



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

**СИ СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

№5(101)



**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО
СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

г. НОВОСИБИРСК, 2021



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам CI студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 5 (101)
Май 2021 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2021

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 СІ студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2021. – № 5(101) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/economy/5\(101\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/5(101).pdf).

Электронный сборник статей по материалам СІ 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», 2021 г.

Оглавление

Секция «Маркетинг»	4
ОСОБЕННОСТИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ Исмаилоглы Гусейн Исмаил оглы	4
Секция «Менеджмент»	7
БЕРЕЖЛИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ, ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ Раков Евгений Михайлович Прядко Светлана Николаевна	7
АНАЛИЗ МЕТОДОВ СРАВНЕНИЯ КОНКУРЕНТОВ Рябов Алексей Викторович Давлетов Ильдар Ильдусович	14
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА Рябова ЯнаМаратовна Миронова Наталия Алексеевна	19
СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ Северинов Артур Завенович	24
ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК Стерлягова Екатерина Алексеевна Черникова Светлана Александровна	30
Секция «Экономика»	35
ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОБЪЕКТ АНАЛИЗА Бабрицкая Анастасия Александровна Кириченко Анна Леонидовна Загурский Максим Сергеевич	35
ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОНТРАКТОВ Магомедова Асият Дарбишевна Затонских Игорь Тимофеевич	40
ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ Меренков Алексей Романович Хан Виталина Витальевна Егорова Светлана Евгеньевна	45

СЕКЦИЯ «МАРКЕТИНГ»

ОСОБЕННОСТИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

Исмаилоглы Гусейн Исмаил оглы
студент, кафедра экономики,
Азербайджанский государственный экономический университет,
Азербайджан, г. Баку
E-mail: ismailoghlu_hussein@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье разбирается эксперимент, проведенный в сфере розничной торговли с целью объяснения несоответствия между тем, что потребители хотят и тем, что они покупают. При проведении эксперимента был выбран метод опросов. Согласно результатам, даже косвенное упоминание определенного бренда или его конкурентов, способно повлиять на выбор потребителя. Выводы эксперимента подчеркивают значимость структуры нашего мозга при принятии решений о покупке того или иного товара.

Ключевые слова: эксперимент; испытуемые; группа; подкатегория.

Непостоянная связь между тем, что нам нравится, и тем, что мы покупаем является одной из главных тем обсуждений и исследований в розничной торговле. Ярким примером этому несоответствию может послужить серия дегустаций, проводимых компанией Coca-cola для напитков Sprite. Этот напиток неизменно получает очень высокие оценки на дегустациях (согласно П. Недунгади, 1990, выше, чем все остальные напитки компании Coca-Cola). Несмотря на это, продажи спрайта и близко не соответствуют его высокому рейтингу. Но в чём же причина?

Чтобы разгадать эту тайну, исследователь по поведению потребителей Пракаш Недунгади в 1990 году провел эксперимент. Цель эксперимента состояла в возможности повлиять на выбор испытуемых лишь напомнив им об

альтернативах. Например: «Компания IBM производит компьютеры?» Отобранные для эксперимента испытуемые были поделены на пять групп, первым четырём группам задавались вопросы о фаст-фуд брендах, в то время, как последней группе не задавались вопросы. Ученый зафиксировал ответы каждого испытуемого и после окончания эксперимента, уже во время обеденного перерыва, у испытуемых попросили порекомендовать заведения, в которых, по их мнению, можно было бы вкусно перекусить.

Таблица 1.

Результаты эксперимента

	Гамбургеры		Сэндвичи	
	McDonald's	Wendy's	Joe's Deli	Subway
Без активации	0,91	0,70	0,42	0,21
Прямая активация	0,89	0,77	0,94*	0,61*
Косвенная активация	0,94	0,89	0,83*	0,17

Как видно по таблице, в той группе, где испытуемым не задавались вопросы (строка без активации), 91% опрошенных порекомендовали McDonald's. Сети сэндвичей оказались менее популярными, набрав по 42% и 21% голосов.

Группа, которой задавались вопросы, с непосредственным упоминанием названий брендов (прямая активация), существенно повысила свой интерес к ресторанам сети сэндвичей. Как видно по таблице, для Joe's Deli рост оказался с 42% до 94%, для сети Subway же рост составил с 21% до 61%. При этом процент роста голосов в пользу ресторанов известных своими гамбургерами мало изменился. Для Wendy's рост с 70% до 77%, а в случае McDonald's вообще произошел спад с 91% до 89%. Это связано с тем, что традиционно такие рестораны ассоциируются с местами для обеденных перекусов, поэтому для их вспоминания испытуемым не потребовались прямые подсказки.

И наконец, в последней строке (Косвенная активация) показано, как повлияли на мнения испытуемых вопросы, где упоминались конкуренты

вышеперечисленных брендов из той же подкатегории. Например, некоторые испытуемые, ответившие на вопрос о Subway, впоследствии порекомендовали Joe's Deli, так, как мысль хотя бы об одном ресторане для сэндвичей сразу активизировала в памяти остальные рестораны, относящиеся к этой подкатегории, и они уже выбрали тот, который, по их мнению, наиболее лучшее заведение в этой подкатегории.

Этот эксперимент в значительной степени помог раскрыть тайну плохих продаж напитков Sprite. Проблема заключается в том, что этот напиток относится к подкатегории содовых с лимоном и лаймом, о существовании которой потребители часто забывают. Иначе говоря, зачастую при совершении покупок, люди попросту забывают о напитках Sprite, несмотря на то, что им нравится их вкус и они не отказались бы их приобрести.

Список литературы:

1. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг: Практики и исследования: учеб. пособие. М.: Альпина Паблицер, 2015. – 490 с.

СЕКЦИЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ»

**БЕРЕЖЛИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ,
ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ**

Раков Евгений Михайлович

*студент, институт экономики и управления,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет,
РФ, г. Белгород
E-mail: e.rakov@mfc31.ru*

Прядко Светлана Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

АННОТАЦИЯ

В статье раскрыты теоретические аспекты основополагающих категорий бережливого управления.

Ключевые слова: метод бережливого управления, стандартизация работы, организация рабочего пространства (5S), картирование потока создания ценности (VSM), визуализация, быстрая переналадка (SMED), защита от непреднамеренных ошибок (Рока-Уоке), канбан, всеобщее обслуживание оборудования (TPM)

Внедрение системы бережливого производства или lean-технологий призвано оптимизировать производственные процессы, постоянно улучшать качество продукции при неизменном сокращении издержек.

Концепция бережливого производства – это подход к управлению организацией, основанный на вовлечении в процесс оптимизации бизнеса каждого

сотрудника, повышении качества продукции при одновременном сокращении расходов и максимальной ориентации на потребителя.

Концепция бережливого производства позволяет: производить продукцию и оказывать услуги в минимальные сроки с минимальными затратами с требуемым потребителем качеством; постоянно повышать удовлетворенность потребителей, акционеров и других заинтересованных сторон; постоянно повышать результативность и эффективность бизнес-процессов; упростить организационную структуру, улучшить процессы менеджмента; быстро и гибко реагировать на изменение внешней среды.

Философия бережливого производства основана на представлении бизнеса как потока создания ценности для потребителя, гибкости, выявлении и сокращении потерь, постоянном улучшении всех видов деятельности на всех уровнях организации, вовлечении и развитии персонала с целью повышения удовлетворенности потребителей и других заинтересованных сторон.

Бережливое управление – интегрированная система управления, которая базируется на повышении эффективности процессов через снижение всех видов потерь.

Основными ценностями бережливого управления являются: признание человеческого ресурса как главного источника создания ценности; своевременное выявление изменений требований пользователя с целью улучшения качества процессов или услуг; снижение потерь.

Принципы бережливого управления:

1. Стратегическая направленность – применение инструментов бережливого управления направлено на достижение стратегической цели развития управленческой системы.

2. Ориентация на создание ценности для пользователя – основным требованием к организации деятельности организации является восприятие ценности с точки зрения пользователя.

3. Организация потока создания ценности для пользователя – повышение эффективности деятельности организации достигается за счет выстраивания всех процессов и операций в виде непрерывного потока создания ценности.

4. Непрерывное усовершенствование – непрерывное усовершенствование деятельности организации заключается в снижении потерь в потоке создания ценности.

5. Вытягивание – выстраивание процесса осуществляется посредством вытягивания, при котором требования пользователя выполняются своевременно и в надлежащем объеме.

6. Встроенное качество – встроенное качество обеспечивается на всех этапах планирования и реализации процессов в деятельности организации за счет поиска и устранения потенциальных причин несоответствий.

7. Принятие решений, основанных на фактах – выявление проблем и принятие решений по их устранению осуществляется непосредственно на фактическом месте их возникновения.

8. Соблюдение стандартов – строгое соблюдение положений стандартов, регламентов, инструкций и других обязательных документов является необходимым условием функционирования и непрерывного усовершенствования процессов организации.

Организационные ценности бережливого управления:

1. Безопасность – жизнь и здоровье работников организации, потребителей воспринимается как приоритетная ценность. Безопасность следует рассматривать с точки зрения персонала, продукции, процессов организации.

2. Ценность для потребителя (в том числе качество продукции, процессов, систем) – организация должна рассматривать свою деятельность как выявление требований потребителей и создание ценности для них. Своевременное выявление изменения потребностей с целью повышения удовлетворенности потребителей, а также создание ценности, за которую готов платить потребитель, – необходимые условия существования конкурентоспособности и эффективности деятельности организации.

3. Клиентоориентированность (в том числе гибкость, адаптивность) – организации следует изучать потребности своих потребителей, своевременно выявляя изменение потребностей, формируя новые и привлекая новых потребителей.

4. Сокращение потерь – при реализации процессов в организации неизбежны затраты, часть из которых не является необходимой и относится к потерям. Устранение всех видов потерь следует рассматривать как важное условие конкурентоспособности. Выявление потерь и их устранение возможны в том случае, если в эту деятельность вовлечен весь персонал. Руководству организации следует формулировать такую установку, согласно которой потери являются опасными для ведения бизнеса и существования организации, а их сокращение должно восприниматься работниками как необходимость.

5. Время – это основной невоспроизводимый ресурс организации. Избыточное время, затрачиваемое на выполнение работ, оборачивается потерями, уменьшая способность организации реагировать на изменение требований и предпочтений потребителей.

6. Уважение к человеку – человеческий ресурс рассматривается как основной источник создания ценности для потребителя. Никакая технология не может обеспечить успех у потребителя – это делают люди, которые вносят существенный вклад как в обеспечение соответствия процессов, так и в их улучшение, используя технологии. В организации должна быть атмосфера, в которой работники получают признание своей компетенции, достижений и успехов. Организации следует направлять усилия на подготовку квалифицированных работников и поддержание соответствующей атмосферы.

Инструмент бережливого управления – средство осуществления действий, направленных на решение определенных задач или достижение определенной цели.

Метод бережливого управления – систематизированная совокупность шагов, действий, которые необходимо предпринять, чтобы решить определенную задачу или достичь определенной цели.

К основным методам бережливого управления относятся следующие: стандартизация работы, организация рабочего пространства (5S), картирование потока создания ценности (VSM), визуализация, быстрая переналадка (SMED), защита от непреднамеренных ошибок (Рока-Йоке), канбан, всеобщее обслуживание оборудования (TPM).

Стандартизация работы – точное описание каждого действия, порядка и правил осуществления производственной деятельности, включая определение времени выполнения действий, последовательности операций и необходимого уровня запасов.

Организация рабочего пространства (5S) – совокупность шагов по организации и поддержанию порядка на рабочих местах, начиная от поиска источников беспорядка до внедрения системы постоянного совершенствования рабочего пространства: сортировка, самоорганизация, систематическая уборка, стандартизация, совершенствование.

Картирование потока создания ценности (VSM) – метод, направленный на создание визуального образа информационных и материальных потоков, необходимых для выполнения заказа потребителя. Различают два вида карты: карта текущего состояния и карта будущего состояния.

Визуализация – расположение всех инструментов, деталей, производственных стадий и информации о результативности работы производственной системы таким образом, чтобы они были четко видимы, и чтобы каждый участник производственного процесса моментально мог оценить состояние системы.

Быстрая переналадка (SMED) – метод направлен на сокращение времени переналадки оборудования за счет преобразования внутренних действий по переналадке во внешние.

Защита от непреднамеренных ошибок (Рока-Йоке) – это метод, который предполагает создание защиты от непреднамеренных ошибок и состоит из трех основных этапов: предупреждение (операция не может начаться, поскольку устройство защиты от непреднамеренных ошибок обнаруживает ошибку до начала выполнения операции); контроль (операция не может завершиться,

поскольку устройство защиты от непреднамеренных ошибок не позволяет детали покинуть место обработки, если операция была произведена с ошибкой или обработка полностью не завершена); остановка (деталь не может попасть на следующую операцию, поскольку устройство защиты от непреднамеренных ошибок обнаруживает изготовленную несоответствующую деталь).

Канбан – информационная система, которая регулирует процессы снабжения материалами, производства и транспортирования продукции в нужном количестве и в нужное время на каждой производственной операции.

Всеобщее обслуживание оборудования (TPM) – система обслуживания оборудования, направленная на повышение эффективности его использования за счет предупреждения и устранения потерь на протяжении всего жизненного цикла оборудования. Всеобщее обслуживание оборудования предполагает вовлечение всех работников в деятельность по предупреждению и устранению потерь, связанных с оборудованием.

Данные инструменты применяются в разных областях деятельности: вооруженных силах, здравоохранении, образовании, банковской сфере, строительстве, логистике, коммунальном хозяйстве, торговле и прочих отраслях, а также в сфере государственного управления.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 56404-2015. Бережливое производство. Требования к системам менеджмента. Бережливое производство [Текст]: нац. стандарт Рос. Федерации / разработ. ЗАО «Центр «Приоритет». – Введ. 2015-06-02. – Официальное издание. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 23 с.
2. ГОСТ Р 56020-2020. Бережливое производство. Основные положения и словарь [Текст]: нац. стандарт Рос. Федерации / разработ. ЗАО «Центр «Приоритет». – Введ. 2021-58-01. – Официальное издание. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 20 с.
3. Об утверждении положения о бережливом управлении в органах исполнительной власти и государственных органах Белгородской области [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Белгородской области от 28 мая 2018 года № 161-пп. Документ опубликован // Справочная правовая система «Консультант плюс». Раз. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

4. Галий Е.А., Применение методов бережливого производства в государственном управлении [Текст] / Е.А. Галий, А.Ю. Сексяев // Перспективы развития науки и образования. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции 30 декабря 2017 г. Часть 2. Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком». – Тамбов, 2017. – С. 40-45.
5. Роздольская И.В. Проектирование стратегии «Бережливый регион»: применение принципов бережливого управления и Lean-технологий в региональном управлении / И.В. Роздольская, Ю.А. Мозговая // Модернизация регионов: управленческие механизмы и инновационные подходы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции, 8 февраля 2018 г.: Чебоксарский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». – Чебоксары, 2018. С. 77-81.
6. Ямбаева А.В. Теоретические аспекты управления производством на основе принципов концепции бережливого производства [Текст] / А.В. Ямбаева // Студенчество – Инновации – Экономика современной России: сборник материалов межрегиональной студенческой научной конференции по итогам НИР за 2016 год, 10 апреля 2017 г. / Марийский государственный университет. – Йошкар-Ола, 2017. С. 72-74.
7. Теория управления развитием бережливого производства товаров и услуг (теория управления бережливостью) [Текст] / В.В. Глущенко, И.И. Глущенко // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2017. –№ 2. С. 119-121.

АНАЛИЗ МЕТОДОВ СРАВНЕНИЯ КОНКУРЕНТОВ

Рябов Алексей Викторович

студент, кафедра менеджмента,

факультет заочного обучения,

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова,

РФ, г. Пермь

E-mail: screamekb@gmail.com

Давлетов Ильдар Ильдусович

научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова,

РФ, г. Пермь

В современных условиях предприятиям жизненно важно оценивать своё положение относительно соперников на рынке и впоследствии формировать стратегию конкурентных действий, основанную на знании и понимании игроков рынка, а не на интуиции руководства высшего звена или мотивах, навязанных фирмами-конкурентами. Для того, чтобы серьёзно и адекватно оценить текущее состояние самого предприятия, которое осуществляет анализ, а также его положение относительно положения соперников на рынке, применяется ряд методов, которые будут рассмотрены далее.

В первую очередь следует обратиться к инструментам, позволяющим оценить текущее состояние компании, поскольку применение методов, включающих непосредственную оценку конкурентов не даст должного результата без формирования представления об исходном ситуации на предприятии.

Одним из таких методов выступает 4А+А анализ компаний [2]. В данном случае оцениваются следующие показатели:

1) направление деятельности компании (Activities), то есть необходимо обозначить полный перечень продаваемых товаров или оказываемых услуг;

2) география деятельности фирмы (Arena), а именно города и страны, где компания осуществляет функционирование и рынки, на которые планирует выход;

3) преимущества бизнеса (Advantage), основные сильные стороны, способные помочь выдерживать конкуренцию;

4) основные каналы связи с компанией (Access), необходимо понимать, как потенциальный клиент может совершить первый контакт с фирмой и насколько это удобно и просто осуществить;

5) способность адаптации под запросы клиента (Adapt), так как важно осознавать, в чём выражается гибкость компании и каким образом обеспечивается удобство для клиента, а, следовательно, поддерживается лояльность к производителю. Очевидно, что данный инструмент является базовым и не предоставляет глубокого анализа деятельности бизнеса, однако, его применение на первом этапе необходимо для формирования целостного представления о роде деятельности и основных уникальных конкурентных преимуществах предприятий.

Для создания более полного представления о текущем положении бизнеса многие компании прибегают к использованию PESTLE-анализа. PESTLE-анализ представляет собой один из инструментов стратегического управления, необходимый для выявления и оценки внешних рисков компании. Данный метод берёт во внимание политические, экономические, социальные, технологические, юридические, а также экологические факторы, влияющие на деятельность компании [3]. Основной целью данной оценки является определение факторов внешней среды компании, степени, динамики и длительности их влияния на процессы её функционирования, а, следовательно, на стратегию работы с конкурентами, как части экстерналичного окружения фирмы.

Таким образом, PESTLE-анализ позволяет детально проанализировать характер и интенсивность влияния факторов внешней среды на предприятие.

Также важным этапом формирования представлений о позиции фирмы является анализ стейкхолдеров – лиц и организаций, имеющие интересы (профессиональные или общественные) в отношении фирмы, действия которых прямо или косвенно отражаются на управленческих решениях предприятия [1].

Анализ стейкхолдеров подразумевает выявление категорий лиц, с которыми взаимодействует компания и их оценку с точки зрения объёма власти, интересов,

отношения с компанией, а также характера существующих связей. Таким образом, данная методика позволяет предприятию определить круг непосредственно и косвенно влияющих на свою деятельность субъектов, понять силу и важность их воздействий и осознать конкурентные преимущества, которые уже существуют или могут быть созданы за счёт взаимодействия с данными группами лиц, в том числе непосредственно с прочими игроками на рынке.

Обращаясь к методам, включающих более подробное рассмотрение конкурентов, в первую очередь следует сосредоточить внимание на выявлении основных показателей рынка, а именно доли компании на рынке в сравнении с соперниками, а также реальной и потенциальной ёмкостей рынка. Данные показатели являются базовыми и необходимыми для формирования конкурентной стратегии.

Наиболее распространённым методом, призванным выявлять и создавать конкурентные преимущества для компании, является SWOT-анализ – это инструмент, используемый в стратегическом маркетинге для структурирования информации и разработке конкурентной стратегии в организации [4].

Как правило, говоря о данном инструменте, подразумевается рассмотрение позиции предприятия с четырёх точек зрения: выявления сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей для компании. Однако, данная матрица сама по себе не несёт ценности, для обеспечения возможности практического применения инструмента необходимо не просто выявить описанные выше параметры в соответствии с целью компании, проранжировав по убыванию значимости, но также произвести их перекрёстный анализ, прописать компенсирующие мероприятия для угроз, а также основные стратегии, которые могут быть использованы при тех или иных действиях, предпринимаемых соперниками.

В мировой практике фирмами при разработке шагов по достижению поставленных целей используются BCG-матрицы – инструмент стратегического и маркетингового анализа, помогающий компаниям и корпорациям усовершенствовать бизнес-процессы, делая их более оптимизированными и эффективными в сравнении с конкурентами [3]. Применение бостонской матрицы подразумевает

оценку темпов роста продуктов, производимых компанией в сравнении с аналогичными продуктами конкурентов и рынком в целом. При этом матрица учитывает долю конкретного товара или услуги относительно прочих товаров и услуг, производимых или оказываемых организацией.

Внедрение данного метода оценки продуктовой линейки компании позволяет сформировать знания у руководителей предприятий о том, на каком этапе жизненного цикла находится продукт, оценить эффективность вложенных средств, стратегические возможности и угрозы со стороны соперников для конкретного продукта и, следовательно, устойчивость рыночной позиции компании на рынке.

Помимо описанных выше методов анализа и сравнения субъектов одной экономической ниши, одним из наиболее широко известных подходов к анализу конкурентов остаётся модель пяти сил Портера. В целом, в соответствии с данным подходом, в борьбе на рынке учитываются пять сил (угроза появления новых игроков, рыночная власть покупателей, рыночная власть поставщиков, угроза появления товаров-заменителей, а также внутриотраслевая конкуренция), при этом совокупная оценка данных параметров (при оценивании используется балльная система) определяет потенциальную прибыльность и конкурентоспособность бизнеса. Данный инструмент позволяет не только определить ключевые «слабые места» компании, на которые следует обратить более пристальное внимание, но и выявить «сильные стороны» предприятия, на которые можно делать акцент при разработке стратегии конкурентных действий.

Одновременное применение данных методов позволяет компании в полной мере и с разных позиций оценить своё положение на рынке, выявить конкурентные преимущества или сильные стороны, которые могли бы ими стать, осознать аспекты деятельности, над которыми необходимо работать и развивать, чтобы выиграть в конкурентной борьбе.

Таким образом, существует перечень инструментов, помогающих проанализировать положение предприятия относительно конкурентов с различных точек зрения, учитывающих влияние разнообразных групп внешних субъектов рынка,

его значимость и силу для бизнеса, комплексное использование которых может стать основой для создания стратегии развития компании и формирования уникального торгового предложения. На мой взгляд, одновременное применение вышеперечисленных инструментов позволит оценить положение компании, принимая во внимание как возможности, имеющиеся у предприятия и угрозы со стороны соперников, так и требования потребителей к производимому продукту, что позволит создать наиболее эффективную стратегию поведения на рынке для компании.

Список литературы:

1. Агафонов В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: Монография / В.А. Агафонов. – Москва: Инфра-М, 2019. – 350 с.
2. Гуськов Ю.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Ю.В. Гуськов. – Москва: Альфа-М, 2019. – 448 с.
3. Носова С.С. Стратегический менеджмент: учебное пособие / С.С. Носова. – Москва: Русайнс, 2018. – 176 с.
4. Савченко А.Б. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / А.Б. Савченко. – Москва: Риор, 2019. – 440 с.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Рябова ЯнаМаратовна

*студент,
кафедра менеджмента, факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: screamekb@gmail.com*

Миронова Наталья Алексеевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь*

На сегодняшний день иностранный опыт мотивации персонала в целом направлен на комплексную работу с отдельным индивидом и представляет собой ориентацию на системные подходы мотивации персонала.

В мировой практике менеджмента сформировались три сильнейшие школы: Американская школа, Японская школа, Европейская школа.

На примере Германии рассмотрим Европейскую школу. Немецкая модель исходит из того, что в ее центре находится человек с его интересами как свободная личность, сознающая свою ответственность перед обществом. Свобода в экономическом смысле означает понимание интересов общества и нахождение своего места в системе производство - потребление. Социальная справедливость и солидарность - неперемненные предпосылки общественного консенсуса [4].

В данной стране вопросами управления персонала занимается специальная служба. В компетенцию службы может входить так же бухгалтерия и вопросы оплаты труда.

Европейская модель содержит в себе особенности оплаты труда. Затраты на персонал подразделяют на заработную плату, социальные блага и повышение квалификации. В договоре каждого работника существует пункт о неразглашении данных о зарплате другим сотрудникам компании. Практикуется конфиденциальная оценка и аттестация сотрудников. При этом работник должен быть

согласен с оценкой своего труда, в случае не соглашения он должен обратиться к вышестоящему руководству.

Для обмена опытом в европейских странах формируются ассоциации работников служб по управлению персоналом, в Германии они пользуются популярностью и насчитывает более 5 тыс. человек. В крупных организациях практикуется ротация сотрудников по разным должностям, но с сохранением заработной платы.

Общей особенностью европейской модели является то, что каждое подразделение проводит собственную политику в области человеческих ресурсов, несмотря на то, что на уровне всего холдинга даются лишь общие рекомендации [2].

Японская модель мотивации персонала строится с учетом трех факторов: возраста, стажа работы и профессионального мастерства. Расчёт заработной платы осуществляется по тарифной сетке, с помощью которой определяется оклад как сумма выплат по трем разделам: за возраст, за стаж работы, за квалификацию и мастерство, характеризующиеся категорией и разрядом.

Американская модель мотивации персонала основана на социально-культурных особенностях нации - массовой ориентации на достижение личного успеха каждого, а также на высоком уровне экономического благосостояния. Наибольшее распространение получили различные модификации повременной системы оплаты труда с нормированными заданиями, дополненные всевозможными формами премирования. На американских предприятиях применяется партисипативное управление мотивацией, существующее в следующих формах: участие работников в прибылях и собственности; участие работников в доходах; участие работников в управлении.

Японская и американская модель управления имеют некоторое сходство, зачастую можно заметить смешение этих школ. Сходство может выражаться в подготовке сотрудников и в принципе движения кадров.

Различия этих двух моделей управления состоят в том, какими принципами менеджеры Америки и Японии руководствуются при мотивации персонала. В Японии больше делают акцент на повышение квалификации, объединение

целей работника с поставленными целями фирмы, подготовку сотрудников, признательность сотрудника компании (за стабильность и гарантии в работе, за хорошие условия жизни и труда). В Американской модели наоборот, фирмы делают акцент на денежное вознаграждение, страх потерять работу, конкуренцию, сокращение и другие способы. То есть мотивация в США направлена на использование внешних ресурсов, таких как деньги, льготы и т.д., а в Японской школе мотивации наоборот, используются внутренние ресурсы, индивидуальные потребности, целей, самосовершенствования в работе.

В отличие от Американского и Европейского метода мотивации персонала, Японский метод более прогрессивный, в случае если бы японцы не были бы поставлены в столь жесткие условия существования, как нехватка пространства и природных ресурсов, их рычаги и механизмы не были бы столь безграничными и не сформировались бы именно в таком виде [4].

Некоторые из американских компаний все-таки обратили внимание на работу коллег с Востока и заимствовали несколько методов мотивации (уважение к личности, гарантия на пожизненную занятость, единый статус работников). На примере компании IBM уважение к личности подразумевается, как формирование способностей каждого сотрудника, предоставление развития карьерного и творческого роста, развитие и внедрение новых идей. При этом уровень мотивации повышается, за счет того, что уважение к личности является залогом стабильности работников в компании, а значит их стремление к качеству своей работы [2].

Как показывает опыт развития европейских компаний, в последние 30 лет отмечался рост популярности различных способов, направленных на измерение эффективности трудовой деятельности. Это связано с необходимостью принятия под контроль тех сторон работы предприятия, которые не могут быть проанализированы посредством традиционной бухгалтерии. По оценкам ряда зарубежных исследователей, базирующиеся на финансовых показателях способы измерения эффективности не позволяют выявить все критически важные для предприятия факторы [3].

В современной зарубежной литературе описано несколько технологий, которые доказали свою результативность при внедрении внутрикорпоративных систем измерения эффективности. В их числе можно выделить:

- сбалансированную систему показателей;
- систему результатов и детерминант;
- призму эффективности;
- матрицу оценки эффективности;
- пирамиду SMART.

Общими чертами этих методов является их многомерность, а также сочетание обширного спектра финансовых и нефинансовых показателей. Однако, несмотря на наличие нескольких популярных подходов к измерению эффективности, имеется потребность в проведении более глубоких исследований в данной области и разработке динамичных, изменяющихся в соответствии с обстоятельствами системами.

Одной из современных систем оценки трудовой деятельности является система ключевых показателей эффективности (англ. Key Performance Indicators, KPI). Ключевые показатели (KPI) стали частью системы сбалансированных показателей. Данная система разработана и широко применяется на Западе, в странах Западной Европы и США. Как показал зарубежный опыт, введение этих коэффициентов повысило эффективность и результативность работы как частных компаний, так и государственных и муниципальных органов исполнительной власти. И сегодня во времена глобализации и мировой интеграции Россия, разрабатывая свои собственные методики и проводя свои реформы, учитывает и зарубежный опыт, в том числе использует и внедряет успешные зарубежные технологии, такие как KPI.

С помощью уже применяемой в зарубежных компаниях системы формирования дополнительного вознаграждения с использованием KPI можно выделить основные показатели, которые просты и понятны сотрудникам [1]. Показатели эффективности должны быть адресны, достижимы, прогнозируемы, легки к

восприятию, просты в измерении, ограничены, сопоставимы и экономически обоснованы.

Список литературы:

1. Аллин О.Н. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала / О.Н. Аллин, Н.И. Сальникова. – Москва : Генезис, 2018. – 248 с.
2. Дуракова И.Б. Управление персоналом: Учебник. / И.Б. Дуракова, Л.П. Волкова, Е.Н. Кобцева. – Москва : Инфра-М, 2019. – 384 с.
3. Михайлина Г.И. Управление персоналом: Учебное пособие / Г.И. Михайлина, Л.В. Матраева. – Москва : Дашков и К, 2019. – 280 с.
4. Федорова Н.В. Управление персоналом: Учебник / Н.В. Федорова, О.Ю. Минченкова. – Москва : КноРус, 2019. – 432 с.

СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Северинов Артур Завенович
магистрант, Институт экономики и управления,
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
РФ, г. Екатеринбург
E-mail: sevartur@bk.ru

STRATEGIES FOR IMPLEMENTATION OF FOOD PRODUCTS IN THE ERA OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Artur Severinov
graduate student,
Institute of economics and management,
Ural Federal University,
Russia, Ekaterinburg

АННОТАЦИЯ

Основная задача исследования – проанализировать существующие модели онлайн-торговли продуктами питания на российском рынке. Актуальность исследования связана с широким ростом розничной онлайн-торговли продуктами питания под влиянием эпохи цифровизации. Для оценки приведенных в статье моделей, а также объектной отрасли применялся SWOT-анализ. В результате были описаны ключевые преимущества и недостатки онлайн-ритейла продуктов питания. Так же были установлены некоторые причины сотрудничества торговых сетей и специализированных сервисов доставки.

ABSTRACT

The main objective of the research is to analyze the existing models of online food trade in the Russian market. The relevance of the study is associated with the widespread growth of online food retailing under the influence of the digital age. To assess the models presented in the article, as well as the object industry, a SWOT analysis was used. As a result, the key advantages and disadvantages of online food retail were described. Also, some reasons for the cooperation of retail chains and specialized delivery services were established.

Ключевые слова: онлайн-ритейл, сервисы доставки, цифровизация, продукты питания.

Keywords: online retail, delivery services, digitalization, foodstuffs.

Ключевое место организации жизнедеятельности человека занимает торговля, ведь первые рынки стали появляться задолго до нашей эры. Как в то время, так и сейчас, основным смыслом торговли является предложение к обмену, либо к продаже товарно-материальных, а также нематериальных ценностей с целью извлечения выгоды из этого процесса.

«Экономика, на сегодняшний день, ориентирована на использование новейших продуктивных технологий и освоение достижений научных мыслей. Новые веяния способствуют возникновению информационной среды, приходящей на смену традиционной экономике. В рамках таких реалий, экономическая сторона жизнь общества подвергается не только изменению своего содержания, потребность в модернизации реализуется, в том числе и в виртуальной реальности» [1, с. 321-324].

Западные экономисты, такие как Д. Эймори И. Голдовский рассматривают электронную коммерцию как интернет торговлю: «Под электронной коммерцией подразумевается продажа товаров, при которой как минимум организация спроса на товары осуществляется через Интернет» [2, с. 86-90].

Главный принцип, на котором основана розничная торговля – это общедоступность, то есть организация неограниченного доступа потребителей к использованию (приобретению) товаров и услуг [3].

Затрагивая российский рынок электронной торговли, стоит отметить следующее: в России у потребителей все еще большую роль играют наличные деньги. Более 60% предпочитают оплачивать покупки наличными, что препятствует развитию интернет-торговли. Еще одним важным фактором является сохранение у российских потребителей недоверительного отношения к электронным платежным системам в отношении их надежности и законности [4].

SWOT анализ онлайн-ритейла

<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Возможность заказать продукты людям с ограниченными возможностями (ограниченное движение/болезнь). 2) Возможность приобретения продуктов людьми в незнакомой местности (путешествие). 3) Возможности для аналитики (оперативное получение оценки за заказ) 4) Возможность сделать заказ на чей-либо адрес 5) Экономия времени 6) Зона комфорта (отсутствие очередей и т.д.) 7) Экономия (бесплатная доставка) 8) Пока онлайн заманивает людей, используется много стимулирования спроса 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Барьеры в использовании онлайн-сервиса для старшего поколения и в малых городах 2) Возможность недостоверной информации на сайте (наличие товара/ассортимент) 3) Безопасность сайта 4) Уменьшение импульсивных покупок (плюс для покупателя в случае экономии) 5) Минимальная сумма заказа 6) Невозможность в полной мере оценить товар 7) Время доставки 8) Есть риск получить не те продукты, которые вы заказывали.
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ускоренное развитие онлайн-проектов 2) Расширение географии 3) Поиск новой аудитории в онлайн 6) Продукты питания – это один из немногих секторов экономики, у которого меньше всего рисков иметь экономический стресс. 7) Увеличение товарооборота в летний период из-за сложностей туризма. 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ухудшение финансового положения покупателей по причине экономического спада или нестабильной экономики 2) Рост закупочных цен 3) Изменение тенденции 4) Изменение правового и налогового регулирования отрасли 5) Появление сильных конкурентов

По результатам swot-анализа (Таблица 1) можно сделать вывод, что у онлайн-ритейлу продуктов питания скорее уготовано «светлое» будущее, поскольку при наличии сильных преимуществ, слабые стороны выступают как некоторые риски покупателя. Для отрасли же в целом, сейчас самый благоприятный момент к развитию.

Еще несколько лет назад все магазины можно было разделить на те, в которых существует возможность доставки и на те, в которых такой возможности нет. Однако изменение ситуации на рынке заставило последних внести изменения в свою деятельность. Развитие интернет-торговли стало «ядерным топливом» для развития курьерских служб доставки. Расширились существующие компании, появлялись новые, рос штат курьеров.

В настоящее время компания для выхода в «онлайн» может не иметь собственного отдела доставки, ей достаточно заключить партнерство со

специализированными сервисами, например, СберМаркет. Так же компания может совместить развитие собственного отдела с партнерством.

Существуют различные модели, как например собственный отдел доставки на базе собственного штата курьеров или аналогичный отдел, но с внешней службой доставки, например, Яндекс.Такси.

В целом партнерство является более надежным в период высокой нагрузки (праздники) из-за неограниченных мощностей, так же плюсом является гарантия сохранности средств, по причине полной материальной ответственности партнера. Рассмотрим преимущества сервиса доставки без внешних партнеров (Таблица 2)

Таблица 2.

SWOT-анализ модели с собственным штатом курьеров

<p>Сильный стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Возможность принятия платежа от клиента 2) Контроль за курьерами 3) Возможность выбрать удобную систему мотивации 4) Консультация покупателя 5) Экспресс-доставка 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Найм и обучение персонала 2) Нехватка мощности в период повышенного спроса(праздники) 3) Затраты на оборудование для курьеров 4) Возможность кражи
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Появление уникальных возможностей в модернизации сервиса 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Невостребованность сервиса

Далее рассмотрим сотрудничество с специализированными сервисами доставки и проведем аналогичный анализ (Таблица 3).

Таблица 3.

SWOT-анализ сотрудничества с специализированными партнерами

<p>Сильный стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) В случае с Metro, полный аутсорсинг услуг. 2) Увеличение числа клиентов 3) Стимулирование сбыта от сервиса (промокоды/купоны/бесплатная доставка) 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) В случае существования собственной службы доставки, в будущем можно стать конкурентами
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Появление новых партнеров 2) Увеличение числа клиентов 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Потеря партнерства и полная неподготовленность в самостоятельной работе на онлайн рынке. 2) Изменение условий партнерства

Руководство сервисов доставки считает магазины своими партнерами [5].
Руководство торговых сетей в большем числе имеет аналогичную точку зрения.

Однако стоит учесть, что многие прибегли к услугам партнера из-за слабой подготовленности собственной инфраструктуры во избежание отставания от рынка.

Переходя к выводам, можно подчеркнуть следующие моменты:

1) Будущее у онлайн-ритейла на рынке продуктов питания крайне перспективное и в настоящее время наблюдается самый благоприятный к развитию период.

2) На сегодняшний день компаниям просто необходимо развивать онлайн составляющую в своей деятельности, ради сохранения конкурентоспособности.

3) Выбор той или иной стратегии зависит как от размера бизнеса, так и от начальных характеристик компании (этап развития), однако по мнению авторов, для максимизации товарооборота стоит сотрудничать со специализированными сервисами доставки и одновременно развивать собственный сервис.

4) Некоторые компании прибегли к сотрудничеству со специализированными сервисами из-за слабой подготовленности к ведению торговли на онлайн-рынке своими силами.

Список литературы:

1. Быстрова Н.В., Хижная А.В., Мазунова А.А., Парадеева И.Н. Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 8-2. С. 321-324.
2. Быстрова Н.В. Максимова К.А. Электронная коммерция и перспективы ее развития // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. №7 (33) С. 86-90.
3. Ритейл: онлайн и офлайн [Электронный ресурс]. URL: https://mbschool.ru/articles/retail/retail_online_offline#:~:text=Ключевой%20принцип%2C%20на%20котором%20основывается,бизнеса%20определяется%20Опокупательской%20способностью%20населения. (Дата обращения: 13.03.2021).

4. Холодкова К.С. Анализ рынка электронной коммерции в России // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/26760> (дата обращения: 20.02.2021).
5. На чем зарабатывают сервисы по доставке продуктов [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/food/65111-na-chem-zarabatyvayut-servisy-po-dostavke-produktov-i-kogda-etot-biznes-stanet-pribylnym-v-rossii> (Дата обращения: 25.02.2021).

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Стерлягова Екатерина Алексеевна

*студент, кафедра менеджмента,
факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: k-sterlyagova@mail.ru*

Черникова Светлана Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь*

Создание в аграрно-промышленном комплексе системы мотивации труда как совокупности мотивов трудового поведения в экономической деятельности людей требует учета объективно обусловленной специфики аграрного труда и сельского образа жизни и относится к числу не только самых важных, но и самых сложных проблем.

Работа работника аграрной сферы очень тяжелая и требует большого напряжения всех духовных и физических сил. Для полного раскрытия и возможности использования этих сил нужна постоянная мотивация к труду - рациональное сочетание мотивов и стимулов материального, морального и психологического характера. То есть затраченный труд должен обеспечивать надлежащий заработок. При этом важно, чтобы рабочий в процессе труда и, особенно при завершении определенного цикла работ и получении конечных результатов в виде продукции или других последствий своей деятельности чувствовал моральное творческое удовлетворение, радость и гордость.

Систему мотивации персонала организации можно представить, как совокупность взаимосвязанных методов мотивации персонала, формирующаяся в организации для реализации ее стратегических целей, которые, в свою очередь, формулируются с учетом факторов внутренней и внешней среды организации [3].

Базисным компонентом мотивационного механизма является материальное стимулирование, основная форма которого - оплата труда. По мнению большинства ученых, нематериальные инструменты мотивации действуют лишь тогда, когда работники удовлетворены с материальной точки зрения.

В сельском хозяйстве, охоте и лесной отрасли зафиксирован самый низкий уровень заработной платы работников. Как сообщает Росстат, ее средний уровень составил 21,45 тыс. руб., или лишь 58% от среднего общероссийского показателя (36,75 тыс. руб.). По сравнению с 2015 годом заработок аграриев хоть и увеличился почти на 2 тыс. руб., но сохранил за собой последнее место [2].

В то же время, как отмечает Всемирный банк в своем майском докладе, в российском сельском хозяйстве низка и производительность труда по сравнению с конкурентами на международных рынках. «Таким образом затраты на труд в настоящее время не превышают затраты западных производителей», - констатируется в докладе.

Чтобы оплата труда имела стимулирующее воздействие на работников предприятий АПК, необходимо менять ее структуру: увеличивать долю переменной составляющей (премий и дополнительных стимулирующих выплат, находящихся в прямой зависимости от результатов труда).

При разработке системы премирования необходимо учитывать следующие условия:

- для премирования требуется выбирать наиболее важные показатели деятельности предприятия (коллектива), а их достижение должно зависеть от усилий премируемого работника;
- в сельском хозяйстве следует стимулировать достижение не только индивидуальных результатов, но и результатов работы коллектива в целом, так как успех деятельности зависит от слаженной и эффективной работы всего коллектива предприятия. В данной связи важно как текущее, так и годовое премирование (по итогам производственно-финансовой деятельности);
- размер премии не может быть стабильным, он должен четко коррелировать с полученным результатом (ежемесячное премирование равнозначными

суммами воспринимается работниками как часть получаемой заработной платы и не имеет стимулирующего эффекта);

- временной промежуток между достижением результата и получением премии должен быть минимальным, благодаря этому работники осознают, что их достижения не только своевременно замечаются руководством, но и вознаграждаются им (чем больше указанный промежуток, тем меньше эффект);

- правила определения вознаграждения должны быть хорошо понятны работникам и оценены ими как справедливые [1].

Руководитель должен знать, что премирование может не только выступать как экономический фактор мотивации, но и играть социально-психологическую роль - содержать элементы соревновательности и быть символом успеха в трудовой деятельности.

Наибольший эффект будет обеспечен, если премирование по итогам года (квартала или сезона полевых работ) будет подкреплено нематериальными стимулами, так называемыми «вознаграждениями признательности». Вручаемые в торжественной обстановке вымпелы, грамоты, присвоение звания «лучший по профессии», объявление благодарности руководством предприятия, публикация заметки в газете и тому подобное выступают средством социального одобрения достижений работника и являются сильным мотивирующим фактором, так как удовлетворяют потребность тружеников в самоутверждении.

На сельскохозяйственных предприятиях целесообразно усилить участие работников в распределении прибыли, создать фонды материального поощрения. При этом проводить оценивание каждого работника по следующим признакам трудовой деятельности:

- мотивационный потенциал (разнообразие навыков, значимость работы, находчивость, самостоятельность, умственные способности, трудолюбие, аккуратность);

- производственная активность (производительность труда, качество работы, уровень квалификации, соблюдение технологического процесса, трудовая дисциплина, отношение к инструменту);

- социальная активность (коммуникабельность, взаимоотношения с коллегами и руководством, участие в управлении производством и коллективных мероприятиях);

- творческая активность (отношение к нововведениям, участие в изобретательстве) [4].

Среди нематериальных инструментов, которые приводят к более высокой удовлетворенности и эффективности персонала, эксперты отмечают своевременную обратную связь в виде предоставляемой сотрудникам информации о последствиях их работы и поведения.

В сельском хозяйстве актуальным мотиватором является улучшение социально-бытовых условий жизни работающих.

Материальное и нематериальное вознаграждение, получаемое работником, должно быть значимым для него, лишь тогда это будет оказывать стимулирующий эффект. Следовательно, руководители должны очень хорошо знать членов своих коллективов и уметь определять их мотивационную структуру. Мотивация труда - это сложный процесс, так как не существует каких-либо шаблонов формирования мотивационного механизма в организации. Сочетание материальных, социальных и психологических факторов мотивации зависит от специфики производства, от потребностей и интересов персонала [2].

Формирование эффективной системы мотивации - процесс достаточно сложный, так как в результате ее создания должен быть разработан комплекс мероприятий, которые повысят заинтересованность персонала в быстром достижении лучшего результата для организации [3].

Необходимо отметить, что следует выполнять некоторые условия, для того чтобы система мотивации персонала была эффективной:

- Система мотивации должна быть согласована со стратегией развития организации и политике стимулирования не идя с ними вразрез. Условие говорит, что основание для мотивации персонала должно определяться, в зависимости от цели развития, которые составляют стратегию.

- Условие справедливости системы мотивации, это значит, что при наличии оснований для стимулирования персонала должны использоваться формы, указанные в Положении о стимулировании персонала в соответствии с данным основанием. Никакое стимулирование не должно использоваться без надлежащего основания.

- Использование системы мотивации должно принимать неизбежный характер. Каждый раз при наличии соответствующего основания должно осуществляться стимулирование [1].

Все сотрудники организации должны быть проинформированы о системе стимулирования. Данное условие особо важное, в случае если выполнены все выше описанные, а сотрудники не осведомлены об имеющейся системе поощрений и взысканий, то работник тогда не сможет скорректировать свое поведение в компании. Каждый сотрудник должен видеть, что стимулирование выполняется согласно Положению. Иначе система стимулирования начнет оказывать разрушающее влияние, потому что сотрудник не поймет критерии, согласно которым будет оцениваться его работа. Помимо прочего, создание системы стимулирования персонала должно соответствовать конкретной методике, разработанной специально для каждой организации, и которой надлежит строго придерживаться.

Список литературы:

1. Варакулина М.В. Система управления персоналом предприятия: концептуальная модель и механизм ее реализации: монография / М.В. Варакулина. – Брест: БрГУ, 2019. – 178 с.
2. Управление персоналом в России: теория, отечественная и зарубежная практика: монография / [Б.М. Генкин и др.]. – М.: Инфра– М, 2018. – 282 с.
3. Потемкин В.К. Управление персоналом / В.К. Потемкин. - СПб.: Питер, 2019. - 32 с.
4. Чуланова О.Л. Управление персоналом на основе компетенций: Монография / О.Л. Чуланова. - М.: Инфра-М, 2018. - 400 с.

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОБЪЕКТ АНАЛИЗА

***Бабрицкая Анастасия Александровна**
студент, институт магистратуры,
Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова,
РФ, г. Белгород
E-mail: anastasi16babritskaya@mail.ru*

***Кириченко Анна Леонидовна**
студент, институт магистратуры,
Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова.
РФ, г. Белгород*

***Загурский Максим Сергеевич**
студент, институт магистратуры,
Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова.
РФ, г. Белгород*

FINANCIAL RESULT OF THE ENTERPRISE AS AN ANALYSIS OBJECT

***Anastasia Babritskaya**
Student, magistracy institute,
Belgorod State Technological University them. V. G. Shukhova,
Russia, Belgorod*

***Anna Kirichenko**
Student, magistracy institute,
Belgorod State Technological University them. V. G. Shukhova.
Russia, Belgorod*

***Maxim Zagursky**
Student, magistracy institute,
Belgorod State Technological University them. V. G. Shukhova.
Russia, Belgorod*

АННОТАЦИЯ

Базовым аспектом функционирования рыночного механизма является набор экономических показателей, необходимых для планирования и объективной оценки производственно-хозяйственной деятельности организации. Поэтому ключевая роль в системе экономических показателей отводится прибыли и рентабельности операций, как индикаторам финансового результата предприятия.

ABSTRACT

The basic aspect of the functioning of the market mechanism is a set of economic indicators necessary for planning and objective assessment of the production and economic activities of the organization. Therefore, the key role in the system of economic indicators is assigned to profit and profitability of operations, as indicators of the financial result of the enterprise.

Ключевые слова: слово; слово; слово.

Keywords: Financial result, profit, profitability.

Проведение объективного и всестороннего финансового анализа хозяйственной деятельности, безусловно, является значимой частью работы любого предприятия. Он позволяет установить характерные черты деятельности компании, выявить недостатки в управлении и причины их возникновения, а также помогает оптимизировать процесс деятельности по полученным результатам.

Финансовый результат – это показатель хозяйственной деятельности предприятия, отражающий увеличение или уменьшение доходов (расходов) за определенный период времени. Под конечным финансовым результатом понимается сравнение доходов и расходов в контексте различных видов и исследований работы компании в целом [2].

При рассмотрении финансовых результатов необходимо следовать логике движения от общего к частному, а также определять влияние частного на общее.

Показатели финансовых результатов определяют абсолютное влияние управления бизнесом во всех сферах деятельности: в производстве, продажах, поставках, финансах и инвестициях. Они составляют основу экономического развития предприятия и укрепления его финансовых отношений со всеми подрядчиками.

Для экономического анализа необходимы постоянные сравнения (например, фактические результаты, результаты прошлых лет, достижения других организаций и т. д.), таким образом можно увидеть, насколько четко и в верном ли направлении выполняется план развития предприятия. Достоверность анализа финансовых результатов имеет первостепенное значение для всех: участников фондового рынка, инвесторов, аудиторов, акционеров компании, поставщиков продукции, страховщиков, покупателей товаров и так далее [3].

В настоящее время существует шесть основных методов финансового анализа. Состав и особенности методов анализа финансового результата приведены в таблице 1.

В ходе анализа выявляются причины, из-за которых происходят изменения финансового состояния предприятия, а также способы их решения.

На практике невозможно применить только один из методов анализа, потому что финансовым положением бизнеса интересуются разные группы пользователей. Чтобы управлять бизнесом, результаты финансового анализа необходимы для оценки прошлой деятельности компании и подготовки решений относительно будущей финансовой политики предприятия, а внешние пользователи используют результаты анализа для принятия решений о покупке, инвестировании, заключении долгосрочных контрактов или прекращении сотрудничества.

Таблица 1.

Состав и характеристика используемых методик анализа финансового результата

Методика анализа финансового результата	Характеристика
Горизонтальный анализ	заключается в выявлении изменений величин различных статей отчетности за конкретный период с последующей оценкой этих изменений. При проведении этого вида анализа требуется построение нескольких аналитических таблиц, в которые вносят как абсолютные балансовые показатели, так и относительные темпы роста (снижения). Исходными данными служат базисные темпы роста (снижения) за несколько периодов.
Вертикальный анализ	используется для анализа структуры сложных экономических показателей, который позволяет определить долю каждой составляющей сложного показателя в общей совокупности. Вертикальный анализ проводится по исходной или объединенной отчетности
Интегральный анализ	под интегральным анализом понимается процесс изучения влияния отдельных факторов на общий показатель. При его проведении применяют детерминированные и статистические приемы исследования. Интегральный анализ может быть прямым и обратным. В последнем случае он представляет собой не анализ, а синтез – отдельные его элементы соединяются в одно целое.
Трендовый анализ	при проведении трендового финансового анализа рассчитывают относительные отклонения параметров отчетности от базисного уровня. По сути, трендовый анализ представляет собой вариант горизонтального анализа. Он носит перспективный характер, поскольку позволяет спрогнозировать изменение ряда показателей в будущем. Проведение трендового анализа подразумевает использование соответствующего математического аппарата.
Сравнительный анализ	проводится на основе вертикального и горизонтального анализа. Аналитическое сравнение проводят по трем группам показателей: структуры баланса, динамики баланса; структурной динамики баланса. Сравнительный анализ часто применяется для анализа структуры имущества и источников его формирования.
Метод коэффициентов	представляет собой расчет отношений показателей отчетности (финансовых коэффициентов) и определение их взаимосвязей. Финансовые коэффициенты характеризуют ниже перечисленные стороны экономической деятельности предприятия: <ul style="list-style-type: none"> - платежеспособность; - финансовая зависимость или финансовая автономия; - деловая активность; - эффективность работы; - рыночные характеристики организации.

Применимость конкретного вида анализа для удовлетворения информационных потребностей пользователей представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Применяемые методы анализа в зависимости от потребностей пользователей

Пользователи	Вид анализа
Руководство предприятия	горизонтальный, вертикальный, трендовый
Кредиторы	сравнительный, метод коэффициентов
Инвесторы	сравнительный
Менеджеры	интегральный
Персонал	горизонтальный

В заключение следует отметить, что для разработки эффективных управленческих решений, установленных по результатам финансового анализа, методологические подходы, используемые для этого, должны сочетаться с другими областями анализа (анализ производства и маркетинга), которые расширяют возможности достижения и надежности оценки перспектив развития бизнеса.

Список литературы:

1. Бреславцева Н.А. Бухгалтерский учет: учебное пособие / Н.А. Бреславцева, Н.В. Михайлова, О.Н. Гончаренко. – Ростов н/Д: Феникс, 2017 – 318 с.
2. Васильева Л.С. Финансовый анализ: учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2013. – 816 с.
3. Леонгардт В.А. Учет и анализ (финансовый и управленческий учет и анализ): учебное пособие / В.А. Леонгардт. – Ростов н/Д: Феникс, 2015. – 445, [1] с.

ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОНТРАКТОВ

Магомедова Асият Дарбишевна

*магистрант, кафедра финансы и кредит,
Воронежский государственный университет,
РФ, г. Воронеж
E-mail: asiyat_m@mail.ru*

Затонских Игорь Тимофеевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.
Воронежский государственный университет,
РФ, г. Воронеж*

FEATURES OF BANKING SUPPORT OF COMMERCIAL CONSTRUCTION CONTRACTS

Asiiat Magomedova

*Candidate for a Master's Degree,
Department of Finance and Credit,
Voronezh State University,
Russia, Voronezh*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается развитие проектного финансирования в сфере жилищного строительства в Российской Федерации и переход банков на новую схему банковского кредитования, положительные и отрицательные стороны данной реформы, особенности банковского сопровождения.

ABSTRACT

This article examines the development of project financing in the field of housing construction in the Russian Federation and the transition of banks to a new bank lending scheme, the positive and negative aspects of this reform, and the features of banking support.

Ключевые слова: строительная отрасль, банковские операции, строительные компании, банковское кредитование, банковское сопровождение.

Keywords: construction industry, banking operations, construction companies, bank lending, banking support.

Строительная отрасль представляет собой одну из крупнейших отраслей экономики, определяющая роль которой заключается в формировании условий для динамичного развития экономики страны. За последние десятилетия сфера жилищного строительства, в том числе его регулирование, развивалась значительными темпами. С 1 июля 2019 года официально осуществлен переход к проектному финансированию, при котором источником обслуживания долговых обязательств являются денежные потоки, генерируемые проектом. Специфика этого вида инвестирования состоит в том, что оценка затрат и доходов осуществляется с учётом распределения риска между участниками проекта [1].

В соответствии с Постановлением Правительства РФ № 697 от 18 июня 2018 года разработаны критерии (требования), которым должны соответствовать уполномоченные банки и банки, которые имеют право на открытие счетов эскроу для расчетов по договорам в долевом строительстве. Банк России в соответствии со статьей 15 Федерального закона от 30 декабря 2004 года № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости», размещает информацию о банках, имеющих право на открытие счетов эскроу [4]. В перечень таких банков включаются банки, имеющие кредитный рейтинг по национальной рейтинговой шкале не ниже уровня «BBB-(RU)» и (или) «ruBBB-».

При этом для банков с кредитным рейтингом ниже чем «А-» и до «BBB-» включительно устанавливается лимит суммы задолженности по всем договорам о предоставлении целевых кредитов застройщикам в размере не более 20% величины собственных средств (капитала) банка.

Застройщики, которые используют счета эскроу для оплаты по договорам долевого участия, могут получить кредит достаточный для ввода дома в эксплуатацию. Банк при этом обеспечивает безопасность проводимой финансовой сделки и контролирует целевое расходование средств участников долевого

строительства, привлекаемых непосредственно застройщиками при заключении сделок по договорам долевого участия в строительстве. Защищенность средств граждан является фактором, повышающим спрос на жилье на первичном рынке.

Также были пересмотрены подходы по формированию резервов кредитными организациями при предоставлении кредитов застройщикам с использованием счетов эскроу, который позволяет банкам определять объемы формируемых резервов и ставку по кредитам застройщикам с учетом эффективности проекта строительства.

Анализ современной системы развития проектного финансирования в Российской Федерации позволил выделить положительные и отрицательные стороны реформы. К отрицательным сторонам можно отнести следующие: увеличение стоимости новостроек на начальной стадии строительства; уход с рынка строительных компаний, которые не перешли на новые требования, готовность банков работать со счетами эскроу и финансировать застройщиков. Среди положительных моментов проводимой реформы следует отметить возможность снижения системных рисков, контроль целевого использования денежных средств, прозрачность первичного рынка, так как ненадежным застройщикам будет закрыт вход на него, консолидация небольших девелоперов. Средства граждан, вложенные в приобретение жилья, будут храниться на банковских счетах эскроу, строительство при этом будет вестись за счет банковских кредитов. Воспользоваться деньгами дольщиков застройщики смогут только после ввода объекта в эксплуатацию и регистрации в Едином государственном реестре недвижимости права собственности на первую квартиру. У строительных компаний имеется надежный источник финансирования на весь срок реализации проекта.

Особенность финансирования с использованием счетов эскроу заключается в возможности минимизировать ставку по кредиту при значительном размере поступлений денежных средств участников долевого строительства на счета эскроу. При значительном превышении остатков на этих счетах над суммой задолженности по проектному кредиту ставка может быть снижена до 0,01%.

Показатели проектного финансирования в долевого жилищном строительстве в мае 2020 года продолжали расти, о чем свидетельствуют результаты обследования банков, открывающих расчетные счета застройщиков и счета эскроу. Однако темпы роста, как и в апреле, продолжали снижаться по сравнению с началом текущего года, что связано с влиянием ограничительных мер, вызванных эпидемией коронавируса.

Меры государственной поддержки оказали значительное влияние на строительную отрасль на фоне проблем, обострившихся из-за пандемии. Развитие рынка жилищного строительства сталкивается и с рядом ограничений со стороны спроса. Цели, поставленные в национальном проекте, предполагают сохранение и даже ускорение темпов роста ипотечного кредитования по сравнению с 2018 годом. Их достижение приведет к росту долговой нагрузки населения и дальнейшему снижению нормы сбережений. При этом основной объем спроса, поддерживаемого ипотекой, придется на вторичный рынок жилья, а не на приобретение квартир в новостройках.

По данным Банка России, в сентябре 2020 года в банках открыто более 215 тыс. счетов эскроу, объем денежных средств, размещенных участниками долевого строительства на счетах эскроу вырос до 730,5 млрд руб. Банки одобрили финансирование более чем на 1,8 трлн руб., а объем ссудной задолженности достиг 667 млрд руб., средняя процентная ставка на всем жизненном цикле кредитного договора составляет 4-6%. Средний срок рассмотрения заявки составляет 30-45 дней [5]. По состоянию на 1 апреля 2021 года по завершенным проектам с использованием счетов эскроу раскрыто более 91 тыс. таких счетов. Сумма средств, перечисленных с них застройщикам и банкам в погашение предоставленных кредитов, составила 247,5 млрд руб.

Новые механизмы проектного финансирования долевого жилищного строительства и переход банков на новую схему банковского кредитования позволяет решать задачи, обеспечивающие эффективное и бесперебойное функционирование системы защиты прав вкладчиков, что позволяет повысить спрос на участие в данной модели и обеспечить заинтересованное участие банков в

обеспечении финансирования строительных проектов. В настоящее время наблюдается стабильное количество вновь подаваемых в банки заявок, что может свидетельствовать о сохранении интереса застройщиков к новым проектам и доверии к уполномоченным банкам.

Список литературы:

1. Гергаулов И.Э. Финансирование проектов: основные формы привлечения инвестиций / И.Э. Гергаулов // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2018. - № 5. – С. 61-63.
2. Йескомб Э.Р. Принципы проектного финансирования / Э.Р. Йескомб. - М.: Yescombe Consulting Ltd., Альпина Паблишер, 2015. – С. 17-19.
3. Федотова М.А. Проектное финансирование и анализ: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / М.А. Федотова, И.А. Никонова, Н.А. Лысова. - М.: Юрайт, 2015. - С. 65-71.
4. Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 30 декабря 2004 г. N214-ФЗ. – URL: <http://base.garant.ru/12138267/>.
5. Статистика Банка России.

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Меренков Алексей Романович

*магистрант,
кафедра экономики, финансов и финансового права
Институт права, экономики и управления
Псковский государственный университет,
РФ, г. Псков
E-mail: merenkov.a.r@mail.ru*

Хан Виталина Витальевна

*магистрант,
кафедра экономики, финансов и финансового права
Институт права, экономики и управления
Псковский государственный университет,
РФ, г. Псков
E-mail: Boniam@yandex.ru*

Егорова Светлана Евгеньевна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Кафедра экономики, финансов и финансового права,
Институт права, экономики и управления,
Псковский государственный университет,
РФ, г. Псков*

В настоящее время финансирование бюджетных учреждений зависит от объемных показателей государственного, регионального или муниципального задания учреждения, что в свою очередь требует эффективного использования бюджетных средств. Проверка бюджетных учреждений на рациональное, целенаправленное использование полученных доходов является первоочередной задачей в целях противодействия коррупции и достижения максимального эффекта от их деятельности. Ведь именно выполнение и соблюдение действующих норм законодательства по распоряжению денежными средствами не только бюджетными организациями, но и всеми хозяйствующими субъектами, зависит дальнейшее экономическое развитие государства, а значит и улучшение благосостояния его граждан. В то же время, опираясь на статистические данные, можно говорить о проблемах, возникающих в сфере финансового контроля бюджетных организаций.

В отчете, опубликованном счетной палатой в 2020 году, заметно значительное снижение числа правонарушений бюджетов всех уровней. Так в 2018 году число нарушений составило 9,2 тыс., в 2019 году 4,4 тыс. и в 2018 году также продолжилось снижение числа правонарушений и составил 3,7 тыс. Сумма всех нарушений в 2020 году составила 355,5 млрд. руб., большая часть из которых связана с нарушением в исполнении бюджетов и ведением бухгалтерского учета. В то же время сумма возвратов бюджетных средств составила 16 423,3 млрд. руб., что в 3,6 раз больше по сравнению с 2019 годом.

Данные из статистики позволяют говорить о важности финансового контроля бюджетных учреждений, о необходимости повышения эффективности внешних и внутренних проверок учреждения, а также об усилении роли контролирующих органов.

В табл. 1 представлены подходы к определению понятия «финансового контроля» разных авторов.

Таблица 1.

Подходы к определению финансового контроля

Овчарова Е.В., 2019 г.	Финансовый контроль – это контрольная функция финансов (с экономической точки зрения), функция публичной финансовой деятельности, государственного и муниципального регулирования и управления (с правовой точки зрения), которая реализуется органами государственной власти и местного самоуправления, иными государственными и муниципальными органами, уполномоченными государством и иными организациями независимо от форм собственности и организационно-правовых форм, самозанятыми физическими лицами, с одной стороны, институт финансового права, состоящий из системы материальных и процессуальных финансово-правовых норм как Общей части, так и Особенной части Финансового права 1, регулирующих общественные отношения по реализации функции финансового контроля, и комплексное материальное и процессуальное финансовое правоотношение, в рамках которого реализуются общественные отношения между контролирующими и подконтрольными субъектами на основе содержания указанных правовых норм, с другой стороны [4, с. 13-14].
Борисова Н.М., Цветова Г.В., 2020 г.	Финансовый контроль – проверка специально уполномоченными органами фактически полученных финансовых показателей деятельности, расходования финансовых ресурсов, соблюдения участниками денежных, кредитных, валютных операций и требований законодательства [2, с. 12]
Лукина В.Д., Кузминова О.А., Белотелова Н.П., Белотелова Ж.С., 2018 г.	Государственный (муниципальный) финансовый контроль – деятельность, осуществляемая в целях обеспечения соблюдения бюджетного законодательства РФ и иных нормативных правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения [3, с. 132]

Отсюда следует, что финансовый контроль – деятельность, осуществляемая контрольными органами, направленная на проверку законности использования денежных средств при формировании организациями общественных благ, осуществляемая с целью повышения прозрачности и достоверности отчетности организаций для принятия правильных управленческих решений, а в широком смысле для достижения стабильного развития экономики страны.

При проведении контроля финансовой деятельности в бюджетных учреждениях проводится проверка:

Выполнение требований бюджетного кодекса, законов о государственных закупках 44-ФЗ и 223-ФЗ, ФЗ «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ, соблюдение инструкций 157н, 162н, 173н и др.;

Операции с денежными средствами, находящимися на счетах в уполномоченном Федеральном органе казначейства, а также с полученными наличными денежными средствами в кассу учреждения;

Выполнение принципов бухгалтерского учета и наличие всех подтверждающих документов, служащих основанием для проводки;

Соответствие требованиям трудового кодекса, и внутренним документам таким как положению по оплате труда, положению по стимулирующим выплатам наличие действующего штатного расписания, тарификации, обоснованного расчета оклада директору учреждения;

Учет материальных ценностей, наличие заключенных договоров материальной ответственности, своевременное принятие и списание имущества;

Правильный учет недвижимого имущества на праве оперативного управления, особо ценного движимого имущества и иного движимого имущества организации в соответствии требованиями нормативных и законодательных актов;

Проверка правильности, полноты периодической бухгалтерской отчетности, отсутствии существенных ошибок, приводящих к неправильному пониманию результатов деятельности организации.

Проблемы финансово-хозяйственной деятельности в бюджетных учреждениях формируются под влиянием внешних и внутренних факторов. К внутренним относятся: низкая компетентность руководителей, бухгалтеров и других административных работников, отсутствие полной и обновляющейся информационной базы, неэффективность, либо полное отсутствие внутреннего финансового контроля. С целью снижения влияния внутренних факторов, предлагается в организациях предпринимать меры по повышению квалификации сотрудников, выделять средства на получение прав доступа к законодательным и нормативным актам, образовать надежный и качественный управленческий учет. Поэтому бюджетным организациям необходимо еще на стадии подготовки проекта плана финансово-хозяйственной деятельности, предусмотреть расходы, связанные со снижением проблем в части финансового контроля.

Внешними факторами, влияющими на уровень финансового контроля, является степень развития экономики страны, бюджетно-налоговая политика государства, полнота и непротиворечивость установленных законодательных и нормативных актов, а также их однозначная трактовка, четкая структура контролирующих органов и их взаимодействие друг с другом, наличие справедливых и объективных суждений должностных лиц и отсутствие коррупционных мотивов в действиях.

Исходя из внешних и внутренних факторов, можно определить следующие возникающие проблемы при проведении финансового контроля в бюджетных учреждениях:

Отсутствие единого федерального закона, устанавливающего границы, полномочия и объемы проверок;

Отсутствие знания у сторон своих прав и обязанностей;

Несоблюдение сроков и периодичности проверок;

Нарушения в области бухгалтерского учета;

Использование бюджетных средств на цели, не предусмотренные федеральными стандартами оказываемых услуг и выполнение других необоснованных расходов;

Нарушения, возникающие при формировании плана финансово-хозяйственной деятельности;

Использование целевых субсидий с невыполнением условий их предоставления;

Отсутствие адекватных мер к нарушителям при выявлении проблем в финансово-хозяйственной деятельности организации;

Отсутствие общепринятой научной концепции финансового контроля.

Вышеперечисленные проблемы поводят к тому, что обеспечение надежного финансового контроля в бюджетной сфере становится задачей государства, для создания единой нормативно-законодательной базы и обеспечения четкой структуры органов финансового контроля с наделением их всеми полномочиями и необходимыми функциями для контроля за целевым использованием денежных средств бюджетных учреждений, а также неотъемлемым взаимодействием друг с другом. Постепенное обеспечение финансового контроля на законодательном уровне, позволит добиться развитой экономики страны в целом.

С целью возможных путей решения проблем финансового контроля в бюджетной сфере, предлагается:

Внедрять новые методы проведения финансового контроля в бюджетных учреждениях, в том числе и с использованием современных ИТ-технологий;

Контролировать прозрачность свершаемых сделок с бюджетными средствами на стадии формирования заявок на кассовые расходы и платежных поручений, поступающих в уполномоченные органы Федерального Казначейства для оплаты товаров, работ и услуг, не отказываться от прикрепления документов оснований для свершения операций в системах удаленного финансового документооборота;

Создание единой методологической базы проведения финансового контроля, в том числе используя зарубежный опыт;

Усовершенствовать правовую осведомленность должностных лиц, с полным разъяснением прав и обязанностей сторон в период проведения проверок, ревизий и обследований;

Главным распорядителям денежных средств между бюджетными организациями одного сектора необходимо ввести периодичность проведения финансового контроля, осуществлять повторные контрольные мероприятия в случае выявленных нарушений, с целью контроля их устранения;

Предусмотреть возможность внутренних аудиторских проверок бюджетного бухгалтерского учета, для минимизации существенных ошибок, искажающих представление о периодичной и годовой бухгалтерской отчетности;

Создание критериев необходимых для достижения качества финансового контроля в учреждениях.

Таким образом, повышение прозрачности и эффективности финансового контроля является отправной точкой для достижения развитой экономики государства. Проблемы финансового контроля связаны с отсутствием единого закона по проведению проверок, с трудностью контроля и управления за целевым использованием денежных средств бюджетными учреждениями на разных уровнях бюджетов, что в России является следствием федеративного устройства. В то же время использование новых подходов к проведению финансового контроля, обеспечение полной и достоверной информацией руководителей организации и должностных лиц в части правильного ведения сделок, совершаемых в бюджетных учреждениях, о необходимости своевременного, полного и корректного отображения всех операций, позволит избежать возможных мер, связанных с ответственностью в нарушениях финансовой дисциплины организации. Поэтому необходимо осмысленное и обоснованное изменение действующих нормативных актов, выявление и недопущение повторных противоречий правового регулирования системы контроля.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 22.12.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021);

2. Борисова Н.М. Финансовый контроль деятельности экономического субъекта : учебное пособие для СПО / Н.М. Борисова, Г.В. Цветова. – Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 114 с. – ISBN 978-5-4488-0905-7, 978-5-4497-0746-8. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/98667.html> (дата обращения: 30.04.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/98667>;
3. Бюджетная система Российской Федерации : учебное пособие / В.Д. Лукина, О.А. Кузминова, Н.П. Белотелова, Ж.С. Белотелова ; под редакцией Н.П. Белотеловой. – Москва : Российская таможенная академия, 2018. – 184 с. – ISBN 978-5-9590-1059-1. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/93175.html> (дата обращения: 30.04.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей;
4. Овчарова Е.В. Финансовый контроль в Российской Федерации : учебное пособие / Е.В. Овчарова. – Москва : Зерцало-М, 2019. – 224 с. – ISBN 978-5-94373-444-1. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/78896.html> (дата обращения: 01.04.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей;
5. Щегорцов В.А. Мировая экономика. Мировая финансовая система. Международный финансовый контроль : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 060600 «Мировая экономика» и 060400 «Финансы и кредит» / В.А. Щегорцов, В.А. Таран ; под редакцией В.А. Щегорцов. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 528 с. – ISBN 5-238-00868-6. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/74897.html> (дата обращения: 04.03.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей;
6. Юлия Викторовна Быковская Проблемы финансового контроля в современной России и пути их решения // Вестник экономической безопасности. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-finansovogo-kontrolya-v-sovremennoy-rossii-i-puti-ih-resheniya> (дата обращения: 10.04.2021).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам CI студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 5 (101)
Май 2021 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