercial activities was also carried out using the example of the A-Smart enterprise for 2019-2021.

Ключевые слова: предприятие, организация, коммерческая деятельность, анализ.

Keywords: enterprise, organization, commercial activity, analysis.

Продажа продукции на предприятии должна происходить с большой прибыльностью, ведь торговый риск нужно приравнять к нулю. С помощью этого предприятие закрепится на рынке и получит уважение партнеров.

Для того, чтобы предприятие эффективно работало, нужно проводить анализ коммерческой деятельности, и только тогда будет оперативное управление коммерческими процессами и трудовым потенциалом.

Вообще коммерческая деятельность – это рыночная деятельность, включающая в себя операции купли и продажи товаров и услуг с целью получения прибыли или рыночного дохода.

Важная функция коммерческой деятельности – реализация товаров и услуг, с превращение товарных форм стоимости в денежные. Для работы этой функции необходимо выполнить следующие задачи:

- Хранение товаров;
- Доставка товаров;
- Анализ потребительского спроса.

Задачами анализа будут являться:

- Эффективно и быстро оценить результативность коммерческой деятельности;
- Оценка использования персонала на предприятии;
- Оценивать и учитывать факторы, которые влияют на прибыль;
- Поиск лучшего решения коммерческих проблем на предприятии. [1, с. 86]

Организация «А-Смарт» в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью учреждена в соответствии с Гражданским кодексом РФ, договором о создании ООО «А-Смарт», на основании Устава.

Единственным участником Общества с ограниченной ответственностью является Швырев Александр Валерьевич. Полное фирменное название Общества на русском языке – Общество с ограниченной ответственностью «А-Смарт».

Предприятие является коммерческой организацией, которая преследует в качестве основной цели предпринимательской деятельности извлечение прибыли.

Предметом основной деятельности организации является:

- Оптовая торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями;
- Оптовая неспециализированная торговля пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями;
- Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием;
- Оптовая торговля транспортными средствами, кроме автомобилей, мотоциклов и велосипедов.

Уставной капитал предприятия определяет минимальный размер имущества предприятия, который составляет 10000,00 руб. [2]

Чтобы оценить состояние предприятия и его возможностей проведем анализ финансовых показателей. [3]

Основные показатели деятельности организации представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Основные показатели деятельности организации ООО «А-Смарт» за 2019-2021 гг.

Показатели	Годы			Отклонение			
				Абсолютное		Относительное	
	2019	2020	2021	2020 от 2019	2021 от 2020	2020 к 2019	2021 к 2020
1. Выручка, от продажи продукции, тыс. руб.	857	1027	1004	170	-23	119,8	97,8
2. Среднесписочная численность работников, чел.	3	2	2	-	-	-	-
3. Себестоимость продукции, тыс. руб.	539	783	785	244	2	145,3	100,3
4. Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	192	205	200	13	-5	106,8	97,6
5. Чистая прибыль, руб.	153,6	164	160	10,4	-4	106,8	97,6
6. Чистая рентабельность продаж, %	17,9	16,0	15,9	-1,9	-0,1	89,4	99,4

Анализируя данные таблицы 1 заметно, что показатели 2019 и 2021 года ниже, чем показатели 2020 года. Например, выручка в 2020 году выше, чем в другие представленные года. Это связано с повышением спроса на продукцию в 2020 году.

Себестоимость продукции увеличивается с каждым годом. В 2019 году показатель был 539 тыс. руб., а в 2020 уже вырос до 783 тыс. руб., а уже в 2021 году 785 тыс. руб. В связи с этим прибыль от продажи продукции должна расти с каждым годом, но нет, в 2020 году был максимальный показатель, а в 2021 году снизился. Связать это можно с меньшей наценкой компании на приобретаемую продукцию.

Чистая прибыль, как и прибыль от продажи, более высокая в 2020 году.

А уже чистая рентабельность показывает нам наиболее высокий показатель в 2019 году – 17,9%, далее с каждым годом снижается. [4]

Список литературы:

1. Студопедия / Цели, задачи и методы анализа коммерческой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.org/2-571.html (Дата обращения: 22.03.2022).
2. Информационная группа Интерфакс СПАРК / ООО А-СМАРТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spark-interfax.ru/novosibirskaya-oblast-novosibirsk/ooo-a-smart-inn-5405957767-ogrn-1155476055030-ba9fa88f186d45ef924b6da408f4ec56 (Дата обращения: 22.03.2022).
3. ПервыйБит / Финансовый анализ предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://novosibirsk.1cbit.ru/blog/finansovyy-analiz-predpriyatiya/ (Дата обращения 23.03.2022).
4. WISEADVICE IT 1С-интегратор / Как рассчитать чистую прибыль – формула расчета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/chistaya-pribyl-formula-rascheta/ (Дата обращения 23.03.2022).

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ТРАНСФОРМИРУЕТ СТРАХОВУЮ ОТРАСЛЬ

Кузюра Анна Владиславовна
студент,
факультет МЭО, кафедра управления рисками и страхования,
Московский Государственный Институт
Международных Отношений,
РФ, г. Москва
E-mail: annakuzyura2000@gmail.com

Мировая страховая индустрия активно внедряет элементы искусственного интеллекта (ИИ). В основном сегодня эта работа сосредоточена в сфере машинного обучения (МО). Как свидетельствуют эксперты, а также утверждает в своем докладе, вышедшем в марте 2020 года, Национальная ассоциация страховых комиссаров США использование ИИ страховщиками за последние несколько лет выросло в геометрической прогрессии [1].

Согласно недавнему отчету Международной корпорации данных (IDC), расходы на системы искусственного интеллекта (ИИ) в мире достигнут в 2023 году 97,9 миллиардов долларов, при совокупном годовом приросте на 28,4% в период 2018-2023 годов [2].

Растущая зависимость страховой отрасли от использования искусственного интеллекта основана на ожидании потребителей в отношении персонализированных, экономически эффективных и гибких страховых предложений и тарифов.

Интегрируя передовые аналитические системы и бизнес-операции, страховые компании могут предлагать персонализированные пакеты продуктов в режиме реального времени. Чтобы извлечь выгоду из возможностей, которые ИИ может привнести в их бизнес, страховщики должны, в первую очередь, оценить, как наилучшим образом использовать эти возможности в уже существующих системах, определить, какое решение лучше всего подходит для них, и сделать это решение неотъемлемым компонентом сквозной автоматизированной системы предоставления тарифов и продуктов.

Страховые компании должны в полной мере понимать, чего они хотят достичь с помощью внедрения ИИ, и определить проблемы, которые можно решить с его помощью. Им также необходимо оценить свою готовность и способность принять и внедрить то или иное решение на базе ИИ и определить, как именно это можно сделать. При определении того, как следует использовать ИИ в рамках проведения страховых операций, следует учитывать все направления страхового бизнеса, правовые и национальные специфики.

Разрушение изолированных коммуникаций страхового бизнеса обеспечит эффективную интеграцию ИИ в контексте повышения производительности труда персонала страховых компаний, мониторинга рынка, операционной эффективности и стратегии ценообразования. Более того, интеграция ИИ с уже существующими IT-системами является ключом к тому, чтобы решения с применением ИИ быстро выходили на окупаемость. Страховщики должны использовать решения с применением ИИ, совместимые с уже проверенными традиционными методологиями, чтобы полностью задействовать существующие программные ресурсы, дополняя их новыми возможностями искусственного интеллекта.

При выборе типа ИИ для использования в сфере страхования необходимо учитывать три основных фактора: 1) сквозная систематизация рейтингов страхователей, 2) расширенные возможности персонализации предложений и тарифов, а также 3) итеративное развертывание данных, которое не прерывает и не задерживает бизнес-операций.

ИИ способствует созданию интеллектуальных и персонализированных предложений продуктов и внедрению тарифов, адаптированных к финансовым обстоятельствам и предпочтениям потребителей. Страховщики могут максимизировать ценность ИИ, развертывая системы, которые используют прогностические модели и интеллектуальную автоматизацию для моделирования по схеме «что, если…». Преимущества для бизнеса и потребителей в случае корректного использования возможностей ИИ не имеют аналогов, поскольку страховщики смогут эффективно реагировать на конкурентов, динамику рынка и потребности страхователей в режиме реального времени.

Большинство страховщиков более подготовлены к использованию искусственного интеллекта, чем они предполагают. Однако им все же следует рассмотреть возможности машинного обучения, которое обеспечит им полное управление и соответствие требованиям различных аналитических моделей.

В итоге, решения с использованием ИИ должны разворачиваться как важнейший компонент стратегий принятия решений, осуществления операций и ценообразования, а не рассматриваться как дополнение к уже существующим инструментам и методикам. Внедрение искусственного интеллекта в работу является сложной задачей, но в условиях современного развития страхового дела эта деятельность имеет решающее значение для удовлетворения потребностей потребителей в режиме реального времени и на современном технологическом уровне. После начала работы системы ИИ страховщики будут вознаграждены более высокими показателями удержания клиентов и большим доверием с их стороны.

ИИ уже сейчас изменил то, как функционирует страховая отрасль, и вскоре станет необходимым условием для того, чтобы идти в ногу с рынком, конкурентами и клиентами. Потребители ищут страховые продукты и тарифы, которые соответствуют их непосредственным личным или корпоративным потребностям и учитывают их текущее финансовое положение, а также иные индивидуальные запросы. Страховщики должны обладать способностью моментально выводить на рынок интеллектуальные аналитические решения таким образом, чтобы повысить оборачиваемость своего бизнеса, выражающуюся в случае со страхованием в способности систематизировать, автоматизировать и ускорять внедрение отвечающих требованию времени тарифов и страховых продуктов.

В качестве примера внедрения ИИ в страховое дело можно привести кейс страховой компании «Lemonade», которая первой в мире применила на практике возможности ИИ на базе методов поведенческой экономики. Компания побила мировой рекорд по скорости обработки запроса на урегулирование убытков. «Lemonade» создала бот, который за три секунды с момента подачи

заявления смог обработать информацию страхователя, проанализировал ее 18 алгоритмами по выявлению мошенничеств, начислил и перечислил возмещение, сообщив об этом клиенту компании [3].

Использование ИИ позволит страховым компаниям лучше удовлетворять потребности своих клиентов и оставаться конкурентоспособными в быстро меняющейся отрасли.

Список литературы:

1. Artificial Intelligence – NAIC. // – URL: https://content.naic.org/cipr-topics/artificial-intelligence (дата обращения: 12.03.2022).
2. Worldwide Artificial Intelligence Systems Spending Guide // – URL: https://www.idc.com/tracker/showproductinfo.jsp?containerId=IDC_P33198 (дата обращения: 12.03.2022).
3. Лавелина В.С. Перспективы правового регулирования использования технологии искусственного интеллекта в страховой деятельности в Российской Федерации и за рубежом. // Образование и право. 2018. // – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-pravovogo-regulirovaniya-ispolzovaniya-tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-strahovoy-deyatelnosti-v-rossiyskoy (дата обращения: 12.03.2022).

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Литвинюк Аделина Максимовна
студент,
кафедра экономика и организация производства,
Казанский государственный энергетический университет,
РФ, г. Казань
E-mail: Lit_adel@mail.ru

Нигматзянова Лейсан Ринатовна
научный руководитель, старший преподаватель,
Казанский государственный энергетический университет,
РФ, г. Казань

DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Adelina Litvinyuk
Student,
graduating department: Economics
and organization of production,
Kazan state power engineering university,
Russia, Kazan

Leysan Nigmatzyanova
Scientific supervisor, senior lecturer,
Kazan state power engineering university,
Russia, Kazan

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены вопросы финансирования транспортного комплекса Республики Башкортостан, а также выявлены проблемы, возникающие на пути развития транспортной структуры. Приведены пути решения для приведения транспортной системы в соответствии с требованиями экономического и социального статуса.

ABSTRACT

The article considers the issues of financing the transport complex of the Republic of Bashkortostan, and also identifies problems that arise in the way of the development

of the transport structure. The ways of solution for bringing the transport system in accordance with the requirements of economic and social status are given.

Ключевые слова: транспорт, экономика, бюджет, инфраструктура, дорожная перевозка, тарифная политика.

Keywords: transport, economy, budget, infrastructure, road transportation, tariff policy.

Транспорт является одним из значимых факторов, который удовлетворяет потребности хозяйства и всего населения в перевозках, также он является крупной составной частью инфраструктуры, непосредственно влияет на динамичность и эффективность социально-экономического развития республики. [1] Однако, в настоящее время из-за несоответствия уровня развития дорожной сети продолжают обостряться транспортные проблемы как в крупных, так и мелких городах вследствие быстрого и устойчивого роста автомобилизации. [5]

Сохраняются неурегулированность отдельных важных сегментов рынка транспортных услуг (во-первых – на автомобильном транспорте), наличие «теневых» перевозочных субъектов рынка. Эта проблема напрямую ведет экономику и население страны к значительным убыткам.

На данный момент финансирование транспортного комплекса Республики Башкортостан осуществляется за счет средств: федерального бюджета, бюджета республики, муниципального бюджета и внебюджетных источников. А также финансирование строительства и реконструкции объектов транспортной инфраструктуры, дорожного хозяйства в рамках федерального бюджета за счет целевых программ: «Развитие транспортной системы Республики Башкортостан», «Поддержание, развитие и использование системы ГЛОНАСС», «Повышение безопасности дорожного движения». [3]

В соответствии с ведомственной структурой расходов бюджета Республики Башкортостан, определенной к Закону Республики Башкортостан от 20 декабря 2021 года № 486-з «О бюджете Республики Башкортостан на 2022 год

и на плановый период 2023 и 2024 годов», расходы на транспорт и дорожное хозяйство в 2019 г. составили 25 543 млн.руб., из который более 80% приходилось на дорожное хозяйство, расходы по республиканской целевой программе «Развитие автомобильных дорого (2014-2022 гг.)» составит около 185 млн. руб. [4].

В 2020 году доля расходов на дорожное хозяйство в общих расходах бюджета на транспорт и дорожное хозяйство превысила 88 млн. руб. (табл.1).

Таблица 1.

Объём выделенных средств из бюджета РБ на финансирование дорожного комплекса, млн. руб.

Вид деятельности	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Транспортный комплекс, в том числе:	879953,4	8804443,6	880534,1
Транспорт	3378,5	2999,1	2379,1
Дорожное хозяйство	22164,5	25722,9	28864,9

Из данной таблицы можно сделать вывод, что в Башкирии достаточно высокая плотность дорожной сети по выделенному бюджету, и поэтому, требуется высокий контроль за деятельностью данной отрасли.

Однако в настоящее время транспортная система в целом и ряд ее сегментов остаются в дефиците недофинансирования.

Обозначим некоторые из основных транспортных проблем:

- низкий уровень координации при определении тарифной политики и развитии инфраструктуры различных видов транспорта;
- недостаточный объем инвестиций в развитие парка подвижного состава автомобильного и железнодорожного транспорта; [6]
- высокий удельный вес самортизированного парка транспортных средств;
- недостаточный уровень технической готовности ряда объектов;
- дефицит ремонтной базы;
- низкая скорость перемещения по автомобильным дорогам и железнодорожным путям ввиду неудовлетворительного технического состояния участков автомобильной и железнодорожной сети.

По мнению большинства населения органы власти прикрываются нехваткой финансирования и проявляют бездействие в решении проблем с транспортной инфраструктурой, поэтому, за пути решения некоторых из них взялись сами жители, они за счет собственных сил и сбора бюджета принимают меры по облагораживанию дорог: засыпка ям, укатывание асфальтом и освещение проезжих частей. [2]

Данная проблема требует широкой огласки и подключения общественного народного контроля. Кроме того, облагораживание дорог должно стать одним из критериев оценки деятельности как местных и районных администраций, так и вышестоящих органов.

Список литературы:

1. Администрация ГО г. Уфа: официальный сайт. – Уфа. – Обновляется в течении суток. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://ufacity.info/cityplan/6487/ (дата обращения 29.03.2022).
2. Лебедева Л.Х. Проблемы развития системы транспорта в Республике Башкортостан в современных условиях / Лебедева Л.Х. // Экономические науки. – 2016. – №41-1. – С. 84-87. (дата обращения 27.03.2022).
3. Официальный документ: Бюджет для граждан к Закону Республики Башкортостан от 20 декабря 2021 года № 486-з «О бюджете Республики Башкортостан на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов». (дата обращения 28.03.2022).
4. Официальный документ: Утверждена постановлением Правительства Республики Башкортостан от «22» января 2014 года № 18 (в редакции постановления Правительства Республики Башкортостан от «31» декабря 2015 года № 573): ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА «Развитие транспортной системы Республики Башкортостан». (дата обращения 28.03.2022).
5. Портал «Депутаты» – Публикации: официальный сайт. – Башкортостан. – Обновляется в течении суток. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://deputat.openrepublic.ru/articles/26631/ (дата обращения 29.03.2022).
6. Студенческая библиотека онлайн: официальный сайт. Москва, 2013-2021. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:https://studbooks.net/2444008/tehnika/obespechennost_bashkortostana_transportnoy_kommunikatsiey (дата обращения 26.03.2022).

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Светличный Петр Юрьевич
студент,
кафедра экономики,
Технологический университет,
РФ, Московская область, г. Королев
E-mail: svetlichnypeter@gmail.com

Могуев Борис Дмитриевич
научный руководитель, канд. экон. наук,
Технологический университет,
РФ, г. Королев
E-mail: sadpoet@mail.ru

PROBLEMS OF ASSESSING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT

Petr Svetlichny
Student,
Department of Economics,
Technological University,
Russia, Korolev

Boris Moguev
Scientific supervisor, cand.
economy Sciences, Associate Professor,
Technological University,
Russia, Korolev

АННОТАЦИЯ

В данной статье анализируются различные научные подходы к оценке эффективности предприятием, их преимущества и недостатки. Этот вопрос часто поднимается как в академических кругах, так и в бизнесе, поскольку предприятия и организации сталкиваются с проблемой достижения лучшего возможного результата.

Целью исследования является анализ различных подходов к оперативной оценке системы управления производственными предприятиями на основе показателей, характеризующих организационную структуру, управленческий персонал и эффективность его деятельности.

ABSTRACT

This article analyzes various scientific approaches to assessing the effectiveness of an enterprise, their advantages and disadvantages. This question is often raised in both academia and business as businesses and organizations face the challenge of achieving the best possible outcome.

The aim of the study is to analyze various approaches to the operational assessment of the management system of industrial enterprises based on indicators characterizing the organizational structure, management personnel and the effectiveness of its activities.

Ключевые слова: экономическая эффективность, методы оценки, показатели эффективности, управление предприятием.

Keywords: economic efficiency, evaluation methods, performance indicators, management.

Введение. Эффективный менеджмент является составной частью экономики управления любой организацией, несмотря на ее форму собственности и вид деятельности. Большинство ученых придерживается мнения, что построение эффективного менеджмента включает в себя рассмотрение: управленческого потенциала, т.е. совокупности всех ресурсов, которыми владеет и пользуется система управления, а именно:

1) затрат на управление, определяемые содержанием, организацией, технологией и объемом работ по реализации соответствующих функций управления; характера управления трудом;

2) эффективности управления, т.е. эффективности действий людей в процессе деятельности организации и реализации интересов в достижении избранных целей.[1]

Наиболее важными показателями при оценке эффективности менеджмента являются экономические показатели. С этим можно частично согласиться, так как такие показатели отражают только конечный результат деятельности пред-

приятия, фирмы или компании, на которые оказывают влияние различные факторы, кроме качества управления. Для корректной оценки эффективности управления предприятия, фирмы или компании необходимо знать, что же происходит внутри их систем менеджмента. Другими словами, нужно установить, удовлетворяет ли требованиям и вызовам рынка организационная структура управления предприятием (ОСУП) и персонал, который проектирует и реализует управленческий процесс на предприятии, в фирме или компании в системе рыночных отношений. Основной задачей менеджмента субъектов хозяйствования является то, что должно выполняться по меньшей мере использование двух измерителей – уровня организации управления и социальной составляющей. [2]

Критерии и этапы оценки эффективности предприятия. Системы менеджмента производственных предприятий базируются на оценке эффективности их организационной структуры управления, кадрового составителя и результатах мониторинга мнений, работающих относительно правильности и эффективности управленческих действий менеджеров (руководства). Общая концепция оценки эффективности системы менеджмента производственного предприятия предусматривает реализацию определенного алгоритма, включающего в себя три этапа. Каждый из этих этапов будет направлен на выполнение обобщенной оценки:

- эффективности организационной структуры управления предприятием;
- кадрового составляющего предприятия (менеджерского корпуса);
- эффективности управленческих действий менеджерского корпуса предприятия (этот этап отражает социальный аспект оценки эффективности системы менеджмента предприятия). [3]

В целях практической реализации предлагаемого алгоритма необходимо выбрать наиболее информативные показатели для оценки эффективности ОСУП, управленческого персонала и его действий. При выборе таких показателей следует соблюдать следующие требования:

1. Учитывать причинно-следственные связи выбранных показателей, которые могут быть логически обоснованы;

2. Предусмотреть недопустимость использования избыточного количества показателей;

3. Создать предпосылки для выявления резервов роста эффективности систем менеджмента предприятия.

Показатели эффективности организационной структуры. Организационная структура управления отражает организационную сторону отношений управления и обеспечивает единство уровней и звеньев управления в их взаимосвязи. Следовательно, чем совершеннее организационная структура управления предприятием, тем будет эффективнее влияние процесса управления на функционирование предприятия.

Оперативную оценку эффективности организационной структуры управления предприятием можно свести к использованию трех основных показателей:

1. коэффициент эффективности организационной структуры управления предприятием:

$$K_{еф.ОСУ} = \frac{П_ч}{В_{уп}}, \qquad (1)$$

$П_ч$ – валовая прибыль от обычной деятельности предприятия;

$В_{уп}$ – административные расходы предприятия;

Величина коэффициента $K_{еф.ОСУ}$ может принимать значение меньше и больше единицы:

- $K_{еф.ОСУ} \leq 1{,}0$, то структура управления предприятием не эффективна и требует неотложных кардинальных изменений;
- $K_{еф.ОСУ}$ намного больше 1,0, то структура управления предприятием является эффективной, так как управленческие действия менеджмента реально направлены на улучшение финансового результата его хозяйствования;

2. коэффициент эффективности затрат на управление предприятием ($К_{е.в}$):

$$К_{е.в} = 1 - \frac{В_{уп}}{В_{заг}}, \quad (2)$$

$В_{заг}$ – общие расходы предприятия;

Коэффициент $К_{е.в}$ может принимать значение от нуля к единице. Если $К_{е.в}$ приближается к единице, то считается, что расходы средств на систему менеджмента оправданы, и наоборот, если указанный коэффициент приближается к нулю, то система менеджмента является очень затратной, а значит не эффективной;

3. коэффициент эффективности затрат на содержание аппарата управления предприятием ($К_{е.в.утр}$):

$$К_{е.в.утр} = 1 - \frac{З_{уп}}{В_{заг}}, \quad (3)$$

$З_{уп}$ – расходы на оплату труда аппарата управления предприятием за исследуемый период времени;

Значение коэффициента $К_{э.в.утр}$ находится в пределах от нуля до единицы. Если $К_{э.в.утр}$ приближается к единице, то расходы на управление предприятием являются оправданными, и наоборот, если $К_{э.в.утр} < 1{,}0$ –система менеджмента весьма затратна на предприятии, а значит и не эффективна.

И наконец, степень реализации внешних и внутренних возможностей ОСУП определяется через обобщающий показатель эффективности. ($К_{уз.эф}$), который вычисляется на основе вышеуказанных показателей – $К_{еф.ОСУ}$, $К_{е.в}$, $К_{э.в.утр}$.

$$К_{.уз.еф} = \sqrt[3]{К_{еф.ОСУ} \cdot К_{е.в} \cdot К_{еф.утр}} \quad (4)$$

Указанный методический подход позволяет определить не только косвенный эффект системы управления предприятием, направленный на общую оценку состояния организационной структуры управления им, но и на выявление недостатков ее отдельных составляющих частей с целью повышения результативности управления. [4]

Для обобщающего показателя эффективности организационного механизма управления $К_{уз}$. оценка: 1,0> $К_{уз.эф}$> 1,0. За этими пределами определяется обобщенная оценка эффективности системы менеджмента предприятия:

1) если $К_{уз.эф}$ >1,0, то это значит, что на предприятии достаточно высокий уровень управления, то есть структура управления является высокоэффективной подсистемой системы менеджмента, способной поддерживать и обеспечивать высокий результат хозяйствования;

2) если $К_{уз.эф}$ = 1,0, то это значит, что на предприятии приемлемый уровень управления, то есть структура управления имеет достаточные возможности по разработке и реализации действенных управленческих действий;

3) если $К_{уз.эф}$<1,0, то это значит, что на предприятии неудовлетворительный уровень управления, то есть организационная структура управления не эффективна.

Оценка эффективности менеджмента. При применении «социального подхода» к оценке системы менеджмента производственных предприятий следует отметить, что прямые управленческие действия на организацию со стороны высшего ее руководства или конкретного управленческого подразделения приводят к положительным изменениям, если:

- значительную часть (не менее 60%) работников не устраивает их положение в организации, и они желают должностного, профессионального и материального роста; [5]
- руководство предприятия четко определяет стратегические и тактические ориентиры (приоритеты) ее развития, доводит их до сотрудников без искажений, и сотрудники нормально принимают эти цели, потому что они не противоречат личным целям каждого из них. То есть, не менее 70% личного состава

сотрудников организации имеют единое представление о стратегических и тактических целях; [6]

- сопротивление сотрудников к изменениям не приводит к формальному снижению управленческих действий. Число сотрудников, которые формально относятся к своим обязанностям, и количество удовлетворенных текущим положением дел не превышает 50%;
- сопротивление руководителей (менеджеров) к изменениям не блокирует суть управленческих действий. Число руководителей, не видящих своей личной заинтересованности в результатах изменений, не превышает 50%. [7]

Заключение. На основе развития различных научных подходов к оценке эффективности управления производственными предприятиями были выявлены различные показатели для оценки эффективности управления предприятиями, основанные на комплексной оценке трех составляющих управления предприятием: экономической эффективности, социальной управление и организационное управление. В процессе оценки эффективности управления производственными предприятиями исследованы основные численные показатели, влияющие на этот процесс. Исследование показало, что для оценки эффективности управления производственными предприятиями можно использовать на практике выявленные в данной статье показатели.

Список литературы:

1. Смирнов С.В., Поташева Г.А. Оценка эффективности организационных структур систем управления предприятием и их потенциал.: учеб. пособие. Мн.: Вестник ВГУ, 2007. – 75 с.
2. Карамулдина А.А. Эффективность менеджмента на предприятии технологии: учеб. пособие. Томский университет, 2014. – 68 с.
3. Демина Ю.В. Эффективность менеджмента и пути ее повышения//Современные научные исследования и инновации. – 2011. – № 4. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://web.snauka.ru/issues/2011/08/1710 (дата обращения 27.03.2022).

4. Badrtdinov N.N., Gorobets D.V. Evaluation of the effectiveness of management development institutions of higher education on the basis of the factor and criterion model. International Journal of Environmental & Science Education, 2016. – 12167 с.
5. Cornali F., Effectiveness and efficiency of educational measures: evaluation practices, indicators and rhetoric: International Journal of Environmental & Science Education, 2012. – 255-260 с.
6. Шульга Е.В., Шульга В.И. Сравнительный анализ различных подходов к измерению и оценке эффективности менеджмента. Мн.: Новая наука: проблемы и перспективы, 2016. – 213-220 с.
7. Svirina A. Measuring company management efficiency: the case of real sector of economy. Journal of Business and Economics, 2013. – 13-31 с.

КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И РИСКИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Некрасова Людмила Викторовна
студент 1 курса,
направление подготовки 38.04.01 «Экономика»
ФГБОУ ВО «КГМТУ»
РФ, г. Керчь
E-mail: dudnichenkol@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрена кадровая безопасность в системе экономической безопасности организации, ее характеристика, система управления кадровой безопасности, исследованы кадровые проблемы и риски предприятия в целом. Исследованы факторы, определяющие особенности управления кадровой безопасностью организаций, стратегические цели и приоритеты.

ABSTRACT

This article considers personnel security in the system of economic security of the organization, its characteristics, personnel security management system, personnel problems and risks of enterprises in general, are investigated. The factors that determine the features of the management of personnel security of organizations, strategic goals and priorities are studied.

Ключевые слова: кадровая безопасность, эффективность, система управления, экономическая безопасность, риски.

Keywords: the personnel security, efficiency, management system, economic security, risks.

Введение

Кадровая безопасность – это, одна из важных составляющих экономической безопасности любого предприятия (организации).

Актуальность изучения кадровой безопасности обусловлена тем, что персонал является основным источником риска для экономики организации.

Согласно данным статистики более 75 % правонарушений в рамках единичных организаций совершаются их работниками. Таким образом, обеспечение кадровой безопасности считается одной из основных задач, которые стоят перед управлением любого предприятия. Цели и задачи кадровой безопасности заключаются в том, чтобы уменьшить риски и угрозы со стороны сотрудников и установить «безубыточные» трудовые взаимоотношения. В общей концепции управления организацией система обеспечения кадровой безопасности непосредственно сопряжена с подсистемой управления персоналом. Кадровая безопасность – это часть системы безопасности предприятия, которая включает в себя финансово-экономическую, охранную информативную, научно-техническую, правовую, природоохранную и др. По этой причине, работа по обеспечению кадровой безопасности – это не отдельная направленность в функционале менеджера по персоналу, а элементы, неотъемлемо вписывающиеся в него. И тут фактически не совершаются привлечение дополнительных источников, при условии того, что в организации присутствуют все этапы управления и организации персоналом [1].

Кадровая безопасность организации формируется по направлениям: соблюдение определенных правил при найме персонала, его адаптационного периода, обучения, мотивации сотрудников, его оценке и аттестации, обеспечения лояльности работников к организации, ведение конфиденциального делопроизводства с сохранением коммерческой тайны. Для обеспечения кадровой безопасности специалистам по управлению персоналом необходимо различать внутренние и внешние угрозы, а также прорабатывать и производить нужные кадровые мероприятия.

Под экономической безопасностью предприятия подразумевается безопасность и защита его научно-технологических, производственных и кадровых возможностей от активных или пассивных экономических рисков и угроз, которые связаны с неэффективной политикой государства, формированием неблагоприятной внешней среды, его способностью к воспроизводству. Экономическая безопасность – это комплексное понятие, которое включает в себя множество условий и факторов, связанных с внутренним состоянием предприятия и с

воздействием внешней среды, ее субъектами вступающих во взаимосвязь. Основная цель экономической безопасности предприятия заключается в следующем:

- в результативном и устойчивом функционировании в настоящих условиях;
- в формировании более лучших возможностей для потенциала, развития и роста предприятия.

Обеспечение экономической безопасности предприятия считается постоянным процессом, который ставит перед собой задачу по предотвращению возможного ущерба. Кадровая безопасность – это обеспечение экономической защищенности предприятия за счет снижения рисков и угроз, связанных с некачественной деятельностью персонала, его умственном и интеллектуальным потенциалом, трудовыми отношениями в целом. Кадровая безопасность будет достигаться при условии найма высококвалифицированного и надежного персонала [2].

Можно выделить такие параметры и составляющие для эффективной оценки надежности персонала.

- психофизиологическая безопасность – обусловливается свойствами нервной системы и психики людей.
- компетентная безопасность гарантируется уровнем знаний, опыта и квалификации, высокими развитыми качествами, деловой корпоративной культурой.
- индивидуальная безопасность – преданность работников своей организации, лояльность с позиции уровня присущих ему моральных и свойственных качеств, общественного окружения и социальных зависимостей.

Виды рисков в концепции управления персоналом представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Виды рисков в системе управления персоналом

Степень допустимых рисков	Характеристика рисков в системе управления
По видам потерь или приобретений	• финансовые (риски, связанные с утратой денежных средств в результате мошенничества, краж и т. д.); • информационные (риск, связанный с утечкой коммерческой информации в результате шпионажа); • материально-технические (риск, связанный с потерей оборудования и других объектов в результате хищений); • моральные (риск нанесения морального ущерба сотрудникам или имиджу организации); • квалификационные (риск утраты сотрудниками, знаний, умений); • кадровые (риск потери ключевых сотрудников в результате увольнений, переманиваний, смерти);
По диверсификации	• систематические (человеческое поведение и взаимоотношения); • специфические (связанный с принятием и реализацией конкретного кадрового решения);
По возможному периоду действия	• краткосрочные (достаточно использовать механизмы распределения ущерба); • долгосрочные (требуют капитализации средств для их возмещения);
По концепции предсказуемости	• плановые (в качестве примера риска первого типа можно привести потерю трудоспособности вследствие старости, где момент ее наступления законодательно зафиксирован определенным пенсионным возрастом); • прогнозируемые (прогнозируемые риски определяются в зависимости от определенной совокупности объективных факторов); • непредвиденные (непредвиденные социальные риски чаще связаны с катастрофическими внешними событиями);
По концепции допустимости	• минимальные (характеризуется уровнем возможных потерь расчетной прибыли в пределах 0-25 %); • повышенные (не превышающий возможных потерь расчетной прибыли в 25-50 %); • критические (характеризуется возможными потерями расчетной прибыли в 50-70 %); • недопустимые (возможные потери близки к размеру собственных средств, что чревато банкротством фирмы. Коэффициент риска равен 75-100 %);
По концепции допустимости	• минимальные (характеризуется уровнем возможных потерь расчетной прибыли в пределах 0-25 %); • повышенные (не превышающий возможных потерь расчетной прибыли в 25-50 %); • критические (характеризуется возможными потерями расчетной прибыли в 50-70 %); • недопустимые (возможные потери близки к размеру собственных средств, что чревато банкротством фирмы. Коэффициент риска равен 75-100 %);

Продолжение таблицы 1.

По влиянию	• риск потери квалифицированных сотрудников в связи с текучестью кадров; • риск найма на работу деструктивного менеджера; • снижение производительности труда; • неэффективная реализации кадровой политики; • перерасход средств на содержание персонала; • игнорирование личных качеств и зависимостей кандидата на должность при подборе; • материальные и имущественные хищения со стороны работников; • недостаток численности и квалификации персонала.

Обеспечение кадровой и экономической безопасности взаимосвязано с преодолением кадровых рисков. Для оценки кадровых рисков используются методы, которые основаны на использовании знаний экспертов [3].

Наивысший уровень безопасности достигается при обстоятельствах, в которых весь спектр условных показателей и характеристик располагается в допустимых пределах своих пороговых значений, а пороговые значения одного показателя достигаются не во вред другим. Приближение подобранных индикаторов экономической безопасности к их максимально возможной величине свидетельствует о нарастании угроз экономической безопасности предприятия, а переход пороговых значений о вступлении предприятия в зону нестабильности и повышенного риска, то есть о реальной провокации экономической безопасности. С этой точки зрения внешних угроз в качестве индикаторов могут выступать и законодательные акты в области оплаты труда, конъюнктура рынка, специфика деятельности инфраструктуры рынка труда.

Выводы

Можно сделать вывод, что за пределами значений пороговых показателей предприятие теряет способность к эффективному и динамичному саморазвитию, конкурентоспособность, повышается вероятность уменьшения экономической безопасности. Можно выделить ряд проблем, которые возникают при оценке экономической безопасности в целом и кадровой безопасности в частности:

- предприятие не использует специализированных методик оценки кадровой безопасности, оценивает лишь показатели эффективности деятельности трудовых ресурсов (производительность труда, эффективность систем оплаты труда, обеспеченность трудовыми ресурсами и т.п.);
- оценка экономической безопасности осуществляется часто на основе финансовой составляющей, при которой не затрагивается экологическая, правовая и др. составляющие безопасности;
- отсутствие четко выраженных подходов к оценке обуславливают усложнение построения модели экономической безопасности;
- на предприятии в хозяйственной практике уделяется внимание чаще всего только финансовым рискам.

Список литературы:

1. Анализ финансовой устойчивости: учебник / Под ред. М.А. Вахрушиной, Н.С. Пласковой. М.: Вузовский учебник, 2014. 460 с.
2. Борисов И.А., Гиниева С.Б. Кадровая безопасность России: ключевые проблемы и пути решения // Достойный труд – основа стабильного общества: мат-лы VI Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 т. Т. 1. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2014. 290 с.
3. Мишина С.В. Подходы к определению сущности понятия «кадровая безопасность» / С.В. Мишина, А.Ю. Мишин // Научно-теоретический и практический журнал. Серия: Право, экономические науки. 2016. № 24 (155). С. 63-69.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ОФЗ НА ПРИМЕРЕ ОФЗ РОССИИ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ДЛЯ ГРАЖДАН (ОФЗ-Н И НАРОДНЫЕ ОБЛИГАЦИИ БАНКОВ)

Соколова Анна Александровна

студент,
программа «Логистика и управление цепями поставок»,
Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики",
РФ, г. Москва
E-mail: annasokolova1999@ya.ru

DEVELOPMENT OF THE FEDERAL LOAN BONDS MARKET ON THE EXAMPLE OF THE FEDERAL LOAN BONDS OF RUSSIA, THEIR FEATURES AND ATTRACTIVENESS FOR CITIZENS (BONDS OF THE PEOPLE'S FEDERAL LOAN AND PEOPLE'S BONDS OF BANKS)

Anna Sokolova

Bachelor's degree,
Logistics and Supply Chain Management Program,
National Research University "Higher School of Economics",
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

Данная статья поможет рассмотреть проблему, связанную с альтернативой инвестиций в банковские депозиты. Мною будут рассмотрены различные виды ОФЗ. В публикации приведен тщательный анализ, направленный на сравнение ОФЗ-н и банковских депозитов с точки зрения доходностей, рисков и волатильности. В публикации так же затрагивается тема того, как финансово не подкованные люди смогут просто пользоваться сложными инструментами фондового рынка. Особое внимание было обращено на то, что инструмент, подобный современным ОФЗ в России, существует не только у нас, в данном случае будет рассматриваться так же пример Германии и Японии, обе страны являются крайне прогрессивными не только с точки зрения технологического прогресса, но и с точки зрения частных инвестиций. Не остался без внимания вопрос, связанный с рисками инвестиций в ОФЗ в России, на него был сделан отдельный акцент.

ABSTRACT

This article will help to consider the problem associated with the alternative of investing in bank deposits. I will consider various types of OFZ. The publication provides a thorough analysis aimed at comparing OFZ-n and bank deposits in terms of profitability, risks and volatility. The publication also touches on the topic of how financially unskilled people can simply use complex stock market tools. Particular attention was paid to the fact that a tool similar to modern OFZ in Russia exists not only here, in this case the example of Germany and Japan will also be considered, both countries are extremely progressive not only in terms of technological progress, but also in terms of private investment. The issue related to the risks of investments in OFZ in Russia was not ignored, a separate emphasis was placed on it.

Ключевые слова: банковские депозиты; ОФЗ; фондовый рынок.

Keywords: bank deposits; Federal loan bonds (OFZ); stock market.

В нашей стране всегда стояла и до сих пор стоит проблема финансовой грамотности населения. Многие наши соотечественники совсем недавно узнали о такой вещи, как рынок ценных бумаг. Они далеки от этого и не понимают его сути. Более того, экономика России до сих является развивающейся. Наша страна львиную долю доходов получает за счет нефтегазовой отрасли торговли и иностранных инвестиций. Нельзя сказать, что это очень полезно для нашей экономики и рынка, поэтому государством были выпущены ОФЗ.

На данный момент наиболее популярные инвестиции населения в нашей стране – банковский депозит. Однако далеко не все люди знают, что, вкладывая деньги в банк, на банковский депозит, все, что они выиграют – убьют потери от инфляции. Более того, государство страхует только депозиты размером до 1 миллиона 400 тысяч рублей. Закономерно встает вопрос, почему нет более выгодных предложений для крупных игроков, которые хотят не только сохранить свои деньги, но и хотя бы немного их преумножить, как государству повысить

уровень финансовой грамотности населения и привлечь больше инвестиций в государственный бюджет, а не бюджет банков?

Именно этим вопросом задалось государство и решило эту проблему достаточно просто: в апреле 2017 года были выпущены ОФЗ – Н сразу в двух банках: ВТБ-24 и Сбербанк. Целью ОФЗ-Н – привлечение государством инвестиций со стороны среднего класса, так как именно они и являются основным депозитарным инструментом общества в России, по возможности понизить зависимость нашей экономики от вводимых санкций, а также снизить отток средств из нашего рынка. После первого выпуска ОФЗ-Н их можно посчитать очень успешным государственным проектом, потому что они были достаточно быстро раскуплены. Однако в каждой бочке меда есть ложка дегтя. Большую часть покупателей были достаточно обеспеченные люди, и средний размер инвестиций составил 1 миллион 700 тысяч. Более того, на данный момент этот инструмент привлечения средств сложно назвать общенародным, потому что минимальная сумма покупки составляет целых 30 тысяч рублей [1, с. 1]. Более того, на данный момент всего лишь 2 процента населения можно назвать финансово активными и грамотными, поэтому в случае высокого спроса на ОФЗ-Н грамотность и активность населения будет постепенно повышаться, возможно люди перестанут бояться торговли на рынке ценных бумаг.

Для дальнейшего рассмотрения конкретно ОФЗ-Н нам необходимо понять, какие ОФЗ уже существуют на рынке и их отличия от новшества. На момент выхода ОФЗ-Н уже существовали:

1) ОФЗ-ИН [2, с. 25]:

ОФЗ-ИН – это ОФЗ с индексируемым номиналом, сейчас купонная доходность составляет всего 2.5 процента и выплаты производятся каждые 6 месяцев. В чем ее преимущество? Каждые год ОФЗ-ИН будет индексироваться на размер инфляции.

2) ОФЗ-ПД [2, с. 25]:

ОФЗ-ПД – это ОФЗ с постоянным купонным доходом. Доход определяется в момент размещения и не будет изменен до его погашения.

3) ОФЗ-ПК [2, с. 25]:

ОФЗ-ПК – это ОФЗ с переменным купонным доходом. В данном случае купон привязан к RUONIA.

4) ОФЗ-АД [2, с. 25]:

ОФЗ-АД – это ОФЗ с амортизацией долга. То есть владелец облигации получает переменный купонный доход с погашением номинала облигации заранее оговоренными выплатами [3, с. 1].

Таким образом мы плавно переходим к закономерному вопросу, почему же ОФЗ-Н смогли так быстро заполучить доверие населения, почему они настолько привлекательны и что это вообще такое? ОФЗ-Н – это ценные бумаги, предназначенные для физических лиц и имеющие наибольшую доходность постоянного купона среди других ОФЗ [4, с. 32]. ОФЗ-Н так быстро становятся популярны из-за нескольких, на мой взгляд, ключевых позиций. И первое, наверное, одно из самых главных для любого вкладчика – гарантии надежности и возможность сохранения своих средств в случае обесценивания самих ОФЗ. На данном этапе ОФЗ-Н дают нам максимальные гарантии надежности. Сами по себе ОФЗ – являются федеральным займом, то есть ответственность за деньги лежит напрямую на государстве. Более того, вкладчик в любой момент может потребовать назад свои деньги, а государство обязуется по первому требованию вернуть их вкладчику с небольшой оговоркой – если бумага будет продана раньше, чем истечет первый год – тогда вкладчик теряет все проценты, которые он успел накопить.

Другим не менее важным вопросом привлекательности инвестиций является доходность по купонам облигаций.

Название банка	*Наименование вклада*	*Макс. ставка*	*Мин. сумма*	*Срок*	*Пополнение*	*Капитализация*
Сбербанк России	Сохраняй Онлайн	5.5%	700 т.р.	6-12 мес.	Нет	Да
ВТБ Банк Москвы	Выгодный	6.2%	100 т.р.	3-61 мес.	Нет	Да

Рисунок 1. Доходность по банковским депозитам [5, с. 1]

На данный момент основным конкурентом для ОФЗ-Н являются именно банковские депозиты. На рисунке выше был приведен пример доходности по депозитам в двух крупнейших банках России, которые в последствии стали выпускать ОФЗ-Н. Как мы видим на Рис. 1 – максимальная доходность у Сбербанка достигается при минимальной сумме депозита в 700 тысяч рублей и сроке вложений не меньше, чем на год, составляя при всем при этом всего лишь 5,5 процентов. У банка ВТБ наибольшая ставка процента по депозитам наблюдается при минимальном вложении в 100 тысяч рублей, сроке вложений не меньше, чем на 8 месяцев и составляет 6.2 процента. На год выхода первой партии ОФЗ-Н (2017 год), которая, кстати говоря, составила 15 миллиардов рублей и была раскуплена в течение первых недель после выпуска, инфляция в России составляла около 2.5 процентов [6, с. 1].

	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Год
2018	0,31	0,21	0,29	0,38	0,38	0,49	0,27	0,01	0,16	0,35			2,89
2017	0,62	0,22	0,13	0,33	0,37	0,61	0,07	-0,54	-0,15	0,20	0,22	0,42	2,52
2016	0,96	0,63	0,46	0,44	0,41	0,36	0,54	0,01	0,17	0,43	0,44	0,40	5,38
2015	3,85	2,22	1,21	0,46	0,35	0,19	0,80	0,35	0,57	0,74	0,75	0,77	12,91
2014	0,59	0,70	1,02	0,90	0,90	0,62	0,49	0,24	0,65	0,82	1,28	2,62	11,36
2013	0,97	0,56	0,34	0,51	0,66	0,42	0,82	0,14	0,21	0,57	0,56	0,51	6,45
2012	0,50	0,37	0,58	0,31	0,52	0,89	1,23	0,10	0,55	0,46	0,34	0,54	6,58
2011	2,37	0,78	0,62	0,43	0,48	0,23	-0,01	-0,24	-0,04	0,48	0,42	0,44	6,10
2010	1,64	0,86	0,63	0,29	0,50	0,39	0,36	0,55	0,84	0,50	0,81	1,08	8,78

Рисунок 2. Инфляция в России

То есть процент по банковским вкладам перекрывал уровень инфляции примерно в 2–2,5 раза. Теперь необходимо разобраться с доходностью “народных” облигаций. Они давали вкладчику возможность получения дохода в размере 9 процентов от вложенных средств, независимо от суммы вложений. Существует 2 порога – Минимальная сумма покупки бумаги оценивается в 30 тысяч рублей, максимальная в 15 миллионов рублей. То есть по сравнению даже со вкладом в банке ВТБ сумма входа в 3 с лишним раза меньше, что дает возможность большему количеству людей получить больший доход в сравнение с банковскими депозитами. 9 процентов дохода на сумму вложений перекрывает инфляцию более чем в 3,5 раза. Более того, на данный момент я сравниваю

инфляцию именно на 2017 год. Например, в 2016 она была на уровне 5,38 процента, при таком же проценте по депозиту, то есть банковский вклад совершенно не давал выигрыша в деньгах, в отличии от ОФЗ-Н, которые бы его дали. Более того, показатели инфляции 2017 года являются минимальными за последние 8 лет. 2018 год, следуя тенденции Российских рынков тоже обгонит минимальный порог в 2,52 процента и, скорее всего, приблизится к 3-3,5 процентам.

Сравнивая “народные” облигации со вкладами, нельзя не отметить еще один небольшой, но очень важный нюанс. Для получения максимальный процентов по банковскому депозиту, мы вкладываем деньги без возможности их снятия, получения выплат, и пополнения данного депозита. Ситуация с ОФЗ-Н выглядит абсолютно иначе. Срок обращения бумаги целых 3 года, однако выплаты по купону происходят каждые 6 месяцев. Более того, если вкладчику срочно понадобится вернуть свои деньги, тогда все, что ему нужно сделать – обратиться в банк и тогда государство, собственно, по первому требованию произведет возврат средств, без вычета накопленных процентов в случае, если возврат средств требуется по истечению срока в 1 год.

При всех этих плюсах многих людей пугает то, как можно купить облигации на рынке без знаний механизмов финансового рынка? Однако все гораздо проще чем может показаться. Для того, что купить ОФЗ-Н необходимо всего лишь обратиться к одному из банков, который является посредником между государством и покупателем данной облигации. В банке могут проконсультировать на предмет того, какую ОФЗ им лучше приобрести. Так же существует и второй способ покупки облигаций: вы можете купить их через брокера.

Данный способ больше подходит тем людям, которые в большей степени считают свои деньги и хотят купить ОФЗ без большой комиссии. После выбора и обращения к брокеру покупатель заключает с ним договор, и уже после этого покупатель покупать и продавать ценные бумаги на бирже. Данный способ дает выигрыш в комиссии. Так же, если вы покупаете бумаги через брокера, сделка покупки и продажи будет завершена в течение 2-х дней (Т+2). Если покупка

происходит через банк, то это может затянуться на срок до недели [7, с. 3]. Однако совершать сделки через брокера осмелится далеко не каждый человек. Более того, банально найти хорошего и честного брокера достаточно сложно. Именно поэтому большинство людей покупают ОФЗ-Н через банки. Например, в первый день продажи ОФЗ-Н в Сбербанк поступило около 1000 заявок на покупку и средний размер заявки был 900 тысяч рублей.

Однако при всех преимуществах покупки акций ОФЗ-Н следует отметить несколько нюансов.

Первым из них нужно выделить все комиссии, которые будут взыматься в случае покупки “народных” облигаций через банк. Существует несколько видов комиссии:

1) При покупке облигаций в размере до 50 тысяч рублей сумма комиссии будет в размере 1,5 процентов.

2) При покупке облигаций в размере от 50 тысяч рублей до 300 тысяч рублей сумма комиссии составит 1 процент

3) При покупке облигаций в размере от 300 тысяч рублей и до лимита сумма комиссии составит всего 0,5 процента.

Так же следует отметить дополнительную комиссию банка ВТБ и Сбербанка в размере 150 рублей, и учесть то, что ОФЗ-Н нельзя продать на вторичном рынке, а также то, что в случае досрочной продажи банки взымают комиссию в таком же размере, как за их покупку. Министерство Финансов так же говорило о том, что со временем будут изменять цену бонда исходя из ситуации на бирже. В случае покупки через брокера комиссией можно фактически пренебречь, так как она несущественна мала. Так же следует сказать, что выплаты по ОФЗ-Н происходят один раз каждые 6 месяцев.

Нельзя не сказать про налогообложение ОФЗ-Н и “народных облигаций банков” [8, с. 7]. Весь доход, который инвестор получает на рынке, приравнивается к доходам физических лиц и подлежит налогообложению. В нашем случае существует 2 разных варианта получения дохода:

1) Купонный доход [2, с. 26]

2) Доход от разницы в покупке продажи бумаг.

Купонная прибыль – основной доход по облигациям в нашем случае. Он будет начисляться на счет после вычета налога в 13 процентов [9, с. 1].

Доход от разницы в покупке – продаже: будет вычитаться в том случае, если купили облигацию дешевле, а затем продали дороже. Разница будет так же обложена налогом в 13 процентов.

Так же необходимо сказать о том, что сами ОФЗ-Н и “народные облигации банков” хоть и являются аналогом банковским депозитам, однако для налоговых ведомств не будет открытой информации (как по депозитам) так как информация по брокерским счетам не предается в эти инстанции. Как следствие некоторые граждане смогут скрывать свои активы от государства [10, с. 1].

На данный момент существует еще такой финансовый инструмент, как “народные облигации банков”, и нам необходим знать, что это такое, их характеристики и особенности. Доходность по таким облигациям составляет около 9 процентов и есть возможность возврата без потери накопленного дохода, в отличии от ОФЗ-Н. На данный момент “народные облигации банков” можно купить в двух банка:

1) Газпромбанк

2) Запсибкомбанк

У “народных облигаций банков” существует несколько комиссий: первая – комиссия на приобретение, и она колеблется от 0,5 до 1,5 процентов. вторая – комиссия на хранение, и она колеблется от 1 до 2,3 процентов. В случае возврата данных облигаций необходимо обратиться именно в тот банк, в котором облигации были куплены (аналогично с ОФЗ-Н). Следующей особенностью является то, что минимальный объем покупки “народных облигаций банков” – 30 штук (также, как и 30 тысяч рублей ОФЗ-Н). При этом купить их можно в количестве, не превышающем 10 миллионов экземпляров. (в отличии от 1 миллиона 700 тысяч рублей ОФЗ-Н). При учете того, что номинал одной облигации – 1 тысяча рублей [2, с. 25].

Говоря об ОФЗ, в том числе об ОФЗ-Н и об их надежности нельзя не отметить, что подобное явление уже существовало в России. Еще в далеком 1922 году в советской России государство начало проводить внутренние займы и являлся одним из немногих способов страной сокращения дефицита средств, так как у государства не было возможности получать внешние заимствования. До 1927 года займы были добровольные, однако затем стали обязательными для работников государственных организаций. Работники тратили около 6–7 процентов годовой заработной платы на покупку государственных облигаций. Уже в 1930 году начались первые переносы сроков выплат по облигациям, например, в 1936 году выплаты по восьмипроцентным облигациям было отложено на 20 лет. В 1957 году государство приняло постановление, согласно которому заморозило выплаты по всем государственным облигациям, что означало их крах [11, с. 2].

Более того, подобный прецедент существовал и в современной России и назывались они облигации внутреннего государственного займа. Всего было выпущено 5 серий с разными сроками погашения: 1, 3, 6, 10 и 15 лет. И только первые 2 транша были погашены в срок, по остальным облигациям у нашего государства до сих пор существует задолженность в размере 3,5 миллионов долларов США [12, с. 7].

Данные облигации присущи не только России, подобное существует и в других государствах, например, в Германии и Японии. На данный момент в обоих государствах наблюдается отрицательная доходность по государственным облигациям, так в Германии она составила -0,02 процента [13, с.1], в Японии -0.06 процента [14, с.1]. О чем говорит отрицательная доходность по облигациям? В первую очередь о том, что если покупатель облигации дождется срока их погашения, то потеряет деньги. Отрицательные ставки являются выгодными для государства.

Рисунок 3. Доходность по облигациям в Германии

На Рис. 3 можно заметить тенденцию по доходности государственных облигаций в Германии. В начале их выпуска они имели наибольшую доходность, однако с течением времени она все время падала, бывали скачки и провалы. Постепенно это привело к настолько большому снижению, что облигации стали иметь отрицательную доходность.

Рисунок 4. Доходность по государственным облигациям в Японии

На Рис. 4 мы видим совершенно аналогичную картину с немецкими государственными облигациями. В первые 5 лет доходность была наибольшей, затем начался спад, и постепенно доходность по облигациям приравнялась к 0 и ненадолго ушла в минус.

Данный тренд наблюдается не только на рынках этих двух стран, но и на рынках других развитых государств. Так, например, по информации рейтингового агентства Fitch Ratings, общая сумма облигаций с отрицательной доходностью превысила 10 триллионов долларов и продолжает расти. Одной из причин данного явления можно назвать то, что чем больше инвесторы стараются скупить наиболее надежные и доходные облигации, тем сильнее падает их доходность в связи с их распространением. Самое большое распространение среди облигаций с отрицательным доходом приходится на такие регионы, как Япония и Европа [15, с. 1].

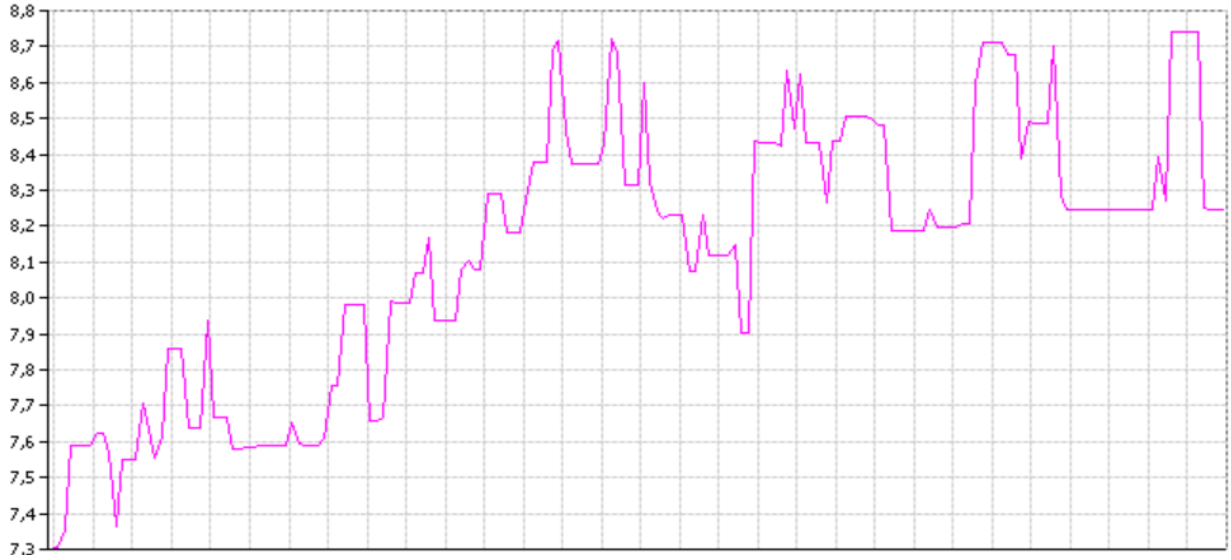


Рисунок 5. Доходность ОФЗ-Н за последние 6 месяцев [16, с. 1]

Согласно Рис. 5 на данный момент наблюдается положительная динамика доходности облигаций и в первую очередь это говорит о том, что до пика их потенциала еще достаточно далеко. Далеко не все люди знают, что ОФЗ-Н существуют и государство старается привлечь инвесторов путем увеличения доходности облигаций. Неизвестно, как поведут данные облигации себя в дальнейшем, когда настанет пик доходности и пик количества инвесторов. Очень вероятно, что в скором времени ситуация может стать похожей на Европейскую или Японскую.

Таким образом, хочется подвести некоторые итоги. При всей своей привлекательности ОФЗ-Н не являются панацеей от всех государственных проблем. Да, на первый взгляд кажется, что это очень перспективная и стабильная облигация, однако исторические примеры показывают, что подобные вещи уже существовали и зарекомендовали себя далеко не лучшим образом. Более того, сами по себе все ОФЗ, включая в себя ОФЗ-Н в слегка похожи на мыльный пузырь, который в дальнейшем может достаточно легко лопнуть, то есть их доходность может стать отрицательной. Это не говорит о том, что на них нельзя будет заработать, однако, делая поправку на финансовую грамотность населения современной России, можно сказать, что падение доходности до 0 может легко спровоцировать дефолт всей системы ОФЗ. Так же не следует забывать некоторые нюансы покупки ОФЗ-Н, например то, что итоговый процент купонного дохода будет существенно ниже за счет комиссий банка или брокера.

Список литературы:

1. Королев С. Лучше депозита: почему граждане не покупают «народные облигации» [Электронный ресурс] // Forbes: сайт. – URL: http://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/365251-luchshe-depozita-pochemu-grazhdane-ne-pokupayut-narodnye-obligacii (дата обращения: 20.03.2021).
2. Нишатов Н.П. Рынок государственных и муниципальных ценных бумаг: учеб. пособие. М.: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Департамент финансовых рынков и банков, 2019. – 131 с.
3. ОФЗ: Чем они отличаются и какие покупать? [Электронный ресурс] // БКС Экспресс: сайт. – URL: https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/ofz-chem-oni-otlichaiutsia-i-kakie-pokupat (дата обращения: 21.03.2021).
4. Асаул А.Н., Севек В.К., Севек Р.М. Рынок ценных бумаг: учебник – Кызыл: ТывГУ, 2013. – 232 с.
5. Тофанюк Е., Киракасянц А. Сбербанк и ВТБ лидируют по оттоку валютных вкладов населения [Электронный ресурс] // Frank Rg: сайт. – URL: https://frankrg.com/555 (дата обращения: 21.03.2021).
6. Таблицы инфляции [Электронный ресурс] // Инфляция в России: сайт. – URL: https://xn----ctbjnaatncev9av3a8f8b.xn--p1ai/%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%86%D1%8B-%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D0%B8 (дата обращения: 24.03.2021).

7. Способы купить ОФЗ физическим лицам, где выгоднее и какие комиссии платить [Электронный ресурс] // ОФЗ Доход: сайт. – URL: https://ofzdohod.ru/bonds/ofz/kak-kupit-fizicheskim-litcam/ (дата обращения: 24.03.2021).
8. Колодяжная А.Ю. Государственные облигации как инструмент регулирования экономики Российской Федерации // Международный научный институт «Educatio». – 2014. – № 6. – С. 60-63.
9. Налог на прибыль по облигациям (ОФЗ) для физический лиц – за что нужно платить и как их избежать [Электронный ресурс] // Vse dengy: сайт. – URL: https://vse-dengy.ru/upravlenie-finansami/aktsii/nalogooblozhenie-obligatsiy-ofz-dlya-fizicheskiy-lits-5-glavnyih-voprosa.html (дата обращения: 21.03.2021).
10. ОФЗ для населения: облигации с налогом или надолго [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: сайт. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/3286819 (дата обращения: 02.04.2021).
11. Государственные облигации для населения в СССР и РФ [Электронный ресурс] // Тасс: сайт. – URL: https://tass.ru/info/4209395 (дата обращения: 03.04.2021).
12. Берзон Н.И., Буянова Е.А., Кожевников М.А., Чаленко А.В. Фондовый рынок: учебное пособие для высших учебных заведений экономического профиля, 1998. – 233 с.
13. Доходность облигации Германия 10-летние [Электронный ресурс] // Investing.com: сайт. – URL: https://ru.investing.com/rates-bonds/germany-10-year-bond-yield (дата обращения: 03.04.2021).
14. Доходность облигации Япония 10-летние [Электронный ресурс] // Investing.com: сайт. – URL: https://ru.investing.com/rates-bonds/japan-10-year-bond-yield (дата обращения: 03.04.2021).
15. Доходность облигаций Германии впервые стала отрицательной [Электронный ресурс] // Эксперт: сайт. – URL: http://expert.ru/2016/06/7/germaniya/ (дата обращения: 04.04.2021).
16. Доходность ОФЗ-Н за последние 6 месяцев [Электронный ресурс] // Rusbonds – URL: https://rusbonds.ru/404 (дата обращения: 04.04.2021).

ПРОГНОЗ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА В РАМКАХ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Турапина Наталья Алексеевна
студент 3 курса,
направление подготовки: 25.04.03 «Аэронавигация»,
профиль: Управление бизнес процессами на воздушном транспорте, факультета заочного обучения,
Санкт-Петербургский университет Гражданской Авиации,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: natalyaturapina@yandex.ru

Воронцова Александра Михайловна
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Санкт-Петербургский университет Гражданской Авиации,
РФ, г. Санкт-Петербург

В современных рыночных условиях одним из важнейших факторов оценки конкурентоспособности, стабильного положения, инвестиционной привлекательности функционирующего коммерческого предприятия является его устойчивость (финансовая, маркетинговая, производственная, социальная и т. д.).

Финансовая устойчивость предприятия – это характеристика, свидетельствующая о стабильном превышении доходов над расходами, свободном маневрировании денежными средствами и эффективном их использовании, финансовой независимости предприятия от внешних заемных источников. Важно, чтобы состояние финансовых ресурсов в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности соответствовало требованиям рынка и обеспечивало развитие предприятия, т. к. с одной стороны, недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для реализации своих экономических интересов и интересов деловых партнеров, с другой стороны, избыточная – препятствовать развитию, отягощая расходы предприятия излишними запасами и резервами. Тем не менее, финансово устойчивое предприятие имеет низкий риск банкротства, т. к. более независимо от изменений рыночной конъюнктуры [2].

Процедуре банкротства предприятие может быть подвержено в двух случаях: 1) в качестве неплатежеспособного должника; 2) в качестве его неплатежеспособного кредитора; обе ситуации являются нежелательными для предприятия.

В Российской Федерации процесс банкротства предприятия регламентируется Федеральным законом от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», согласно которому банкротство – признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам. При осуществлении процедуры банкротства анализируется не только финансовое состояние предприятия, но и вся его деятельность. Данной работой занимаются специалисты Федеральной службы России по финансовому оздоровлению и банкротству (ФСФО России), Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации, Федеральной налоговой службы (ФНС России).Для предупреждения развития банкротства следует регулярно проводить анализ финансового состояния предприятия, выявлять факторы, оказывающие негативное влияние на его хозяйственную деятельность. К числу таких индикаторов относятся показатели платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости предприятия.

Изучение платежеспособности и финансовой устойчивости позволяет оценить коэффициенты для прогноза банкротства предприятия. Индексы кредитоспособности были предложены известным западным экономистом Э. Альтманом. Он исследовал финансовое состояние 33 обанкротившихся американских предприятий, показатели которых сравнивались с аналогичными по размерам предприятиями в данной отрасли, которым удалось сохранить платежеспособность. В результате была получена классическая пятифакторная модель, позволяющая оценить крупные акционерные компании, котирующие свои акции на фондовых биржах. Для не производственных предприятий, акции которых котируются на фондовой бирже, используется четырехфакторная Z-модель Альтмана, которая имеет следующий вид [3]:

$$Z = 6{,}56 * X1 + 3{,}26 * X2 + 6{,}72 * X3 + 1{,}05 * X4, \quad (1)$$

где X1, X2, X3, X4 – соответствующие финансовые коэффициенты, расчет которых приведен в Таблице 1.

Таблица 1.

Финансовые коэффициенты индекса кредитоспособности и их расчет

Коэффициент	Способ расчета	
X1	$X1 = \frac{\text{Оборотный капитал}}{\text{Активы}}$	$X1 = \frac{\text{стр. баланса (1200 − 1500)}}{\text{стр. баланса (1600)}}$
X2	$X2 = \frac{\text{Нераспределенная прибыль}}{\text{Активы}}$	$X2 = \frac{\text{стр. отч. о фин. рез. (2400)}}{\text{стр. баланса (1600)}}$
X3	$X3 = \frac{\text{Операционная прибыль}}{\text{Активы}}$	$X3 = \frac{\text{стр. отч. о фин. рез. (2300)}}{\text{стр. баланса (1600)}}$
X4	$X4 = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Обязательства}}$	$X4 = \frac{\text{стр. баланса (1300)}}{\text{стр. баланса (1400 + 1500)}}$

Критическое значение индекса (Z) рассчитано по данным статистической выборки и составляет 2,675. С этой величиной сравнивают расчетное значение индекса кредитоспособности для конкретного заемщика. По пятифакторной модели Альтмана спрогнозировать банкротство на один год можно с точностью до 90%; на два – до 70%; на три – до 50% (таблица 2).

Таблица 2.

Вероятность банкротства исходя из значений счета «Z» Альтмана

«Z»-счет Альтмана	Вероятность банкротства
Менее 1,23	Высокая («красная» зона)
1,23 – 2,9	Возможная («серая» зона)
2,9 и выше	Низкая («зеленая» зона)

Однако в российских условиях, модель Э. Альтмана следует применять с осторожностью. Рекомендуется делать выводы о вероятности банкротства предприятия по результатам анализа более широкого круга показателей.

Усовершенствованной альтернативой модели Альтмана считается формула прогноза банкротства, разработанная британскими учеными Р. Таффлером и Г. Тишоу. Модель Таффлера описана следующей формулой:

$$Z = 0{,}53 * X1 + 0{,}13 * X2 + 0{,}18 * X3 + 0{,}16 * X4, \qquad (2)$$

где X1, X2, X3, X4 – соответствующие финансовые коэффициенты, расчет которых приведен в Таблице 3.

Таблица 3.

Финансовые коэффициенты для модели Таффлера и их расчет

Коэффициент	Способ расчета	
X1	X1 = Прибыль от продаж / Краткосрочные обязательства	X1 = стр. баланса (2200) / стр. баланса (1500)
X2	X2 = Оборотные активы / Обязательства	X2 = стр. баланса (1200) / стр. баланса (1400+1500)
X3	X3 = Краткосрочные обязательства / Активы	X3 = стр. баланса (1500) / стр. баланса (1600)
X4	X4 = Выручка / Активы	X4 = стр. отч. о фин. рез.а (2110) / стр. баланса (1600)

Вероятность банкротства по модели Таффлера:

- Z больше 0,3 – вероятность банкротства низкая;
- Z меньше 0,2 – вероятность банкротства высокая.

Другой методикой диагностики возможного банкротства предприятий, адаптированной для условий российской экономики, является модель Сайфуллина-Кадыкова. Данная пятифакторная модель выглядит следующим образом:

$$R = 2 * K1 + 0{,}1 * K2 + 0{,}08 * K3 + 0{,}45 * K4 + K5, \qquad (3)$$

где К1, К2, К3, К4, К5 – соответствующие финансовые коэффициенты, расчет которых приведен в Таблице 4.

Таблица 4.

Финансовые коэффициенты для модели Сайфуллина-Кадыкова

Коэффициент	Название
К1	Коэффициент обеспеченности собственными средствами
К2	Коэффициент текущей ликвидности
К3	Коэффициент оборачиваемости активов
К4	Рентабельность продаж
К5	Рентабельность собственного капитала

Согласно модели Сайфуллина-Кадыкова, при значении итогового показателя R<1 вероятность банкротства считается высокой, если R>1, то – низкой.

Таким образом, устойчивость финансового состояния предприятия оценивается с помощью различных методов, в частности, абсолютных величин (размер собственного капитала, прибыли и т. д.) и относительных коэффициентов (рентабельность активов, капитала и т. д.); путем соотношения заемных и собственных средств по отдельным статьям актива и пассива баланса. Показатели финансовой устойчивости предприятия характеризуют структуру используемого им капитала с позиции платежеспособности и финансовой стабильности развития. Они позволяют оценить степень защищенности кредиторов и инвесторов, т. к. отражают способность предприятия погасить долгосрочные обязательства [1].

Расчетные значения коэффициентов сравниваются с общепринятыми нормативами, либо с данными за предыдущие периоды, либо с аналогичными данными других предприятий. Исходя из соотношения объема собственных и привлеченных источников средств, выделяют абсолютную и нормальную устойчивость финансового состояния; неустойчивое финансовое состояние; кризисное финансовое состояние. Определенный тип финансовой устойчивости соответствует определенному этапу развития банкротства на предприятии.

Данная система наиболее популярна, поскольку позволяет наиболее полно и точно охарактеризовать финансовое состояние предприятия. Однако на практике аналитики применяют комбинированные методы оценки, обеспечивающую высокую точность и объективность результатов анализа.

Список литературы:

1. Абдукаримов, И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур : учеб. пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 214 с.
2. Анализ финансовой отчетности : учебник / под ред. М.А. Вахрушиной. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 434 с.
3. Камысовская, С.В. Бухгалтерская финансовая отчетность: формирование и анализ показателей : учебное пособие / С.В. Камысовская, Т.В. Захарова. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 432 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам CXII студенческой международной научно-практической конференции

№ 4 (112)
Апрель 2022 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5.
E-mail: mail@sibac.info

16 +

СибАК

www.sibac.info