

СІІ СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

Nº6(102)



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2021



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 6 (102) Июнь 2021 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск 2021

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 СІІ студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2021. – № 6(102) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://sibac.info/archive/economy/6(102).pdf.

Электронный сборник статей по материалам СІІ 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

Оглавление

Секция «Маркетинг»	6
ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА БРЕНД- КОММУНИКАЦИИ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ Кугрышев Степан Алексеевич	6
МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА: 16 ВАЖНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ НА 2021 ГОД Мельникова Ольга Максимовна Наумова Диана Олеговна	9
Секция «Менеджмент»	15
ВАЖНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ Албахри Жеуел Самир	15
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ Баублис Юрий Сергеевич	19
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МОТИВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА Иванова Алина Владимировна Яркова Светлана Анатольевна	28
ВЫБОР КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО СБЫТА ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОДУКЦИИ Лучникова Татьяна Александровна Черникова Светлана Александровна	38
Секция «Регионоведение»	43
РЕГИОНАЛЬНЫЙ СЕПАРАТИЗМ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ НА ПРИМЕРЕ КАНАДЫ Иванов Егор Анатольевич	43
ОБРАЗ РЕГИОНОВ АРКТИКИ В СМИ СКАНДИНАВСКИХ СТРАН (НА ПРИМЕРЕ ШВЕЦИИ И ФИНЛЯНДИИ) Кокорина Ирина Александровна Богданова Анна Анатольевна	52
СУБЪЕКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК СОИСПОЛНИТЕЛИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ Раисов Аслан Русланович	60
КРУИЗНЫЙ ТУРИЗМ В АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ Теплякова Дарья Сергеевна Богданова Анна Анатольевна	64

ОСОБЫЕ ФАКТОРЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ ГОРОДА АБАКАН Сергей Николаевич Фурсаев	71
Секция «Реклама и PR»	77
МЕДИАИССЛЕДОВАНИЯ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ДАННЫХ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМК В РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЯХ Пешкова Елизавета Алексеевна Титова Наталья Александровна	77
ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ НА РЫНКЕ В2В Скичко Наталья Олеговна Савчук Галина Анатольевна	85
Секция «Экономика»	91
СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ ГЕОЛОГОРАЗВЕДОЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Барышникова Алина Вячеславовна Берг Татьяна Игоревна	91
ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ЛЬГОТ ДЛЯ СТУДЕНТОВ НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА Басаргина Анастасия Ивановна Двинский Михаил Борисович	98
РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ АУДИТА РАСЧЕТОВ С КОНТРАГЕНТАМИ Босова Дарья Александровна Худякова Анна Сергеевн	105
ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРИ ВЫЯВЛЕНИИ И РАСКРЫТИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ Вальков Максим Александрович Мезенцева Елена Сергеевна	117
БАРЬЕРЫ ВХОДА НА РЫНОК ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ Власова Дарья Олеговна	122
УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ Кенжалин Жанат Закирова Дильнара Икрамхановна	125

ОЦЕНКА ДИНАМИКИ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ Князев Сергей Алексеевич	130
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Леонтьева Маргарита Анатольевна Немцова Елена Сергеевна	136
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ Орлова Елена Геннадьевна Саяпина Дарья Александровна	141
БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ Павлова Валерия Васильевна Мезенцева Елена Сергеевна	153
ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Самарина Анастасия Сергеевна Борозенец Виктор Николаевич	158
РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Сафонова Алина Романовна Гордя Дарья Викторовна	167
РОЛЬ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА В РАБОТЕ АДАМА СМИТА «ИССЛЕДОВАНИЕ О ПРИРОДЕ И ПРИЧИНАХ БОГАТСТВА НАРОДОВ» Тимошина Лада Витальевна Булавинова Алина Михайловна Чилькина Ксения Владимировна	183

СЕКЦИЯ

«МАРКЕТИНГ»

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Кугрышев Степан Алексеевич

студент, Факультет Технологического менеджмента и инноваций, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, РФ, г. Санкт-Петербург E-mail: skugi95@yandex.ru

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON BRAND COMMUNICATIONS AND CONSUMERS

Stepan Kugryshev

student,
Faculty of Technological Management and Innovations,
St. Petersburg National Research University
of Information Technologies, Mechanics and Optics,
Russia, Saint-Petersburg

АННОТАЦИЯ

В данной статье анализируется процесс изменения маркетинговых инструментов в условиях кризиса, вызванного пандемией COVID-19. Рассматриваются новые модели коммуникаций брендов, новые инструменты и концепции.

ABSTRACT

This article analyzes the process of changing marketing tools in the context of the crisis caused by the COVID-19 pandemic. New models of brand communication, new tools and concepts are considered.

Ключевые слова: маркетинг влияния; бренды, последствия пандемии; коммуникационная стратегия; новые инструменты.

Keywords: influence marketing; brands; pandemic consequences; communication strategy; new tools.

До начала пандемии мировой рынок рекламы, в том числе и российский, находился в стадии активного роста и модификаций: бренды предлагали все более креативный контент и находили новые методы вовлечения потребителей в бренд-коммуникацию. Уже второй год мир существует в «новой реальности» и абсолютно точно известно лишь то, что привычный маркетинговые коммуникации все более не актуальны, а паттерны потребителей трансформируются в плоскости digital.

Несмотря на то, что самым стабильным сектором торговли в пандемию стал е-commerce, именно брендам оттуда потребовалось строить новые концепции взаимодействия с потребителем, улучшая клиентский опыт, давать новые впечатления.

Инновации digital зачастую масштабируется с азиатских рынков: так, китайская интернет-площадка для торговли Taobao создал для фермеров стриминг-сервис, чтобы в режиме реального времени они могли продвигать продукцию собственного производства. Shopstreaming стал азиатским трендом, которым вдохновляются другие мировые бренды.

Также новый подъем получил тренд на внедрение AR-технологий в коммуникации. Интернет-магазин Amazon адаптировал собственное приложение: благодаря камере смартфона и AR покупатели могли примерить обувь или посмотреть, как будет выглядеть мебель в их интерьере, перед тем, как оформить заказ. Такая функция в приложении называется AR View и в пандемию она стала еще популярнее.

В период самоизоляции люди по всему миру ощущали недостаток впечатлений (в том числе от процесса покупок или использования услуг) и появился тренд на саморазвитие и самообразование.

Такая смена потребительского паттерна заставила бренды создавать такие коммуникацию которые будут дарить новый клиентский опыт и иные ощущения.

Так, например, салоны красоты и барбершопы стали создавать циклы видео и прямые эфиры, где предлагали альтернативы в домашнем уходе, советовали средства, собирали «карантинные косметические боксы» и даже делали онлайнреалити шоу, где показывали, что даже без привычных салонов красоты и парикмахеров, можно также хорошо ухаживать за внешностью дома.

Если рассматривать пример новых ощущений, то московский винный дом «Каудаль» во время самоизоляции в прямых эфирах Instagram, запустил серию винных дегустаций. Подписчикам и зрителям дарили промокоды на скидку с доставкой на дом.

Уже на основании рассмотренных кейсов становится ясно, что меняются не только сами коммуникации и инструменты, но и метрики эффективности, процессы анализа. Новые форматы привлекают большое количество пользователей в интернете, часто это перетекает в «вирусный маркетинг» – быстрорастущий трафик нуждается в более глубокой аналитике, которая позволит прогнозировать дальнейшие действие с уже изменившимися потребителями.

Поэтому помимо сложностей и кризиса, карантин и ограничения делают еще большее актуальными креативные рекламные кампании, которые будут дарить эмоции и при этом транслировать ценности бренда, УТП продукции.

Список литературы:

- 1. 10 промышленных тенденций, которые ускоряются кризисом COVID-1 [электронный ресурс] Режим доступа. URL https://info.trendwatching.com/10-trends-for-a-post-coronavirus-world.. (дата обращения 17.04.2021)
- 2. Влияние коронавируса на интернет трафик в 2020 году [электронный ресурс] Режим доступа. URL: statista.com/statistics/1105486/coronavirus-traffic-impact-industry/. (дата обращения 15.04.2021)

МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА: 16 ВАЖНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ НА 2021 ГОД

Мельникова Ольга Максимовна

магистрант, Государственный университет управления, РФ, г. Москва E-mail: letyce@mail.ru

Наумова Диана Олеговна

магистрант, Государственный университет управления, РФ. г. Москва

АННОТАЦИЯ

В этой статье основное внимание уделяется тенденциям в сфере которые возникли или приобрели большую гостиничного маркетинга, актуальность в связи с пандемией COVID-19 по всему миру. Поскольку туризм оказался одной из наиболее пострадавших отраслей, индивидуальный бизнес должен выйти из-под контроля, чтобы остаться на плаву. Маркетинг в сфере гостеприимства сосредоточен на обеспечении исключительного качества обслуживания клиентов с помощью различных средств, и в статье подчеркивается важность гибкости в этом отношении, предлагая советы о том, как этого добиться. Помимо рассмотрения важности более точного сбора данных и обратной связи, а также активного использования хорошо зарекомендовавшей себя формы маркетинга, в статье также предлагается использование современных технологий.

ABSTRACT

This article focuses on hospitality marketing trends that have either emerged or gained bigger relevance due to COVID-19 pandemic around the globe. Since tourism has been one of the most affected industries, individual business have to go over the top to stay afloat. Hospitality marketing is centered around providing the extraordinary customer experience through various means and the article stresses the relevance of flexibility in that regard by suggesting tips on how to achieve that. Besides addressing the importance of more accurate data collection and feedback supervision as well as

the active usage of well-established form of marketing, the article also proposes the usage of modern technologies.

Ключевые слова: маркетинг, гостиничный бизнес, COVID-19, сфера гостеприимства.

Keywords: marketing, hospitality, COVID-19, hospitality.

Принятие правильной маркетинговой стратегии в сфере гостеприимства может иметь решающее значение для долгосрочного успеха вашего бизнеса, помогая вам привлекать клиентов, оптимизировать доходы и укреплять признание и доверие. Для этого вам необходимо идти в ногу с последними тенденциями в сфере гостиничного маркетинга, но и здесь есть проблемы, особенно в контексте пандемии COVID и связанных с этим изменений в том, как думают и чувствуют гости гостиничного бизнеса.

Что такое гостиничный маркетинг?

Маркетинг в сфере гостеприимства сосредоточен на размышлении о бизнесе с точки зрения потребностей клиентов и их удовлетворения. Маркетинг в сфере гостеприимства рассматривает, как различные секторы индустрии гостеприимства (например, гостиничный бизнес, еда и напитки, туризм и путешествия) разрабатывают маркетинговые стратегии для продвижения своих продуктов или услуг, что приводит к увеличению доходов.

Почему так важен маркетинг в сфере гостеприимства?

Поскольку индустрия гостеприимства в основном сосредоточена на создании и поддержании положительного опыта и отношений с клиентами, маркетинг становится важной частью обеспечения успеха отрасли. Если вы хотите привлечь больше клиентов в свой отель или туристический бизнес, вам необходимо эффективно размещать рекламу на разных цифровых каналах и быть там, где находится ваша нишевая аудитория.

10 общих тенденций в сфере гостиничного маркетинга

Ниже вы найдете информацию о некоторых более общих тенденциях в сфере гостиничного маркетинга, о которых вам необходимо знать. Эти тенденции касаются всех видов гостиничных компаний и применимы практически во всех ситуациях [1].

1. Повышение качества обслуживания клиентов и их удовлетворенности с помошью чат-ботов.

Чат-боты могут использоваться для улучшения качества обслуживания клиентов по ряду ключевых направлений и составляют значительную часть многих современных маркетинговых стратегий в сфере гостеприимства. Эти боты позволяют быстро отвечать на вопросы клиентов независимо от наличия персонала, а также могут обеспечивать поддержку нескольких языков.

Эту технологию можно использовать на этапе бронирования, чтобы предложить поддержку и стимулировать завершение бронирования. Боты также могут предлагать дополнительные и перекрестные продажи, потенциально помогая вашему бизнесу максимизировать доход.

2. Голосовой поиск

Поскольку следующее поколение веб-пользователей предпочитает общаться с помощью голосовой активации, это может стать прекрасной возможностью для индустрии гостеприимства. Голосовой поиск — это тип технологии голосового управления и распознавания, который в основном работает с планшетами, смартфонами и другими подобными устройствами. Фактически, эта маркетинговая тенденция может вскоре избавить пользователей Интернета от необходимости нажимать кнопки или вводить свои поисковые запросы в Интернете. Гости отеля могут забронировать номер в отеле через свой смартфон, просто поговорив с ним. Они даже могут управлять функциями комнаты, такими как освещение, музыка или отопление, с помощью голосового поиска. Ожидается, что в ближайшем будущем все больше интернетмаркетологов начнут вкладывать деньги в эту новую тенденцию.

3. Маркетинг клиентского опыта

В конкурентном мире индустрии гостеприимства опыт работы с клиентами играет важную роль В завоевании лояльности. Имейте в предоставление отличного обслуживания клиентов само по себе не всегда приводит к прямой прибыли. Крайне важно разработать комплексные обслуживания чтобы маркетинговые планы клиентов, удовлетворить потребности вашего отеля или туристической компании. Чтобы обеспечить стабильную прибыль и постоянный поток возвращающихся клиентов, вы должны собирать аналитические данные из отзывов клиентов в Интернете на веб-сайтах с отзывами. Это предоставит вам обширную информацию о предпочтениях ваших клиентов, о том, как ваша компания может добиться большего и какие факторы приведут к будущим конверсиям.

4. Персонализированный маркетинг

Персонализированный маркетинг позволяет компаниям доставлять индивидуализированный контент для целевых клиентов с помощью технологий автоматизации и сбора данных. Цель персонализированного маркетинга – привлечь потенциальных клиентов, общаясь с ними как с личностями. Для отелей и туроператоров важно персонализировать свои услуги для гостей и клиентов с помощью целевых электронных писем. Например, целевые электронные письма могут быть отправлены потенциальным клиентам всякий раз, когда туристическое агентство или отель предлагает предстоящую скидку. Персонализированный маркетинг – одна из самых главных стратегий маркетинга в сфере гостеприимства, которую вы можете использовать, чтобы установить более личные отношения с вашими клиентами и побудить их к повторному посещению.

5. Искусственный интеллект (ИИ)

Искусственный интеллект может оптимизировать процессы и предоставлять ценную информацию. Большинство соискателей гостиничных номеров онлайн, как правило, используют веб-сайты-агрегаторы для бронирования проживания, в то время как некоторые могут попасть на главную страницу отеля, но уйти без бронирования. В большинстве случаев пользователи

предпочитают разговаривать с персоналом отеля без необходимости вводить желаемые даты и информацию о регистрации, что может сбивать с толку время. Используя чат-ботов с искусственным интеллектом на своем веб-сайте, вы можете предоставить индивидуальное обслуживание и разработать надежную систему. Благодаря технологии искусственного интеллекта ваши гости даже смогут размещать свои запросы на обслуживание номеров через ваш веб-сайт с поддержкой искусственного интеллекта, что, несомненно, сэкономит время персонала вашего отеля.

6. Маркетинг влияния

Маркетинг влияния быстро становится отличной возможностью для маркетологов гостеприимства оставаться актуальными в высококонкурентной отрасли. Маркетинг влияния — это цифровая версия традиционного сарафанного радио для повышения узнаваемости бренда отелей и создания прямых заказов. Используя эту стратегию, вы можете охватить гораздо более широкую аудиторию и привлечь больше клиентов в свой отель или туристический бизнес за счет доверия и укрепления доверия среди потребителей. Например, ваша маркетинговая кампания может быть специально нацелена на молодых людей, которые все чаще предпочитают услуги Airbnb обычным отелям. Вы можете привлечь своих потенциальных клиентов аутентичным контентом, который не слишком ориентирован на бренд.

7. Пользовательский контент

Пользовательский контент создается и распространяется онлайнконечными пользователями. Он может иметь разные формы, такие как отзывы, комментарии, форумы, сообщения в блогах и публикации в социальных сетях, и это лишь некоторые из них. Когда потенциальный клиент ищет контент вашего бренда в Интернете, он обычно читает отзывы клиентов о вашей компании на других веб-сайтах или в социальных сетях. Если вы правильно реализуете пользовательский контент, вы сможете значительно повысить узнаваемость своего бренда. Эта стратегия также поможет вам увеличить количество бронирований номеров. Один из эффективных способов — побудить ваших гостей делиться своим опытом в социальных сетях. Для этого вы можете проводить конкурсы, создавать хэштеги брендов или создавать фотографии в своем отеле.

8. Дополненная реальность.

Одна маркетинговых стратегий сфере ИЗ самых интересных гостеприимства — это дополненная реальность. Этот инструмент работает, изменяя восприятие своего физического окружения с помощью компьютерных сферы технологий. Дополненная реальность позволяет предприятиям гостеприимства изменить то, как их клиенты воспринимают среду, в которой они находятся. Например, отели могут продавать номера через Интернет, расширяя свои возможности с помощью дополненной реальности. Есть сотни способов развлечь своих гостей с помощью расширенной среды, например, позволить гостям увидеть виртуальные изображения своих любимых знаменитостей в отеле. Вы также сможете использовать этот инструмент для отправки виртуальных ключей своим гостям через их смартфоны.

В индустрии гостеприимства очень жесткая конкуренция, и использование правильных маркетинговых инструментов играет важную роль в достижении успеха. Благодаря всем стратегиям маркетинга в сфере гостеприимства, обсуждаемым в этой статье, вы легко сможете охватить более широкую аудиторию, используя различные цифровые ресурсы [2].

Список литературы:

- 1. Hospitality Marketing: 16 Must-Know Upcoming Trends for 2021. Date Views 2021 www.revfine.com/hospitality-marketing/.
- 2. Баумгартен, Л.В., 2020. Маркетинг гостиничного предприятия. Учебник для академического бакалавриата. Юрайт.

СЕКЦИЯ

«МЕНЕДЖМЕНТ»

ВАЖНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Албахри Жеуел Самир

студент магистратуры, кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и бизнесе, Российский государственный гидрометеорологический университет, РФ, г. Санкт-Петербург E-mail: jewel.albahry@hotmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются стратегические возможности компаний, которые являются фундаментом для достижения целей, поставленных в тактических планах. Именно они помогают компании справляться с серьезными проблемами, которые характеризуются серьезностью и сложностью в результате быстрых и изменений внешних факторов среды, которая требует от постоянных учреждений использовать ЭТИ ресурсы В маркетинговых стратегиях, административных целях, инновационных навыках и технологиях, используемых в производстве и связанных с промышленным сектором, для повышения производительности и в моменты столкновения с жесткой конкуренцией.

Ключевые слова: стратегические; возможности; технологии; экономические.

Стратегические возможности

Стратегические возможности — это средство предоставления клиентам значительной выгоды в долговременной перспективе.

Технологические возможности

Производительность и технология являются хорошей инвестицией в будущее компании, они способных предоставлять информацию о полезных институтах современного бизнеса и о событиях в разном направлении для достижения эффективной конкурентоспособности.

Технологическая возможность напрямую зависит от информации. Мощность информационных технологий позволяет организации разрабатывать стратегические решения и поддерживать производительность в самых различных функциональных подразделениях. Это отражается в степени коммуникабельности и гибкости при ведении различных дел.

Важность стратегических возможностей:

Стратегические возможности дают четкое понимание различных программ, используемых в выполнении различных функций.

Создание грамотной стратегии для компании дает огромное преимущество и способность конкурировать и расти.

Стратегия создания потенциала является основой выживания учреждения в наше время, которое характеризуется большой конкуренцией между учреждениями.

Технологические возможности могут быть классифицированы в:

- Технологический продукт: зависит от разработки текущих продуктов или от предоставления новых, а также от эволюции развития знаний и принятия новых методов для достижения целей, а затем их преобразования в новые продукты, пользующиеся спросом у клиентов.
- Технологический процесс: принимается в завершении и варьируется в зависимости от методов по эффективности организаций для задач.
- Информационные технологии: подсчитываются в получении информации и обрабатываются для принятия решения по стоимости, зависят от потребности менеджеров в учреждениях.

Последствия использования информационных технологий:

- Нормативные последствия: использование информационных технологий и коммуникаций в организациях, современный анализ проблематики в различных областях, определение в последствии отношений, централизованные или децентрализованные, или сочетание между ними. Уменьшение в размере рабочих мест и административных уровней и сдвиг в форме организационной структуры от иерархической к сетевой.
- Экономические последствия: под влиянием эпохи информационных технологий и коммуникаций, изменившей несколько ключевых понятий, то есть заменившей материальные интеллектуальными, наиболее важными.

Административные возможности.

Административные способности представляют собой навыки, знания, индивидуальные характеристики и поведение, которые необходимы человеку для эффективного выполнения своей работы в организации и связаны с достижением ее стратегических целей.

Классификация административных возможностей

Существует несколько классификаций административных возможностей, которые мы упоминаем следующим образом:

• Технические навыки:

Это способность осуществлять деятельность, учитывая любые знания о работе, особенно это касается тех видов деятельности, которые включают в использование процессы, методы или инструменты в данной области техники – специфические, способность указывать на важность этих навыков в уровнях среднего и нижнего звена управления.

• Человеческие навыки:

Влияет ли успешное взаимодействие с другими людьми, на способность влияния на их поведение для достижения основной цели

• Перцептивные навыки:

Обращение познавательных навыков к способности координировать для достижения интеграции и связи между деятельностью в учреждениях и Фонда и видения целостной перспективы.

Мы пришли к выводу, что потенциал стратегии (потенциал маркетинга, наращивание технологий, наращивание управления, мощности новаторские) в производительности учреждений в современных экономических условиях, дает безграничные возможности для маркетинга. Для управления и контроля за поведением и производительностью сотрудников нужно обращать на них своё внимание и слушать их идеи.

Список литературы:

- 1. Источник данных статья «Структура потребления мебели», http://furniture56.ru/analitika/30/
- 2. По материалам статьи «Собзор рынка мебели», http://marketpublishers.ru/lists /2154/news.html
- 3. статей «Обзор http:// материалам мебели», рынка мебели. marketpublishers.ru/lists /2154/news.htmlи «Российский рынок Маркетинговое исследование рынка», анализ http://mi.aup.ru/res/77/562949975068577.html
- 4. Источник данных статья «Обзор рынка мебели», http://marketpublishers.ru/lists /2154/news.html
- 5. По материалам статей «Обзор рынка мебели», http:// marketpublishers.ru/lists /2154/news.htmlu «Российский рынок мебели может уменьшиться на треть», http://realty.newsru.com/article/25may2011/unfurnished
- 6. Источник данных статья «Наибольшую долю мебельного производства в России занимают шкафы», http://marketing.r bc.ru/news_research/23/07/20 11/562949953431676.shtml
- 7. По материалам статьи «Исследован рынок мебели для дома в России», http://b2blogger.com/ pressroom/release/34490.h tml
- 8. По материалам статьи «В 2011 году объем рынка мебели снизится почти на 29%», данные "РБК.Исследования рынков", http://marketing.rbc.ru/news_research/14/08/20 11/ 562949968987147.shtml)
- 9. Источник данных- Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, статья «Динамика объема рынк а мебели», http://furniture 56.ru/analitika/4/
- 10. По материалам статьи «Исследован рынок мебели для дома в России», http://b2blogger.com/ pressroom/release/34490.html

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Баублис Юрий Сергеевич

студент, кафедра менеджмента, Сибирский Федеральный университет, РФ, г. Красноярск

E-mail: yurabaublis@gmail.com

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE MEDICAL SERVICES MARKET

Yuri S. Baublis

student, Department of Management, Siberian Federal University, Russia, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

Глобальная цифровизация не оставляет в стороне ни одну из сфер или отраслей экономики. Однако процесс внедрение цифровых технологий в такой области как здравоохранение затруднен рядом факторов. Тем не менее, постепенно на рынке медицинских услуг происходит формирование экосистемы, включающей новые сегменты и роли участников. Результаты исследования позволяют обозначить 5 новых ролей на этом рынке, а именно: информационные платформы, технологии сбора данных, рыночные посредники, услуги для удаленного здравоохранения, интеллектуальный анализ данных для медицинских организаций.

ABSTRACT

Global digitalization does not leave aside any of the spheres or sectors of the economy. However, the process of implementing digital technologies in such an area as healthcare is complicated by a number of factors. Nevertheless, the health services market is gradually forming an ecosystem that includes new segments and roles of participants. The results of the study allow us to identify 8 new roles in this market, namely: information platforms, data collection technologies, market intermediaries,

services for remote healthcare, provider of augmented and virtual reality, provider of cloud services and data mining for medical organizations.

Ключевые слова: цифровизация, рынок медицинских услуг, экосистема, цифровая платформа.

Keywords: digitalization, medical services market, ecosystem, digital platform.

Сегодня все больше ученых и исследователей признают ІТ-технологии фактором улучшения клинических результатов и средством экономии средств [5, 6], однако внедрение этих технологий в сфере здравоохранения идет крайне медленно.

Исследование [2] указывает на множество причин, по которым ключевые стейкхолдеры в сфере здравоохранения не спешат внедрять ІТ-технологии и использовать возможности, предоставляемые цифровой трансформацией (DT), определяемой как «процесс, направленный на улучшение организации за счет значительных изменений ее свойств за счет сочетания информационных, вычислительных, коммуникационных и коммуникационных технологий» [1], несмотря на обещание его ценности для рынка медицинских услуг.

Во-первых, последний включает в себя множество субъектов: пациенты различных типов (например, с физическими особенностями и историей болезни), профессиональные группы (врачи, медсестры, администраторы и страховщики), клинические организации (больницы, поликлиник, испытательные лаборатории и учреждения по уходу), регулирующие органы (министерства здравоохранения, определяющие политику в этой сфере, и организации, занимающиеся лицензированием медицинской деятельности), и новые цифровые посреднические фирмы.

В результате сложности и регулирования рынка медицинских услуг возникли разрозненные хранилища информации о здоровье и отсутствует возможность взаимодействия IT-систем здравоохранения между ключевыми

заинтересованными сторонами, что «... снижает эффективность, подрывает координацию оказания медицинской помощи и увеличивает затраты» [9].

Во-вторых, цифровизации часто противодействуют влиятельные игроки в сфере оказания медицинской помощи. Сопротивление проистекает из различных факторов, таких как профессиональные нормы (врачи рассматривают задачи, помимо лечения пациентов, как административные неудобства), неблагоприятное влияние (влиятельные врачи, не склонные к технике, влияют на то, как другие используют IT-технологии), угрозы профессиональной автономии (врачи стремятся сохранить статус и отказываются от новых технологий и проблемы конфиденциальности (из-за взлома медицинских устройств). Однако такая стратегия не только препятствует цифровой трансформации здравоохранения, но также означает, что поставщик медицинских услуг не может использовать весь объем данных о пациентах, доступных в различных системах. Дополнительные препятствия для внедрения медицинскими организациями ІТ-технологий включают начальные и текущие затраты, техническую поддержку, технические проблемы, потерю производительности во время переходного периода и опасения по поводу будущего устаревания приобретенных ІТ-систем.

В-третьих, пациенты — еще одна важная причина, по которой цифровая трансформация в здравоохранении разворачивается медленно. Медицинская информация носит сугубо личный характер, и чем больше пациенты воспринимают медицинскую информацию как конфиденциальную, тем меньше они готовы её раскрывать или внедрять новые медицинские IT-технологии

В-четвертых, сами ІТ-службы здравоохранения представляют собой важный фактор медленной цифровой трансформации здравоохранения. Э. Девидсон [3], утверждает, что немногие поставщики медицинских ІТ-услуг создают продукты, которые просты в использовании. Следовательно, врачи разочарованы тем, что информационные технологии здравоохранения требуют длительного ввода данных и скорее мешают, чем помогают их работе.

Однако недавние достижения в области технологий и политики, а также увеличение объемов данных о здоровье быстро меняют статус-кво цифровой трансформации здравоохранения. Значительные успехи в ІТ- были достигнуты с точки зрения сбора, хранения, обработки, анализа и распространения данных. Новые возможности для сбора данных были вызваны, в частности, изощренностью мобильных технологий и носимых устройств. Смартфоны, а также носимые устройства оснащены множеством датчиков, от акселерометров и микрофонов до датчиков GPS и гироскопов и позволяют собирать информацию о состоянии здоровья в режиме реального времени, такую как артериальное давление, режим сна и частоту сердечных сокращений, от огромного количества людей. Достижения в области медицинских платформ (например, Apple HealthKit или Google Fit) также позволяют объединять фитнес-данные и медицинские данные из разных источников и делать их доступными для обмена с медицинскими работниками. Достижения в распространении данных отражаются в онлайнсообществах здравоохранения, платформах мобильного программного обеспечения, инициативах по открытым данным и телемедицине.

Хотя телемедицина не связана напрямую с распространением данных, она представляет собой все более широко используемую технологию для распределения медицинских услуг в форме виртуального общения между пациентом и поставщиком услуг среди пациентов, испытывающих географические, временные и культурные проблемы, для личного общения. Эти важные достижения в области информационных технологий также делают возможными новые формы здравоохранения. Виртуальная например, является эффективным и безопасным дополнительным средством лечения боли в условиях стационара. В отличие от этого, голосовые технологии могут использоваться для предоставления проверенных советов по распространенным вопросам здоровья, таким как «Каковы симптомы аппендицита?», тем самым облегчая жизнь организациям медицинских услуг, позволяя пожилым и слепым пациентам, которые не имеют доступа к Интернету, получать советы по поводу распространенных заболеваний.

Большинство исследований, изучающих цифровую трансформацию, в первую очередь касается внутриорганизационной перспективы, такой как трансформация процессов, продуктов и услуг, организационных структур или бизнес-модели. Современная академическая литература о цифровой трансформации в здравоохранении также следует этой тенденции, исследуя цифровую трансформацию традиционных учреждений [7], информационных технологий здравоохранения [8], электронных медицинских карт [4], большие данные [4], мобильные приложения [2] или отдельные компоненты индустрии цифрового здравоохранения, такие как мобильное здравоохранение или электронное здравоохранение [10].

Тем не менее, исследования цифровой трансформации также должны учитывать межорганизационную перспективу, особенно потому, что цифровая трансформация может существенно повлиять на межорганизационное партнерство в экосистемах, когда ценность создается совместно несколькими заинтересованные стороны [10]. Однако эти преобразования, похоже, почти полностью отсутствуют в эволюции экосистемы и рынка медицинских услуг [2].

В последние годы количество и размер компаний, использующих платформенные бизнес-модели, значительно увеличились. Используя совместное создание ценности, архитектуру экосистем и упрощение транзакций, цифровые платформы превращают линейные цепочки создания ценности в платформенные двусторонние рынки [9].

Цифровые платформы не только меняют характер конкуренции и стратегию, они также влияют на потребителей, позволяя им совместно создавать ценность в экосистеме [10].

Результаты обобщения исследований показывают, что в ходе цифровой трансформации отрасли здравоохранения её субъекты преобразовались в 5 новых ролей, 17 новых рыночных сегментов и 4 новых технологии сбора данных (таблица 1).

Таблица 1.

Описание новых сегментов рынка и ролей экосистемы цифрового здравоохранения

Роль	Сегмент рынка	Описание
		Способствуют сотрудничеству, обсуждению и
		распространению информации среди участников,
	Интернет- сообщества	позволяют участникам отслеживать прогресс по
		клиническим шкалам, узнавать больше о своем состоянии,
MbI		обмениваться информацией и получать эмоциональную
Информационные платформы		поддержку от пациентов, с подобными заболеваниями
тф		Используются студентами, пациентами и организациями
пле		медицинских услуг и предлагают информацию и
le 1		инструменты для поддержки обучения и управления.
HHE	Платформы	Студенты проходят онлайн-курсы, чтобы развить навыки
ИОБ	онлайн-обучения	и улучшить свое медицинское образование. Пациенты
ац	Ollstami-ooy-tellma	узнают о заболеваниях, методах лечения и различных
Mdo		формах поддержки. Медицинские организации делятся
тфс		своими медицинскими знаниями, узнают о новых методах
ИЕ		лечения
	Рекомендации	Рекомендации врачей и онлайн-регистратуры позволяют
	врачей / онлайн-	пациентам искать специалистов, записываться на прием в
	регистратуры	Интернете, просматривать рекомендации, писать
	Permerpuryper	комментарии и задавать вопросы
	Провайдер	Телемедицина относится к использованию IT- для
O.	телемедицины	удаленных клинических услуг, таких как консультации,
НОІ		диагностика, лечение, мониторинг
іен	05	Сборщики биомаркеров – это компании, занимающиеся
дал	Сборщики	тестированием здоровья, которые предлагают наборы для
я у,	биомаркеров	лабораторных тестов на дому. Эти наборы позволяют
Услуги для удаленного здравоохранения		пациентам получить информацию о своем здоровье Интеллектуальные приложения для самообслуживания
ти	Интеллектуальные	относятся к веб-приложениям, которые используются
слгу 3Д	приложения для	потребителями без прямого участия медицинских
Š	самообслуживания	организаций для самоконтроля параметров здоровья и
	самооослуживания	использования рекомендаций
		Носимые устройства – это аппаратные устройства,
	Интернет вещей /	собирающие данные о здоровье тела путем подключения к
	носимые	медицинской инфраструктуре, чтобы специалисты могли
ЫX	устройства	выполнять оценку состояния пациента на расстоянии
нни	Домашние	Эти наборы позволяют пациентам собирать образцы
1 Де	лабораторные	(например, крови или мочи) дома, которые они могут
obs	наборы	отправить в лабораторию для анализа
Гехнология сбора данных	•	Мобильные устройства оснащены множеством датчиков и
ки	Мобильные	позволяют получать информацию о состоянии здоровья в
ПОП	устройства	реальном времени, такую как уровень стресса, режим сна
НОЛ	=	и пройденное расстояние
Гех	Личные	Представляет книгу записей здоровья пути
	медицинские	предоставления доступа через смарт -контракты и
	записи на основе	предлагая инструменты для защиты конфиденциальности
	блокчейна	пациента

Роль	Сегмент рынка	Описание
Электронная коммерция в сфере здравоохранения		Цифровые компании, которые предлагают различные услуги и продукты, связанные со здравоохранением
Посредники на рынке	Электронный рецепт	Программное обеспечение, которое генерирует рецепты в электронном виде. Его цель — сделать безошибочный и понятный рецепт, который сразу же будет отправлен в аптеку из пункта оказания медицинской помощи
Пос	Онлайн- регистратуры	ПО для электронной записи к врачам
нных для ций	Интеллектуальное управление здоровьем населения	Представляет собой прогнозную аналитику на основе искусственного интеллекта ИИ. Прогнозы включают информацию о предстоящих угрозах, заболеваниях и помогают в выявлении рисков
анализ даннь организаций	Интеллектуальная диагностика	Включает наборы данных и алгоритмы, связанные со здравоохранением. Предлагает диагностические модели, основанные на искусственном интеллекте
лектуальный а медицинских с	Поставщик облачных услуг	Предлагает услуги безопасности программного обеспечения, платформы и инфраструктуры как услуги, а также разработку приложений
Интеллектуальный анализ данных для медицинских организаций	Провайдер дополненной и виртуальной реальности (AR / VR)	Поставщики AR / VR используют умные очки или смартфоны в сочетании с иммерсивными технологиями, чтобы помочь медицинским организациям в области физического, терапевтического и эмоционального здравоохранения

В результате ценностное предложение трансформируется от взгляда на здравоохранение, в котором больница является центром оказания помощи, к подходу, в котором подключенная и удаленная помощь сосредоточена на профилактике. Большинство новых сегментов рынка в индустрии цифрового здравоохранения действуют в соответствии с этой трансформацией в сторону профилактики, концентрируясь на самопомощи, профилактической телемедицине и прогнозировании заболеваний. Цифровые провайдеры предоставляют пользователям простые приложения — от руководств по питанию и видео по фитнесу до интеллектуальных приложений, которые отслеживают действия и предлагают рекомендации по здоровью.

Под прогнозированием заболеваний понимаются организации, внедряющие новые цифровые технологии, такие как большие данные, машинное обучение и искусственный интеллект, для прогнозирования лечения, заболеваний и рисков для здоровья. Например, сегмент рынка интеллектуальной диагностики предлагает поставщикам медицинских услуг модели на основе искусственного

интеллекта для раннего выявления заболеваний. Подъем этих новых рыночных сегментов и их сдвиг в сторону предотвращения были особенно возможны благодаря новым технологиям в области сбора и регистрации данных о состоянии здоровья в цифровом виде.

Следовательно, традиционные подходы к индивидуальной, неотложной, эпизодической и ориентированной на учреждение медицинской помощи будут трансформируются в долгосрочную, взаимосвязанную и удаленную медицинскую помощь до такой степени, что центральные роли больниц и врачей первичной медико-санитарной помощи постепенно дополнят или даже заменят новые организации, такие как провайдеры телемедицины. Спрос на удаленную медицинскую помощь и медицинскую помощь по требованию исходит от пациентов, которые все чаще ищут услуги, которые можно оказывать непрерывно; по своему расписанию, в любое время и в любом месте по их выбору. Это связано с тем, что технологические достижения, такие как увеличение вычислительной мощности и емкости хранилища, 5G, облачные вычисления и вездесущие технологии сбора данных, позволяют использовать мобильные медицинские приложения, персональные устройства (от датчиков до устройств), провайдеры чтобы носимых И телемедицины, ощутить беспрецедентный масштаб и доступность услуг. В свою очередь, медицинские организации могут использовать эти услуги для непрерывного ухода, чтобы их собственное вовлекать пациентов в лечение, информацию, наставничество и инструменты, чтобы помочь каждому пациенту в улучшении его здоровья.

Список литературы:

- 1. Виал, Г. Понимание цифровой трансформации: обзор и программа исследований. / Г. Виал // Журнал стратегических информационных систем. 2019. –№28 (2). С. 118 –144.
- 2. Гермес, С. Цифровая трансформация отрасли здравоохранения: изучаем рост новых экосистем платформ и их влияние на роль пациентов / С.Гермес, Т. Рязанов, Е. Клемонс // Бизнес-результаты. 2020. № 13. С. 1033—1069 https://doi.org/10.1007/s40685-020-00125-x

- 3. Дэвидсон, Э. Открытие конверта исследования информационных систем здравоохранения / Э. Дэвидсон, Б. Аарон П. Карл // Информация и организация. 2018. №28 (3). С. 140–151.
- 4. Кейн, Дж. Как цифровая трансформация делает здравоохранение безопаснее, быстрее и дешевле / Дж.Кейн // Обзор управления. 2015. №57
- 5. Леонов, С.А. Применение современных информационно коммуникационных технологий в рамках цифровизации отечественной медицины / С.А. Леонов // В сборнике: Молодежь практическому здравоохранению. Материалы XII Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых-медиков. 2018. С. 584-586
- 6. Микулич, Матей. Финансирование инвесторов в индустрию цифрового здравоохранения 2010 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.statista.com/statistics/388858/investor-funding-in-digital-health-industry/ (дата обращения 25/04/2021).
- 7. Морозова, Ю.А. Цифровизация как глобальный, страновой и отраслевой процесс в повышении результативности и эффективности здравоохранения и медицины / Ю.А. Морозова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2019. №4. С. 44-53.
- 8. Попова, В.С. Цифровизация медицины: основные направления деятельности / В.С. Попова // В сборнике: Мировой опыт и экономика регионов России. Материалы XVIII Всероссийской студенческой научной конференции. Курск, 2020. С. 281-285.
- 9. Риту, А. Новые технологии и аналитика для новой эры ценностноориентированного маркетинга в здравоохранении / Р. Агарвал, М. Дугас, Г. Гордон, П. Каннан К. Десроше // Журнал Академии маркетинговых наук. — 2020. — №48 (1). — С. 9 — 23.
- 10. Эжехиоэн, Г. Экосистемы инноваций в области цифрового здравоохранения: от систематического обзора литературы к концептуальной основе. / Г. Эжехиоэн, М. Херсельман, А. Бота // Процедуры информатики. 2016. №100. С. 244 –252.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МОТИВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Иванова Алина Владимировна

студент,
Красноярский институт
железнодорожного транспорта —
филиал Иркутского государственного
университета путей сообщения,
РФ, Красноярск
E-mail: alina-iv97@mail.ru

Яркова Светлана Анатольевна

научный руководитель, кандидат технических наук, доцент, Красноярский институт железнодорожного транспорта — филиал Иркутского государственного университета путей сообщения, РФ, Красноярск

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF THE MOTIVATION SYSTEM OF THE RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISE

Alina Ivanova

student, Krasnoyarsk Institute of Railway Transport – a branch of the Irkutsk State University of Railways, Russia, Krasnoyarsk

Svetlana Yarkova

scientific advisor, candidate of technical sciences, associate professor, Krasnoyarsk Institute of Railway Transport – a branch of the Irkutsk State University of Railways, Russia, Krasnoyarsk,

АННОТАЦИЯ

В статье представлена оценка мотивационной системы на Енисейском филиале – пассажирском вагонном депо Красноярск АО «ФПК». В ходе оценки использовался анкетный опрос по тесту Элерса (мотивация на достижение успеха), исследование эффективности использования ФЗП, а также оценка

социальной эффективности системы мотивации по методике Кузнецовой А.Ю. По результатам оценки были выявлены проблемы в области исследования. В связи с этим разработаны мероприятия по решению выявленных проблем и совершенствованию мотивационной системы на исследуемом предприятии.

ABSTRACT

The article presents an assessment of the motivation system at the Yenisei branch – the Krasnoyarsk passenger car depot of JSC FPK. In the course of the assessment, we used a questionnaire survey on the Ehlers test (motivation to achieve success), a study of the effectiveness of the use of PPP, as well as an assessment of the social effectiveness of the motivation system according to the method of Kuznetsova A.Yu. As a result of the assessment, problems in the research area were identified. In this regard, measures have been developed to solve the identified problems and improve the motivation system at the studied enterprise.

Ключевые слова: персонал, стимулирование персонала, трудовая активность, мотивационная система.

Keywords: personnel, staff incentives, labor activity, motivation system.

Актуальность работы обусловлена тем, что в современных компаниях эффективно организованная мотивационная система может стать ведущим двигателем внутреннего побуждения активной трудовой деятельности персонала и постоянной поддержки заинтересованности в работе. Таким образом, встает необходимость в исследовании путей совершенствования мотивационной системы организации, которые будут соответствовать быстро изменяющимся условиям в профессиональной среде, что, в свою очередь, также окажет непосредственно влияние на конкурентоспособность персонала и повышение его трудовой активности в работе [5].

Несмотря на положительный опыт построения системы мотивации и стимулирования труда, следует отметить, что на исследуемом предприятии практически отсутствуют исследования мотивационной структуры сотрудников.

На наш взгляд, в современных условиях игнорирование мониторинга мотиваторов труда недопустимо, так как рано или поздно существующая система может дать сбой.

Проведя исследование, мы можем сделать такой вывод, что основной системой стимулирования персонала в Енисейском филиале — пассажирском вагонном депо Красноярск АО «ФПК» является ежемесячная выплата премий, т.е. материальная форма стимулирования сотрудников к эффективному труду, 76% опрошенных отметили эту форму мотивации. Размер премии у каждого сотрудника индивидуален и регулируется в зависимости от качества выполненной работы в течение месяца. Всего 24% респондентов ответили, что на предприятии используются формы морального стимулирования. Следовательно, руководству предприятия целесообразно шире использовать формы моральной мотивации.

В ходе исследования среди сотрудников был проведен также тест Элерса (Мотивация к успеху/мотивация на избегание неудач) [3]. Эксперимент проводился в форме онлайн-опроса. Для проведения исследования был проведен первоначально размер выборки опрашиваемых.

Генеральная совокупность («всего респондентов») на исследуемом предприятии 1078 человек (1/2 часть от каждой категории персонала). Размер выборки после проведения корректировки для малой генеральной совокупности стала известна скорректированная выборка (css) = 540 человек. В анкетировании приняло участие 540 человек, исходя из рассчитанной выборки.

Усредненный результат анкетирования представлен на рисунке 1.



Рисунок 1. Результат анкетирования по тесту Элерса (мотивация на достижение успеха/мотивация на избегание неудач)

По анализу результатов анкетирования по тесту Элерса [3] можно отметить, что большинство опрашиваемых, которые имеют средний уровень мотивации к успеху склонны часто проявлять неуверенность в себе, тяготиться выполняемой работой. Выполнение трудных заданий может вызывать у них дискомфорт.

Средний уровень мотивации к избеганию неудач характеризуется тем, что у опрашиваемых преобладает мотив избегания неудач, предпочитают малый, или, наоборот, чрезмерно большой риск, где неудача не угрожает престижу. У них, как правило, высокий уровень защиты и страха перед несчастными случаями [4].

В качестве основной задачи анализа поставлена цель определить эффективность использования фонда заработной платы и выяснить, в какой мере материальное стимулирование труда способствует повышению качества работы всей организации, заинтересованности работников в достижении высоких результатов. Анализ проводился на основе данных бухгалтерской отчетности формы № 2 «Отчет о прибылях и убытках» и предусматривал изучение состава и динамики фонда заработной платы (ФЗП), его уровня в обороте предприятия, изменения показателей, которые произошли в отчетный период.

Таблица 1. Динамика показателей фонда заработной платы персонала предприятия за 2019–2020 гг.

Показатели оплаты труда	2019 г.	2020 г.	Абсол. откл.	Темп роста, %
ФЗП – всего, тыс. руб.	680 789	730 458	49669	107,3%
Среднесписочная численность, чел.	2202,7	2034,8	-167,9	92,4%
Среднегодовая з/п 1 работающего, тыс. руб.	309,1	359,0	49,9	116,1%
Среднемесячная з/п 1 работающего	25 755,8	29 915,2	4159,4	116,1%

Таким образом, по таблице 1 можно отметить, что фонд заработной платы увеличился на 49669 тыс. рублей (7,3%). Данная положительная динамика связана непосредственно с ростом среднемесячной заработной платы работающих на предприятии, где в 2019 году данный показатель вырос на 4159,4 рублей (16,1%) по сравнению с 2018 годом и составил 29915,2 рублей.

Эффективность использования ФЗП характеризуется системой показателей, к которым относятся: выручка на рубль ФЗП; прибыль на рубль ФЗП; прибыль на одного работника; ФЗП на одного работника; соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы [2].

При эффективном использовании ФЗП темпы роста основных показателей деятельности предприятия должны опережать темпы роста ФЗП.

 Таблица 2.

 Анализ показателей эффективности использования ФЗП

Показатель	2019	2020	Абсолютное откл.	2019 в % к 2020
Выручка (тыс. руб.)	576166	932076	+355910	161,8
Чистая прибыль (тыс. руб.)	123216	108954	-14262	88,4
ФЗП (тыс. руб.)	680 789	730 458	+49669	107,3
Среднесписочная численность (чел.)	2202,7	2034,8	-167,9	92,4
Выручка на рубль ФЗП	0,85	1,28	+0,43	150,6
Чистая прибыль на рубль ФЗП	0,18	0,15	-0,03	82,4
ФЗП на одного работника	309,1	359,0	+49,9	116,1
Выручка на одного работника	261,6	458,1	+196,5	175,1

Данные свидетельствуют, что при увеличении выручки на 61,8% темп прироста ФЗП составил 7,3% — это благоприятная ситуация для предприятия. Темпы роста производительности труда опережают темпы роста средней заработной платы, соответственно 116,1% и 175,1%. Однако в 2020 году по сравнению с 2019 годом резко снизилась чистая прибыль, что повлекло за собой уменьшение показателей стимулирования прибыли.

Для оценки эффективности использования ФЗП необходимо провести анализ показателей эффективности и установить влияние факторов на эти показатели [2]. Результаты расчетов показывают, что стимулирование выручки увеличилось на 16,1%, материальная заинтересованность — на 75,1%. В то же время произошло резкое снижение показателя стимулирования чистой прибыли на 17,6%, что говорит о неэффективности уровня стимулирования на данном предприятии.

Основными факторами, оказывающими влияние на динамику показателей, являются: выручка предприятия, прибыль, ФЗП и численность работников. Рост выручки, прибыли способствует экономической отдаче средств ФЗП, а рост ФЗП приводит к ее уменьшению. Влияние этих факторов на показатели стимулирования определяются методом цепных подстановок. Производится расчет условных показателей стимулирования выручки (УСв), прибыли (УСп) путем деления выручки, прибыли за отчетный год на сумму ФЗП за прошлый год. Условный показатель материальной заинтересованности (Усмз) выводится путем деления суммы ФЗП за отчетный год на среднесписочный состав прошлого года. Результаты сравнения условного показателя с фактическим характеризуют влияние того или иного фактора на показатели стимулирования.

Таблица 3. Обобщение влияния факторов на показатели стимулирования выручки и прибыли предприятия

Показатель	Условный показатель стимулиро- вания	2019	2020	Отклонение (гр. 4-гр. 3)	выручки	За счет прибыли (гр.2- гр.3)	За счет ФЗП (гр.4- гр.2)
Выручка на рубль ФЗП	7,06	0,85	1,28	0,43	6,21	_	-5,78
Прибыль на рубль ФЗП	0,21	0,18	0,15	-0,03	_	-0,03	-0,06

Таблица 4. Определение влияния факторов на показатель стимулирования материальной заинтересованности работников

Показатель стимулирования	Условный показатель	2019	2020	Отклоне- ние	За счет изменения ФЗП (гр.2- гр.3)	За счет численности работников (гр.4-гр.2)
ФЗП на одного работника (показатель стимулирования материальной заинтересованности работника), руб.	329,9	309,1	359,0	49,9	20,84	_

Приведенные данные указывают, что наибольшее влияние на показатель стимулирования выручки оказало увеличение объемов реализации перевозок

пассажиров, багажа и грузобагажа железнодорожным транспортом. За счет этого фактора показатель стимулирования выручки возрос на 6,21, а в результате роста ФЗП – уменьшился на 5,78. Неблагоприятная тенденция отмечается при анализе динамики показателя стимулирования прибыли. Его снижение обусловлено уменьшением прибыли по сравнению с прошлым годом. Так, за счет этого фактора показатель стимулирования прибыли снизился на 0,03, а за счет роста ФЗП – на 0,06. Данные таблицы 4 указывают, что показатель материальной заинтересованности возрос из-за увеличения ФЗП на 20,84.

Для окончательной оценки эффективности использования ФЗП необходимо расчеты из таблицы, содержащей анализ показателей эффективности использования ФЗП (таблица 2) дополнить изучением коэффициентов эффективности использования ФЗП. Они определяются отношением индексов показателей хозяйственной деятельности к индексу ФЗП. Результаты расчетов приведены в таблице 5.

 Таблица 5.

 Коэффициент эффективности использования ФЗП

Коэффициент эффективности использования ФЗП	Расчет за 2019 г.	Величина коэффициента за 2020 г.
Отношение индекса выручки к индексу ФЗП	1,45:1,334	1,086
Отношение индекса чистой прибыли к индексу ФЗП	0,593:1,334	0,444
Отношение индекса выручки на одного работника к индексу средней з/п	1,449:1,334	1,086
Отношение индекса выручки на одного работника к индексу ФЗП		1,086
Отношение индекса чистой прибыли на одного работника к индексу ФЗП	0,594:1,334	0,445
Отношение индекса чистой прибыли на одного работника к индексу средней з/п	0,594:1,334	0,445
Отношение индекса ФЗП к индексу численности работников	1,334:1	1,334

Если коэффициенты эффективности использования ФЗП превышают единицу, то использование ФЗП считается эффективным [2]. В наших расчетах из семи рассчитанных коэффициентов три меньше единицы. Это значит, что использование ФЗП нельзя признать эффективным.

Далее определим социальную эффективность исследуемой области, выражающей социальный результат управления системой мотивации на рассматриваемом предприятии. Данная оценка проводилась с помощью метода интервьюирования с руководителями подразделений, опроса действующего персонала и метода экспертных оценок.

Таблица 6. Социальная эффективность мотивационной системы [3]

№	наименование блоков оценки	ОЦЕНКА
1	Удовлетворенность работников различными аспектами труда	2,89
2	Организационно-трудовые условия труда	3,11
3	Социально-психологические условия труда	3,33
4	Профессионально-квалификационная структура персонала	3,33
Сум	77 из 100	
Coı	77%	

В итоге, по результатам оценки социальной эффективности исследуемой области сумма баллов составила 80 из 104 (76,9%), что говорит о том, что в организации мотивационная система относится к средней степени эффективности реализации на предприятии. Однако с целью совершенствования системы мотивации на исследуемом предприятии необходимо устранить несоответствия в первом блоке оценки, имеющего крайне низкое значение показателя по критерию «Уровень удовлетворенности системой вознаграждения и признания заслуг административно-управленческого персонала».

На основе проведенной оценки мотивационной системы предприятия были выявлены следующие проблемы исследуемой области:

- неэффективное использование ФЗП на предприятии;
- низкий уровень удовлетворенности системой вознаграждения и признания заслуг административно-управленческого персонала.

Таким образом, встает необходимость в разработке корректирующих мероприятия, которые поспособствуют устранению выявленных проблем и совершенствованию мотивационной системы на исследуемом предприятии.

Для решения первой выявленной проблемы можно предложить внедрение цифровой системы QlikView для осуществления и расчета производительности и премий, и их визуализация.

В системе QlikView применяется запатентованная технология, позволяющая хранить данных и обрабатывать их непосредственно в оперативной памяти сервера. Данная технология дает возможность объединять большие массивы данных, загружаемые в аналитические приложения из разных источников – баз данных (MS SQL Server, Oracle, DB2, ...), информационных систем (1C, SAP, Business Objects, Hyperion, Cognos, Salesforce, ...), табличных файлов (Excel, CSV, ...), веб страниц (html, xml, ...) и многих других [1].

Важная особенность QlikView – ассоциативный анализ данных. Система быстро дает ответы на запросы буквально по клику мышки. QlikView показывает результаты сразу по мере их загрузки в свою собственную In-Метогу базу данных.

С целью повышения уровня удовлетворенности системой вознаграждения и признания заслуг административно-управленческого персонала внедрения мотивации и геймификации на платформе Hypermethod Assessment Tools. Данный цифровой сервис позволяет управлять мотивацией персонала на основе корпоративных ценностей, поощрять сотрудников нематериально и отслеживать влияние достижений на результат предприятия в целом.

Таким образом, такое совершенствование мотивационной системы на исследуемом предприятии позволит повысить не только повысить мотивацию сотрудников, но и обеспечит рост эффективности использования ФЗП, что, в свою очередь, окажет влияние на рациональное распределение финансовых ресурсов, приведет к росту производительности и эффективности деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Демченко, А.А. Приоритетные направления повышения трудовой мотивации / А. А. Демченко, Э. В. Сукманов ; Курский гос. ун–т. Курск, 2018. – 134 с.

- 2. Когдин, А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в управлении персоналом / А.А. Когтин // Основы экономики, управления и права. №4 (4). 2019. С. 80–83.
- 3. Кузнецова, А.Ю. Методология оценки эффективности системы мотивации персонала // Научный аспект : Институт экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета. 2018. № 4 (4). С. 486-490. (дата обращения: 15.11.2020). Текст: электронный.
- 4. Ловчева, М. В. Оценка эффективности системы стимулирования персонала: показатели, методы, практические рекомендации / М.В. Ловчева // Мотивация и оплата труда. 2015. № 1. С. 14–26.
- 5. Яркова, С.А. Влияние мотивации на качество трудовой жизни персонала / С.А. Яркова, Д.А. Юркова // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте. Труды XXIV Всероссийской научно-практической конференции. Красноярск, 2020. С. 166-170.

ВЫБОР КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО СБЫТА ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Лучникова Татьяна Александровна

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

Черникова Светлана Александровна

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

Выбор каналов распределения хлебопекарной продукции является сложным управленческим решением, поскольку выбранные каналы самым непосредственным образом влияют на все другие решения сфере экономической деятельности предприятия.

Реализация продукции в большинстве случаев проводится через посредников, каждый из которых формирует соответствующий канал распределения. Использование посредников в сфере обращения выгодно, прежде всего, для производителей. В этом случае им приходится иметь дело с ограниченным кругом заинтересованных лиц по сбыту продукции. Кроме того, обеспечивается широкая доступность товара при движении его непосредственно до рынка сбыта. С помощью посредников возможно сократить количество прямых контактов производителей с потребителями продукции. Основная проблема организации сбыта – принятие решений о канале сбыта и оптимизации товародвижения [3, с. 10361.

Все каналы распределения делятся на активные и пассивные. Активные каналы продаж — это такие каналы, в которых продавец выступает в роли инициатора общения с конкретным потребителем. Выделяют три основных типа активных каналов распределения: прямой, косвенный и комбинированный (рис. 1).



Рисунок 1. Виды и типы каналов распределения [1, с. 284]

- 1) Прямой производитель работает с конечным потребителем без услуг посредников.
- 2) Косвенный в процессе товародвижения производитель использует независимых посредников;
- 3) Комбинированный в качестве посредников используются организации со смешанным капиталом, включающим, в том числе, и капитал самой фирмыпроизводителя [7].

Необходимо отметить, что канал продаж — это приток потребителей в фирму, которая имеет определенный набор характеристик. Именно поэтому единой иерархии каналов продаж не существует. Один канал сбыта продукции — это тот канал, который имеет одинаковую конверсию, один и тот же способ общения, одних и тех же клиентов.

Прямые продажи являются самыми востребованными и распространенными. Главная задача канала является прямое взаимодействие с потенциальным клиентом. На сегодняшний день существует несколько взглядов на прямой канал продаж. Одни утверждают, что это только личная встреча с клиентом, другие же склонны считать, что любое взаимодействии с потребителем (телефон, электронная почта) также являются прямой продажей.

Телемаркетинг — поиск потребителей через телефон. Данный метод можно было бы назвать каналом холодных звонков, целью холодных звонков является сбор данных или встреча с клиентом [4].

Дилерский канал сбыта относится к косвенному каналу продаж, также сегодня очень распространен. В данном случае дилер либо уже имеет ресурсы, либо доступ к клиентам. Преимуществом данного канала является доступ к отсутствующим ресурсам (офисы, финансы, сотрудники); ощущаемая экономия на издержках (они происходят за счет экономии на продвижении, персонале). К недостаткам можно отнести полную зависимость от торгового представителя. Дело все в том, что дистрибьютор в любой момент может изменить поставщика, с которым он работает, и фирма может потерять свой бизнес. Также недостатком является полное отсутствие доступа к клиентам – порой бывает так, что желания дистрибьютора могут отличаться от того, что происходит на самом деле. Производитель при использовании данного канала теряет значительную часть дохода — вознаграждение торгового представителя может доходить до 80% от общей суммы дохода [5, с. 317].

К косвенному каналу активных продаж может быть отнесен партнерский канал. Данный способ взаимодействия подходит для видов экономической деятельности, которые имеют высокую степень маржинальности.

Пассивные каналы продаж — это те, в которых, клиент является инициатором общения. Типами пассивных каналов продаж являются разнообразные коммуникационные каналы, связанные со стимулированием сбыта продукции.

Эффективным пассивным каналом сбыта пищевой продукции на целевом рынке служит реклама. Организация рекламной деятельности включает выбор рекламных средств, проведение рекламных компаний. К числу возможных способов следует отнести также формирование спроса потребителей и их потребностей путем установления личных контактов в местах продажи, на выставках, ярмарках и т.п. [2, с. 262].

Многие предприятия, особенно те, деятельность которых связана с потребительскими товарами, склонны отводить рекламе большую часть своего коммуникационного бюджета. Методики стимулирования сбыта часто применяются для продвижения новых товаров и создания их позиций, для привлечения новых и потерянных потребителей, или ускорения процесса покупки. Методы стимулирования сбыта включают:

- подарки к совершенным покупкам;
- сниженные цены;
- купоны на скидки;
- привилегированные карты.

Однако сегодня большинство предприятий – производителей кондитерских и хлебобулочных изделий рекламой собственной продукции не занимается вообще. Это обусловлено тем, что большинство торговых работников считает, что, так как данная продукция является товаром первой необходимости, имеющий постоянный спрос, то она не нуждается в рекламе. Это неверно, поскольку на потребительском рынке постоянно появляются новые и возрождаются традиционные виды данной продукции, например, появляются различные виды тортов, в том числе с использованием популярных среди населения экологически чистых продуктов. Это требует проведения рекламных мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта.

Опасность стимулирования сбыта в том, что постоянная деятельность по стимулированию может ослабить имидж марки. Некоторые специалисты утверждают, что именно по этой причине мероприятия по стимулированию не должны использоваться для создания марки, но многие компании считают, что они полезны для увеличения базы потребителей (главным образом, за счет переключения потребителей с других марок), увеличивают индивидуальные расходы потребителей и ускоряют процесс принятия решения о покупке. В качестве руководящего правила можно порекомендовать избегать мероприятий стимулирования сбыта, строящихся на снижение цены, и использовать методики добавленной ценности. Стимулирование сбыта по совершенно очевидным проблемам нравиться представителям розничной торговли и продавцам, и может обеспечить компании краткосрочное конкурентное преимущество, существует тенденция вступления в эту игру конкурентов, и достигнутые преимущества могут быстро исчезнуть [6, с. 151].

Также чрезвычайно значимым дополнение рыночных коммуникаций становиться Интернет. Коммуникативная политика, проводимая в Интернете — это курс действий предприятия, направленный на планирование и осуществление взаимодействия фирмы со всеми субъектами маркетинговой системы на основе использования комплекса средств коммуникаций Интернета, обеспечивающих стабильное и эффективное формирование спроса и продвижение товаров и услуг на рынки с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли. Сегодня практически любое предприятие принимает активное участие в реализации среды Интернета, создав собственный web-сайт, интерактивный магазин или торговую систему [8, с. 16]. В этой связи все более актуальной становится онлайн реклама.

Список литературы:

- 1. Багиев, Г.Л., Маркетинг: Учебник для вузов / Багиев, Г.Л., Тарасевич, В.М., Анн, Х. Под общ. ред. Багиева Г.Л. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экономика, 2015. 718 с.
- 2. Баркан, Д.И. Управление продажами. СПб.: СПбГУ, 2016. 908 с.
- 3. Качурина, А.С. Сбытовая деятельность предприятия: принципы эффективного управления / Качурина А.С., Мостыка К.С. // Экономика и социум. -2016. № 6-1 (25). -С. 1035-1038.
- 4. Котлер, Ф. Маркетинг и менеджмент / Ф. Котлер. М.: ИНФРА-М, 2016. $264~\mathrm{c}.$
- 5. Лукьяненко, С.А. Управление сбытовой деятельностью на предприятии // Экономика и социум. -2018. -№ 8 (27). -C. 316-318.
- 6. Осипов, Л. В. Основы коммерческой деятельности / Л. В. Осипов, И.М. Синяев. М.: ЮНИТИ, 2016. 286 с.
- 7. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина. М.: МАРКЕТИНГ, 2016. 340 с.
- 8. Сакенова, А.Е. Сбытовая политика в деятельности современных предприятий // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки Электронный сборник статей по материалам XII студенческой международной научно-практической конференции. 2017. -С. 15-20.

СЕКЦИЯ

«РЕГИОНОВЕДЕНИЕ»

РЕГИОНАЛЬНЫЙ СЕПАРАТИЗМ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ НА ПРИМЕРЕ КАНАДЫ

Иванов Егор Анатольевич

студент, кафедра регионоведения, международных отношений и политологии, Северный (Арктический) Федеральный Университет им М.В. Ломоносова, РФ, г. Архангельск E-mail: yegorq@mail.ru

REGIONAL SEPARATISM IN THE MODERN WORLD ON THE EXAMPLE OF CANADA

Yegor Ivanov

Student,
Department of Regional Studies,
International Relations and Political Science,
Northern (Arctic) Federal University
named after M.V. Lomonosov
Russia, Arkhangelsk

АННОТАЦИЯ

Исследования современного сепаратизма – один из ключевых способов превентивного предотвращения глобальных И региональных проблем. Агрессивные проявления данного явления способны привести к серьезным региональным последствиям: экономическим, политическим, военным. Успешный пример Канады в борьбе с данным явлением довольно показательный. Изучив историю и первопричины сепаратистского движения, а также успешные инструменты купирования данного явления позволят в будущем избежать подобного в различных уголках планеты.

ABSTRACT

Studies of modern separatism are one of the key ways to prevent global and regional problems in a proactive manner. Aggressive manifestations of this phenomenon can lead to serious regional consequences: economic, political, and military. The successful example of Canada in the fight against this phenomenon is quite indicative. Having studied the history and root causes of the separatist movement, as well as successful tools for stopping this phenomenon, it will be possible to avoid this in different parts of the world in the future.

Ключевые слова: независимость, сепаратизм, ООН, право на самоопределение, национальная идентичность.

Keywords: independence, separatism, UN, right to self-determination, national identity.

Понятие сепаратизма уходит своими корнями в древний Рим и берет свое происхождение от латинского separatus – отдельный, которое в дальнейшем стало известно в мире благодаря французской трактовке этого слова как separatisme. В широком смысле оно означает «практику и политику обособления, отделения части территории ДЛЯ создания нового самостоятельного государства». [5. С.133]. Подобные действия со стороны определенных политических, этноконфессиональных и любых других движений приводят к достаточно серьезным последствиям. В их числе могут быть: распад государства в следствии нарушения его суверенитета и территориальной целостности, возникновение нестабильности и беззакония. Так же любое проявление сепаратизма ставит под грозу принцип нерушимости границ. И не стоит забывать, что сопутствующими явлениями сепаратизма всегда являются межгосударственные и межнациональные конфликты. Описывая негативные необходимо отметить следующее: «любое сепаратистское последствия, движение имеет под причины, чаще всего связанные с грубейшими нарушениями прав и свобод человека и народов, расовых, религиозных, и национальных меньшинств». [5. С. 134]. А это в свою очередь приводит к сплочению определенного ущемляемого класса вокруг определенной проблемы, следствием которого является рост национального самосознания самоорганизации, что в конечном счете выливается в скоординированную, продуманную и, в некотором роде, успешную борьбу за самоопределение и н Примером независимость. таких успешных движений является антиколониальная борьба на протяжении всего XX века, которая вылилась в создание нескольких десятков независимых национальных государств.

Сегодня, не смотря на многолетние отсутствие глобальных вооруженных конфликтов, небольшим количеством взаимных территориальных претензий между государствами и относительной стабильностью на политической карте, сепаратизм создает достаточное количество острых и сложных проблем. Они касаются не только развивающихся и новообразованных государств, как Россия 90-х или Индия и Ирак, но и таких, на первый взгляд стабильных, развитых стран, таких как Канада или Испания, Особый вклад сепаратизм внес в распад Югославии и Советского Союза. Таким образом некоторые исследователи приходят к общему выводу, что: «носители сепаратистских настроений могут являться различные общественно-политические, конфессиональные или этнические группы и организации. Проблема сепаратизма (сецессия) – одна из самых сложных в сфере этнополитических и конфликтологических исследований, прежде всего потому, что она прямо связана с вопросом о разделе или упразднении государства — одной из наиболее мощных и всеохватывающих форм социальных коалиций людей». [10. С. 184].

Наличие, проявление и обострение сепаратистских настроений обусловлено с различными интересами, которые преследуются центральными властями, и которые могут не совпадать с интересами меньшинств. На практике политические элиты центра пытаются использовать сепаратистские движения для достижения своих целей. При этом интересы самих сепаратистов их часто вообще не интересуют. В основном за многими этноконфликтами стоят конкретные этноэлиты, извлекающие из этого свои политические выгоды. В

наше время, «благодаря» всеобщей милитаризации и легкодоступности оружия сепаратистским движениям сопутствуют такие негативные явления, как: разрушение объектов инфраструктуры, жители определённых территорий лишаются своего жилища, а в самых печальных случаях — происходят человеческие жертвы.

Такая формула, как «право наций на самоопределение», а, следовательно, и само понятие «самоопределение наций», спекулируя которым в современном мире различные группировки двигают идею сепаратизма, впервые появился в документах Берлинского конгресса 1878 г. Свое первое применение в мировой практике они получают в следствии окончания Первой Мировой войны, по итогам которой была существенно перекроена мировая политическая карта. В Российской, Османской, исчезновением Австро-венгерской Германской империй в 1918 г. эти формулы активно использовались в ходе послевоенного мирного урегулирования, так как остро встал вопрос формирования новых национальных государств, которые раньше являлись составными частями перечисленных империй.

После Второй Мировой войны на конференции 1945 года в Сан-Франциско в Уставе Организации Объединенных Наций, была изменена формулировка понятия о «праве наций на самоопределение». В итоге ст. 1, п. 2 Устава ООН в своем окончательном исполнении утверждает необходимость «развивать дружественные отношения между нациями на основе уважения принципа равноправия и самоопределения народов». [2] 24 декабря 1970 г., была принята Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН, объединяющая всевозможные трактовки понятия о формах самоопределения. Основной акцент был сделан на применение права на самоопределение в основном в отношении деколонизации. В документе было подчеркнуто, что «всякая попытка, направленная на то, чтобы частично или полностью разрушить национальное государство И территориальную целостность страны, несовместима с принципами и целями Устава ООН». [1] Таким образом ограничивается возможность любых проявлений сепаратизма.

Стоит отметить, что в современном мире сепаратистские движения подстраиваются под международную обстановку, и в некоторых случаях переходят от прямого вооруженного противостояния или конфликта с центральной властью к более гибким формам воздействия. Они создают политические партии, как правило, националистической окраски, а если возможно, «правительства в изгнании». Примером такого «цивилизационного» подхода к вопросу сепаратизма и отделения части территории от государства является ситуация вокруг Канадской провинции Квебек. Так в Канаде существует Движение за суверенитет Квебека, целью которого является сделать из провинции Квебек суверенное правовое государство. Политическая партия Квебекский блок с аналогичной целью и имеющей свое представительство в Палате общин Канады — нижней палате канадского парламента.

В 1534 году Канада была официально провозглашена собственностью короля Франции. Из-за постоянных войн в Европе, отдаленности колониальной территории, сурового климата и воинственного местного населения все попытки закрепиться на территории Северной Америки заканчивались для французов провалом вплоть до 1604 года и уже спустя четыре года была основана столица Французской Канады и будущий основной оплот сепаратистского движения в Канаде – город Квебек. Однако постоянные Англо-француские войны на европейском континенте привели к тому, что к началу 18 века Франция почти полностью утратила свои североамериканские владения. Так по итогам Утрехтского 1713 Франция мира года уступала Великобритании Ньюфаундленд, Гудзонов залив И Новую Шотландию. Финальным аккордом противостояния между Англией и Францией стала семилетняя война, по результатам которой был подписан Парижскийдоговор в 1763 году, по которому территория Новой Франции перешла под правление Великобритании. [8. С.116]. Последовавшая за присоединением активная, и даже агрессивная ангикацизация бывших французских владений не могла пройти бесследно. Установление британских законов, норм и правил, ценностей, притеснения французов на национальной и религиозной почве

благоприятными условиями для прочного закрепления сепаратизма на бывших французских территориях и среди франкоязычного населения. В той или иной форме борьба между двумя этими лагерями продолжается и по сей день.

Современная Канада, как и все страны мира, находящиеся в условиях глобализации — многоэтническое и многонациональное государство. Однако большинство населения составляют две наиболее многочисленные этнонациональные группы. Это франко- и англо-канадцы, которые согласно конституции признаны «народами-основателями» Канады.

Квебек является самой большой провинцией государства. На территории этой провинции проживает порядка 8,5 миллионов человек, [11] причем больше 50% этого населения относят себя к франкоканадцам, что накладывает определенный отпечаток на политическую жизнь региона. С середины прошлого века на территории Квебека зародилось активное в политическом поле сепаратистское движение, которое возглавила созданная в то же время Квебекская Партия. Основная цель, прописанная в ее программе: «достижение суверенитета Квебека демократическим путем».

В 1960-х годах в провинции происходит «тихая революция», которая включает в себя кардинальные реформы в сфере образования, здравоохранения и экономики, позволяющие в очень короткий срок провести модернизацию общественно-политического устройства провинции, положительным образом сказавшемся на ее дальнейшем развитии и процветании. Это приводит к резкому обострению национального вопроса в Квебеке на рубеже 60-70 годов. Растущие на этом фоне националистические настроения вовлекают в себя самую активную и радикальную группу общества — франкоязычную молодежь, среди которой очень быстро распространяются и укореняются идеи независимости Квебека. Вскоре эту идею подхватит и созданная в 1968 году Квебекская партия, которая в 1976 году победит на выборах в Квебекский парламент и в 1980 году проведет первый референдум о независимости провинции от остальной Канады, при этом войдя с ней в экономическую ассоциацию, на примере Европейского Союза. Референдум проводился исключительно на территории провинции, и при этом

60% принявших участие в голосовании высказались против суверенитета Квебека. Это послужило «остужающим» фактором в вопросе сепаратизма. Также успокаивающим фактором стала проработка консервативным правительством во главе с Б. Малруни, проекта провинциально-федеральных соглашений в рамках предстоящей конституционной реформы. Их главной особенностью был тот факт, что очень серьезно прорабатывался вопрос предоставления Квебеку «особого статуса». Однако из-за непримиримой позиции по данному вопросу Манитобы и Ньюфаундленда ратификация и вступление в силу этих соглашений сорвалось.

И все же Квебек смог добиться для себе определенных уступок и привилегий. В 2001 году федеральным правительством Канады был принят «Акт о фундаментальных правах и привилегиях народа Квебека и квебекского государства». Согласно его положениям, народ Квебек получил исключительное право на самоопределение, которое звучит как «право определять свое политическое будущее». Особенно стоит отметить пункт, позволяющий Национальному собранию Квебека определять формулировку задаваемого на провинциальном референдуме о статусе провинции. Определен и нижний порог голосования – 50% голосов, признанных действительными, плюс один голос. Таким образом провинция получила возможность проводить абсолютно независимую политику во всех сферах государственной деятельности, включая международную. Последним пунктом Квебек пользуется особо активно. Так с момента принятия акта провинция заключила порядка 700 международных соглашений, договоров и прочих документов. [4. С. 24] Так же существенное значение имеет провозглашённое актом «уважение к правам англоязычных сообществ и индейских племен на территории Квебека». [7. С. 103]. Заключительный пункт данного акта гласит, что: «Ни один другой парламент или правительство не может ограничивать полномочия, авторитет, суверенитет или легитимность Национального собрания или навязывать демократическую волю квебекскому народу определять свое будущее», что фактически можно трактовать как верховенство или равенство регионального парламента над федеральным. [3].

На примере Канады можно в очередной раз убедиться, что ущемление права на использование собственного языка, насильственное насаживание чуждой религии, повсеместные ограничения на возможность занимать государственные должности, вести свободную торговлю приводит к тому, что меньшинство настраивается против большинства, и начинает прорабатывать способы и механизмы избавиться от «гнета» властителей. Это приводит к многолетнему противостоянию между центром и мясной властью, (которое в Канаде продолжается вот уже больше 200 лет) и выливается в блокирование работы государственного аппарата. С другой стороны, противостояние Квебека и Канады отличается своим мирным течением, опыт которого полезно применить в других странах по всему мира, чтобы избежать лишнего кровопролития и тяжелых последствий для всех сфер жизни государства, в котором происходят данные процессы.

Список литературы:

- 1. Резолюции 25-й сессии Генеральной Асамблеи ООН (1970 год) [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. Нью-Йорк, [2020]. Электрон. дан. сайт. URL: https://www.un.org/ru/ga/25/docs/25res.shtml, (дата обращения : 22.05.2021).
- 2. Устав ООН. [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. Нью-Йорк, [2020]. Электрон. дан. сайт. UR: https://www.un.org/ru/sections/un-charter/chapter-i/index.html, (дата обращения : 22.05.2021).
- 3. Национальный состав населения [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. Всероссийская перепись населения 2010. Москва, [2001-2013]. Электрон. дан. сайт. URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-01.pdf, (дата обращения : 22.05.2021).
- 4. Акимов Ю. Г. Канадский федерализм и конституционно-правовой статус квебекской парадипломатии [Электронный ресурс] // Журнал Управленческое консультирование. 2016г. №11. С. 18-26. Электрон. журн. сайт. UR: https://cyberleninka.ru/article/n/kanadskiy-federalizm-i-konstitutsionno-pravovoy-status-kvebekskoy-paradiplomatii, (дата обращения: 20.05.2021).

- 5. Власова К. В. Сепаратизм: теоретический аспект и международная практика [Электронный ресурс] // Общество. Наука. Инновации (НПК 2018). сборник статей XVIII Всероссийская научно-практическая конференция: в 3 томах. Вятский государственный университет. 2018г. С. 133-144. Электрон. текст. дан. сайт. UR: https://elibrary.ru/item.asp?id=35151843&, (дата обращения: 21.05.2021).
- 6. Горовиц Д. Ирредентизм, сепаратизм и самоопределение [Электронный ресурс] // Национальная политика в Российской Федерации. Материалы международной научно-практической конференции (Липки, сентябрь 1992 г.). 1993г. С. 145-164. Электрон. текст. дан. сайт. URL: https://http://lawlibrary.ru/article1053230.html, (дата обращения: 19.05.2021).
- 7. Данилов С. Ю. Правовое регулирование «специального статуса» субъекта федерации: дифференциация права на примере статуса Квебека [Электронный ресурс] // Право в современном мире. Журнал высшей школы экономики − 2015г. − №3. − С. 99-108. − Электрон. журн. − сайт. − URL: https://clck.ru/LLX6Q, (дата обращения: 15.05.2021)
- 8. 9.Нохрин И. М. Жюль-Поль Тардивель и становление идей франко-канадского сепаратизма в последней трети хіх века [Электронный ресурс] // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 9 (224). С. 116–120. Электрон. журн. сайт. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=16525394, (дата обращения: 19.05.2021).
- 9. Фонсека Н. Природа сепаратизма в современном мире [Электронный ресурс] // Вестник Воронежского Государственного Университета. Серия: История. политология. Социология. −2012 г. − №1. − С. 184-187. − Электрон. журн. − сайт. − URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=17722380, (дата обращения: 20.05.2021).
- 10. Population estimates, quarterly [Electronic resource] // The official website of the Government of Canada сайт. URL: https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1710000901, access from Springer (22.05.2021).

ОБРАЗ РЕГИОНОВ АРКТИКИ В СМИ СКАНДИНАВСКИХ СТРАН (НА ПРИМЕРЕ ШВЕЦИИ И ФИНЛЯНДИИ)

Кокорина Ирина Александровна

студент, кафедра регионоведения, международных отношений и политологии, Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В.Ломоносова, РФ, г. Архангельск

E-mail: kokorina.i.a@edu.narfu.ru

Богданова Анна Анатольевна

научный руководитель, д-р экон. наук, кафедра регионоведения, международных отношений и политологии, Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова, $P\Phi$, г. Архангельск

THE IMAGE OF THE ARCTIC REGIONS IN THE MEDIA OF THE SCANDINAVIAN COUNTRIES (ON THE EXAMPLE OF SWEDEN AND FINLAND)

Irina Kokorina

Student,
Department of Regional Studies,
International Relations and Political Science
Northern (Arctic) Federal
University named after M.V. Lomonosov
Russia, Arkhangelsk

Anna Bogdanova

Academic Supervisor, Doctor of Economics,
Department of Regional Studies,
International Relations and Political Science,
Northern (Arctic) Federal
University named after M.V. Lomonosov,
Russia, Arkhangelsk

АННОТАЦИЯ

В статье представлен образ арктических регионов России на основе проведённого контент-анализа статей финских и шведских СМИ, а именно

печатных периодических изданий. Выделяются наиболее популярные и обсуждаемые темы, связанные с данными регионами. Проводится оценка характера данных публикаций, на основе которых формируется образ арктических регионов России в международном восприятии, а именно в скандинавских странах.

ABSTRACT

The article presents an image of the Arctic regions of Russia based on the conducted content analysis of articles by Finnish and Swedish media, namely printed periodicals. The most popular and discussed topics related to these regions are highlighted. The nature of these publications is assessed, on the basis of which the image of the Arctic regions of Russia is formed in the international perception, namely in the Scandinavian countries.

Ключевые слова: Арктика, СМИ, арктические регионы, образ регионов в СМИ.

Keywords: The Arctic, the media, the Arctic regions, the image of the regions in the media.

Образ региона создается администрацией, СМИ, выдающимися деятелями различных сфер общества, населением. Нас интересует образ, который создает СМИ. Так как влияние СМИ составляет значительную часть в общем образе региона. Часто можно услышать выражение о том, что средства массовой информации являются четвертой властью. Они не только выражают и представляют мнение общества, но и являются каналом формирования общественного мнения. Помимо этого, с помощью СМИ географический образ региона, его существование закрепляется в массовом сознании. Важной чертой, кроме содержания, является частотность появлений информации о регионе [5]. В связи с этим, образ региона в СМИ имеет большое значение и влияет на привлекательность региона в целом.

Привлекательность арктических регионов России для иностранных туристов находится на низком уровне и только начинает формироваться. Основываясь на Национальном туристическом рейтинге за 2019 год, можно сделать следующий вывод о привлекательности российских регионов Арктики. Арктические регионы не особо привлекательны для туристов. Архангельская область занимает 49 место, а Ненецкий автономный округ занимает самую нижнюю позицию (85 место). Мурманская область занимает 48 место [2].

Однако в последнее время очень сильно возрос интерес к Арктике в целом. Стратегическое значение Арктики способствует увеличению амбиций регионов и выработку определенных статусов в арктическом пространстве [1]. Что в свою очередь может способствовать развитию туризма и инфраструктуры в данных регионах. Что бы оценить перспективы такого развития, необходимо понять какой образ Арктических регионов складывается в зарубежных странах. Для исследования выбраны страны Скандинавии, так как они расположены в непосредственной близости с территорией России, и так же тоже являются арктическими странами.

Во всем мире образ России неоднозначен. РИА Новости в 2014 году опубликовали результаты исследования, в котором отражено представление России в зарубежных СМИ. В указанный период, с 14 по 20 октября, проведен анализ активности мировых СМИ в отношении России. Тональность публикаций Швеции определена как умеренно-негативная, а Финляндии — нейтральная [3]. В связи с этим, хочется исследовать как представляется образ конкретно арктических регионов и сравнить с общим образом России.

В данной работе представлена попытка выявить уровень освещения регионов Арктики, а также определить степень привлекательности данных регионов для стран Скандинавии. Для анализа были использованы периодические издания Швеции и Финляндии, такие как Dagens Nyheter (крупнейшая шведская ежедневная утренняя газета); Svenska Dagbladet (третья по величине газета в Швеции); Helsingin Sanomat (крупнейшая газета Финляндии); Ilta-Sanomat (финская газета); Yle (Yleisradio Oy) — национальная

телерадиовещательная компания в Финляндии, у которой есть интернет ресурс, где периодически публикуются новостные статьи.

Тематика Арктических регионов в скандинавских СМИ не является приоритетной, ей уделяется очень небольшой процент от всего объема статей.

Большинство событий, связанных с Арктическими регионами России, освещаются в шведских и финских СМИ в тех случаях, когда они получают широкую огласку по всему миру или напрямую связаны со Швеции и Финляндией.

Во время исследования было замечено, что большее внимание среди регионов Арктики уделяется Мурманской и Архангельской области. Так в финском издании «Yle» 78 статей, где упоминается Мурманская область и 38 статей, посвященных Архангельской области. Также можно встретить упоминания о республике Карелия, особенно в финских изданиях. Но относительно Архангельской и Мурманской областей это очень небольшой процент. В связи с этим для исследования выбраны именно эти регионы.

Довольно сложно придать данным публикациям оценочный характер, ввиду того, что каждое издание трактует определенное событие по-разному. Но можно охарактеризовать большую часть публикаций, как носящих информативный характер. Некоторые из статей имеют ярко выраженный положительный характер, а некоторые — негативный, например, статья про глобальное потепление, в которой автор осуждает Россию в бездействии в ситуации глобального потепления, говоря «зря Россия радуется глобальному потеплению — для нее это катастрофа» [8].

Проблемы экологии в значительной степени волнует скандинавские издания. Ряд статей освещает проблему глобального потепления в Арктических регионах. Особенно уделяет внимание данной теме издание «Svenska Dagbladet», авторы статьей серьезно обеспокоены проблемой потепления в Арктике. Так же несколько изданий содержат достаточно объемные статьи об экологических протестах против строительства мусорного полигона на станции Шиес в

Архангельской области. В статьях подчеркивается уровень опасности, которой полигон мог бы причинить экологии.

Одним из информационных поводов, связанных с Архангельской областью, стал инцидент, произошедший летом 2019 года, в ходе которого был повышен уровень радиации. Данная новость получила большой резонанс в шведских и финских СМИ. В большей степени издания были обеспокоены тем, что это может повлиять на их страны.

Архангельск фигурирует в новостных статьях так же из-за проводимого здесь в 2017 году IV международного форума «Арктика-территория диалога». Финские СМИ пишут в своих статьях о встрече президента РФ – В.В. Путина с президентом Финляндии – Саули Нийнисте, в рамках данного форума. Данные статьи имеют положительный характер, и в них выражается намерение на сотрудничество и взаимный диалог.

Также есть статьи, посвященные именно туризму в данных регионах. По большей части публикации, связанные с туризмом, относятся к Мурманской области. Так, например, статья 2016 года о том, что «Мурманск привлекает туристов безвизовым режимом» [7]. Более того, можно найти положительные статьи о возможности развития туристических связей между Архангельской областью и Кайнуу (область в Финляндии), с помощью строительства железной дороги между данными областями, с целью прямого сообщения. Финская газета Helsingin Sanomat опубликовала статью о поездах, которые идут в Мурманск, рассказывая о людях, которых можно встретить в поезде, уровне обсаживания, состоянии дорог в России. Автор охарактеризовал уровень дорог и комфорта в поездах не очень удовлетворительным. Республике Карелии в сфере туризма также посвящено несколько статей. Например, статья Мари Янелла, финской путешественницы, которая рекомендует данный регион к посещению, описывая природу республики Карелия.

Также за последнее время есть несколько статей об изменении туристической ситуации во время пандемии коронавируса в регионах

Финляндии (Лапландия) и регионах России (Архангельская и Мурманская область).

Часть статей за 2020 год, посвящена ситуации, связанной с новой коронавирусной инфекцией. В данных статьях высказывается опасения, в связи с ростом количества заболевших на территориях России, граничащих с Финляндией, а именно Архангельская и Мурманская области, республика Карелия. В некоторых статьях авторы опасаются и говорят о том, что много заболевших приезжают из регионов России, и привозят вирус в Финляндию.

Более того можно найти несколько статей об инфраструктуре арктических городов, по большей части не самых положительных. Что, конечно, не способствует усилению привлекательности данных регионов. Например, статья, посвященная выходу путеводителя по Мурманску от финского журналиста, в которой обращается внимание на «абсурдное сочетание советской архитектуры и современных торговых центров», а также отмечается серость данного города.

За 2016 и 2015 годы значительный процент публикацией (10 статей) имеет тематику миграций беженцев в Финляндию через границу с Мурманском, причиной чего является Европейский миграционный кризис 2015 года.

Ряд публикаций связан с научными событиями в Арктике. Один из информационных поводов — запуск российской атомной плавучей теплоэлектростанцией «Академик Ломоносов». Финские СМИ, их тех, что были проанализированы, не дают отрицательных или негативных оценок данному событию, публикации носят исключительно информативный характер. Однако шведские СМИ, а именно газета Svenska Dagbladet, обеспокоена экологичностью данного проекта.

Ряд статей посвящен оценки значимости регионов в Арктике. Можно отметить достаточно объемную статью, опубликованную в финском издании «Yle», про город Архангельск. Автор статьи — Андерс Морд отмечает, что Северный морской путь может стать возможностью для развития и возрождения порта в Архангельске, который в настоящий момент практически не работает [4].

Можно заметить, что практически ни одно из исследуемых изданий не касается темы культуры в данных регионах. Не освещает никаких культурных событий регионов. Что можно объяснить недостатком информации и знаний о внутренней ситуации в данных регионах. Также проводимые мероприятия не имеют такой масштабности и важности для освещения в СМИ Швеции и Финляндии. Помимо этого, отсутствует упоминание данных регионов в теме спорта.

Таким образом, опираясь на проведенный анализ статей шведских и финских периодических изданий, содержащих информации и российских регионах Арктики, можно сделать определенные выводы. Образ арктических регионов России неоднозначен. Однако, большая часть статей носит информативный характер, не давая конкретной оценки. Но в большей степени складывается положительный образ данных регионов.

Можно отметить, что в целом финские и шведские СМИ не безразличны к событиям, которые происходят на территории регионов Арктики. Также отражаются процессы взаимодействия данных регионов с регионами Швеции и Финляндии. Поднимаются и придаются международной огласке проблемы, связанные с Арктикой в целом и данными арктическими регионами в том числе.

Но, несмотря на вышесказанное, образ, представляющийся в СМИ Швеции и Финляндии, не дает полного и достоверного представления об этих регионах. Больше внимания уделяется политическим, экологическим аспектам, не затрагивая культурный аспект.

Список литературы:

- 1. Назукина М.В. Арктические смыслы в позиционировании регионов российской Арктики [Электронный ресурс] // Лабиринт. 2013. №5 Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/arkticheskie-smysly-v-pozitsionirovanii-regionov-rossiyskoy-arktiki/viewer (дата обращения: 24.12.2020).
- 2. Национальный туристический рейтинг 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2019 (дата обращения: 24.12.2020).

- 3. Образ России: анализ зарубежных СМИ [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ria.ru/20141023/1029725608.html (дата обращения: 24.12.2020).
- 4. Русский Архангельск ждет арктического воздуха [Электронный ресурс] Режим доступа: https://inosmi.ru/social/20170331/239003469.html (дата обращения: 24.12.2020).
- 5. Чепкасов А.В. Образ имидж стереотип региона (к определению понятий) [Электронный ресурс] // Вестник НГУ. 2015. №6 Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-imidzh-stereotip-regiona-k-opredeleniyu-ponyatiy (дата обращения: 24.12.2020).
- 6. Dagens Nyheter [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.dn.se/?utm source=vsesmi online(дата обращения: 24.12.2020).
- 7. Erikoinen matkaopas: Murmansk on absurdi yhdistelmä neukkulähiöitä ja moderneja kauppakeskuksia [Электронный ресурс] Режим доступа: https://yle.fi/uutiset/3-9898190 (дата обращения: 24.12.2020).
- 8. Putin tror att klimatförändringen kan innebära fördelar Available at https://www.dn.se/varlden/putin-tror-att-klimatforandringen-kan-innebara-fordelar/ (accesed 24.12.2020) Title from screen.
- 9. Svenska Dagbladet Available at https://www.svd.se (accesed 24.12.2020) Title from screen.
- 10. Yle (Yleisradio Oy) Available at https://yle.fi (accesed 24.12.2020) Title from screen.

СУБЪЕКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК СОИСПОЛНИТЕЛИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Раисов Аслан Русланович

магистрант, кафедра государственного управления и менеджмента, Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, РФ, г. Волгоград E-mail: Aslanraisow@gmail.com

CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION AS CO-EXECUTORS OF NATIONAL PROJECTS

Aslan Raisov

Master's degree student,
Department of Public Administration and Management,
Volgograd Institute of Management –
a branch of the Russian Academy of National Economy
and Public Administration under
the President of the Russian Federation,
Russia, Volgograd

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена рассмотрению реализации национальных проектов на региональном уровне. В статье рассмотрены основные организационно-управленческие мероприятия по реализации национальных проектов в субъектах Российской Федерации. В статье уделено внимание на то, как в субъектах формируется и управляется программная деятельность.

ABSTRACT

This article is devoted to the consideration of the implementation of national projects at the regional level. The article discusses the main organizational and management measures for the implementation of national projects in the constituent entities of the Russian Federation. The article focuses on how program activities are formed and managed in the subjects.

Ключевые слова: Субъекты Российской Федерации; Национальные проекты; Государственные программы федерального и регионального уровней.

Keywords: Subjects of the Russian Federation; National projects; State programs at the federal and regional levels.

Нельзя отрицать, то что национальные проекты формируют новые требования относящиеся ко всей системе регионального и муниципального управления. Так и использование на практике новых моделей взаимодействия между Российской Федерацией и её субъектов в решении поставленных задач по улучшению и модернизации социальных и хозяйственных сфер. В настоящее время практически отсутствует законодательное регулирование, но на уровне подзаконных нормативно правовых актов с данной задачей разработаны методические указания [1]. Согласно им разработка, а также реализация национальных проектов в субъектах Российской Федерации с учётом ряда организационно-управленческих мероприятий:

- 1) Формируется региональный проектный офис в органе государственной власти, который обладает всеми необходимыми полномочиями для организации проектной деятельности, а также межведомственного взаимодействия. На него возлагаются координирующие функции для реализации национальных и федеральных проектов.
- 2) В субъекте Федерации формируются системы региональных проектов. Их формируют для реализации и фиксирования целей и задач национальных и федеральных проектов.
- 3) Фиксирование в субъекте персональной ответственности за выполнение мероприятий региональных проектов, так же и в органах местного самоуправления.

Важной задачей стоит своевременная работа со стратегическими документами субъекта Федерации и их проектами с целью которого согласование их ключевых индикаторов с регионально дифференцированными задачами по национальным проектам.

Стоит отметить, что пропорционально проектировать все национальные и федеральные проекты на региональном уровне сложно, за это отвечает специфика полномочий, которыми располагают субъекты Российской Федерации в сфере управления социальными, экономическими и другими процессами на данной территории. Таким образом при проектировании федеральных проектов многие регионы выделяют для себя наиболее подходящие по условиям и приоритетам проекты развития данного субъекта Российской Федерации.

Большинство регионов выбирают в качестве приоритетных направлений: образование, здравоохранение, культуру, жилье, городскую среду, малое и среднее предпринимательство, безопаснее и качественные автомобильные дороги. Из-за того, что собственные возможности регионов достаточно ограничены, то решение по другим ключевым задачам переходят на Федеральный уровень [2]. Во многих субъектах для формирования и управления программной деятельности создаются проектные офисы, к ним в свою очередь привлекают региональные институты развития, которые впоследствии содействуют расширению практики государственно-частного партнёрства.

Если обратить внимание на различные субъекты Российской федерации, то можно проследить, как формируется и реализуется региональный "срез" системы национального проектирования. Здесь может быть два варианта событий. В первом варианте регионы воспроизводят на месте полностью – как региональные проекты – структуру и федеральных национальных проектов, хотя согласно с местными условиями те или иные региональные проекты закономерно приобретают для субъектов Российской Федерации приоритетный характер [3]. Во втором варианте не происходит полной проекции Федеральных проектов на региональный уровень. Принятие участия в данной работе для региона носит выборочный характер, а при инициировании на местах региональных проектов локальный. При этом поднимается вопрос о федеральном софинансировании региональных проектов.

В Волгоградской области реализует региональные проекты и программы по всем 12 направлениям: демография, здравоохранение, образование, наука, производительность труда и поддержка занятости, малое и среднее предпринимательство, международная кооперация и экспорт, безопасные и качественные автомобильные дороги, цифровая экономика, культура, экология, жилье и городская среда, что в целом соответствует структуре национальных проектов федерального уровня.

Список литературы:

- 1. Методические указания по разработке национальных проектов (программ). Утверждены председателем Правительства Российской Федерации Д. А. Медведевым 4 июня 2018 года № 4072п-П6. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_300277/ (дата обращения: 16.05.2021 года).
- 2. Коваленко М. В. Проблемы взаимодействия федеральных органов власти и власти субъектов Российской Федерации при реализации национальных проектов // Политика, экономика и инновации. 2016. № 2 (4). С. 5.
- 3. Морозова Л. С., Морозов В. Ю., Хаванова Н. В., Литвинова Е. В., Данилова В. А. Управление региональными и муниципальными проектами // Экономика и предпринимательство. 2018. № 10 (99). С. 1241–1244.

КРУИЗНЫЙ ТУРИЗМ В АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Теплякова Дарья Сергеевна

студент, кафедра регионоведения, международных отношений и политологии, Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В.Ломоносова, РФ, г. Архангельск E-mail: tepleakova.d.s@yandex.ru

Богданова Анна Анатольевна

научный руководитель, д-р экон. наук, кафедра регионоведения, международных отношений и политологии, Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова, РФ, г. Архангельск

CRUISE TOURISM IN ARKHANGELSK REGION

Daria Teplyakova

Student,
Department of Regional Studies,
International Relations and Political Science,
Northern (Arctic) Federal University
named after M.V. Lomonosov
Russia, Arkhangelsk

Anna Bogdanova

Academic Supervisor, Doctor of Economics, Department of Regional Studies, International Relations and Political Science, Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Russia, Arkhangelsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье автор рассматривает проблемы и перспективы развития круизного туризма на территории Архангельской области.

ABSTRACT

In this article, the author examines the problems and prospects for the development of cruise tourism in the Arkhangelsk region.

Ключевые слова: круизный туризм, Арктика, Архангельская область, инфраструктура, парк «Русская Арктика».

Keywords: cruise tourism, Arctic, Arkhangelsk region, infrastructure, Russian Arctic park.

Впервые маршрут вблизи побережья Северной Европы к берегам Новой Земли был преодолен еще в 16 веке голландским мореплавателем Виллемом Баренцем. Спустя столько времени данный путь притягивает интерес многих путешественников и туристов из разных уголков земного шара.

Развивающаяся индустрия туризма играет важную роль в развитии регионов, она предстает источником дохода как на местном, так и на региональном уровнях, также за счет данной индустрии появляются дополнительные рабочие места. Туризм способствует сохранению природных и культурных ценностей регионов.

Архангельская область входит в состав крупной рекреационной зоны Север России с богатым культурным наследием, стабильной политической обстановкой и относительно благоприятными природными туристическими ресурсами. Каждый из районов Архангельской области — это природногеографическая, историко-культурная самобытность [4]. Архангельская область определила развитие туризма как одну из наиболее приоритетных сфер развития и повышения имиджа региона.

Наибольшим туристическим потенциалом в Западной Арктике обладает Приморский район, расположенный в северо-западной части Архангельской области, занимает низовые Северной Двины, её дельту, а также побережье Белого моря — Летний и Зимний берега. Приморский район включает в себя Малые Корелы, Соловки, архипелаг Земля Франца-Иосифа и остров Виктория. С 2009

года на территории Приморского района функционирует национальный парк «Русская Арктика». Парк расположен на двух полярных архипелагах в Архангельской области: Новая Земля и Земля Франца-Иосифа.

Архангельская область имеет выход в Белое море, поэтому одним из приоритетных курсов развития туристической отрасли в области является круизный туризм. Такое географическое положение предоставляет хорошую возможность Архангельской области для участия в межрегиональном и международном Баренцевом партнерстве в области развития круизного судоходства.

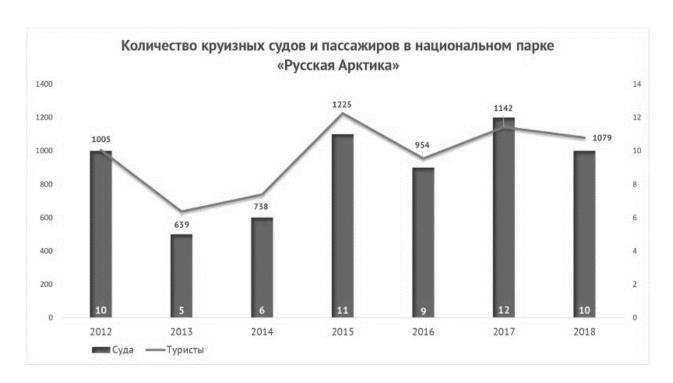


Рисунок 1. Количество круизных судов и пассажиров в национальном парке «Русская Арктика»

Летом 2018 года территорию национального парка «Русская Арктика» посетили 1 079 человек. В этом же году в «Русскую Арктику» заходили круизные суда, следовавшие по трём маршрутам: первый – к Северному полюсу с заходом на Землю Франца-Иосифа на атомном ледоколе «50 лет Победы»; второй – на теплоходе «Sea Spirit» по маршруту Шпицберген – Земля Франца-Иосифа; третий рейс – на судне «Бремен» выполнен по Северному морскому пути. Также в статистику вошёл рейс «Арктического плавучего университета» [5].

Западный Арктический регион России на круизном рынке представлен портами Мурманск, Архангельск и портопунктом Соловки [2]. Благодаря их географическому расположению их обычно включают в программу одного круиза. По данным компании «Инфлот Ворлдвайд Рус», стоит отметить, что в период с 2010 года по 2018 год пик круизных судозаходов наблюдался в 2015 году.

 Таблица 1.

 Статистика круизных судозаходов 2010-2018 гг.

Год	Мурманск	Архангельск	Соловецкие острова
2010	3	0	0
2011	9	3	3
2012	10	6	3
2013	7	3	3
2014	9	4	4
2015	13	5	6
2016	5	4	4
2017	3	2	1
2018	6	4	3

Экономическая основополагающая круизного туризма состоит как в коммерческой ориентированности, так и увеличении социальной и экологической роли круизного судоходства [1]. Данное туристическое направление вполне может обеспечить поддержание стабильного развития региона, это должно найти свое выражение в следующих пунктах:

- 1) Инвестиции с целью развития инфраструктуры и соответственно рост занятости населения;
 - 2) Инвестиции в пассажирское судостроение;
- 3) Разработка круизных маршрутов, а также организация туристско-информационной службы, развитие образовательной базы;
- 4) Реставрация туристических объектов, достопримечательностей и охрана природы.

Инфраструктура Архангельских портов, к сожалению, не соответствует современным требованиям. На данный момент заходить в центральную часть города и стоять у Морского Речного Вокзала могут только небольшие суда. Новый транспортно-пересадочный терминал вокзала отдален от береговой линии. Также самый главный минус терминала в том, что он переполнен торговыми точками, тем самым на зал ожидания выделена небольшая часть пространства терминала. Суда, которые имеют длину до 190 м останавливаются на грузовом причале района «Экономия», данный причал достаточно удален от центра, а также не имеет пассажирского терминала. А из-за ограничений портовых постановлений суда длиной более 190 м не могут пришвартовываться даже на отдаленном причале района «Экономия». Таким образом, Архангельску требуется модернизация портово-причальной инфраструктуры, вокзальную инфраструктуру, оборудование таможенных пунктов, а также проведение дноглубинных работ для беспрепятственного захода круизных судов в районы, приближенных к центру (МРВ, Красная пристань).

Не последним фактором в стимулировании развития круизного туризма в области будет усовершенствование тарифной политики в части портовых сборов. В Архангельской области один из самых высоких портовых сборов среди субъектов Северо-Западного федерального округа и Европы. Ставки выше примерно в 3-4 раза, чем в Мурманске [3]. С целью привлечения большего потока круизных судов в регион следует снизить ставку портовых сборов.

С 2016 года в Архангельске и Мурманске действует режим безвизового нахождения в составе организованной группы туристов на территории Российской Федерации, но только в течение 72 часов [1]. Несмотря на введение данного правила, суда не успевают за это время зайти, к примеру, и в Мурманск, и в Архангельск, и на Соловки, соответственно пассажирам все равно требуется виза. Если данный пункт доработать, то увеличение иностранного пассажиропотока на территорию Архангельской области увеличится, так как финансовые затраты по данному вопросу будут не нужны.

На сегодняшний день круизный туризм в Архангельской области требует дальнейшего развития, чтобы посредством данного направления увеличить вклад индустрии гостеприимства в региональную экономику. Воздействие на экономику также может быть и прямым, например, приобретение топлива, воды, плата за стоянку у причала, портовые сборы и т. п. Большая часть экономических результатов будет зависеть от туристов и их потребностей. Сектора, которые прибывают в выигрышном положении от круизного туризма являются:

- Транспорт (автобусы, такси, каршеринг);
- Достопримечательности, но в основном только те, которые включены в программу экскурсии;
 - Туристические агенты;
 - Магазины (продовольственные и сувенирные).

Помимо прочего ценность круизного туризма проявляется и в рекламе региона для иностранных граждан из наиболее развитых стран. Посещая нашу область в рамках круиза, они смотрят достопримечательности региона, примечают места посещения на будущее. В дальнейшем они приезжают на более длительный срок, останавливаются в отелях, хостелах и т. д., такой расклад экономически эффективен для муниципального бюджета.

Тем не менее для развития круизного туризма в регионе требуется решение вопросов, касающихся инфраструктуры, тарифной политики в части портовых сборов, а также паспортно-визового режима.

Список литературы:

- 1. Вылегжанина Пустая гавань. Что сдерживает развитие в регионах СЗФО круизного туризма [Электронный ресурс] // Российская газета Экономика Северо-Запада. 2013. № 195 : сайт. URL: https://rg.ru/2013/09/03/reg-szfo/kruizy.html (дата обращения 15.05.2021)
- 2. Постановление Правительства Архангельской области N 351-пп. «Об утверждении Концепции развития туризма в Архангельской области» [Электронный ресурс]: [принят от 02.09.2014 г.]: сайт. URL: https://arkh-gov.ru/doc/64054 (дата обращения 15.05.2021)

- 3. Свинтицки А. С. Круизы по российской Арктике: фантастика или реальность? [Электронный ресурс] // PortNews. 2020: сайт. URL: https://portnews.ru/comments/2914/ (дата обращения 16.05.2021)
- 4. Статистика [Электронный ресурс] // Национальный парк «Русская Арктика»: сайт. URL: http://www.rus-arc.ru/ru/Tourism/Statistics
- 5. Шимберг Почему круизы не идут в русское заполярье? [Электронный ресурс] // Regnum. 2018: сайт. URL: https://regnum.ru/news/polit/2378909.html

ОСОБЫЕ ФАКТОРЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ ГОРОДА АБАКАН

Сергей Николаевич Фурсаев

магистрант, кафедра экономики, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, РФ, г. Абакан E-mail: gsmart720@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются факторы, которые повлияли на развитие города Абакана, его текущее положение, а также перспективы дальнейшего существования и развития города с учетом социально-экономической ситуации в Республике Хакасия. На основе анализа данных факторов делается вывод, что как самостоятельный субъект, город Абакан не сможет сохранить свое социально-экономическое положение.

Ключевые слова: Республика Хакасия, социально-экономический центр, дотационный регион, объединение субъектов, региональная экономика, региональный бюджет, государственный долг, налоги, миграция, само-идентичность региона.

Существование населенных пунктов обусловлено определенными факторами, зачастую эти факторы имеют экономическое обоснование. К таким обоснованиям можно отнести наличие или создание торговых путей, а также использование или разработка сырьевых источников.

При этом образованные или развившиеся под влияние таких экономических факторов населенные пункты, могут прийти в упадок или вовсе исчезнуть в случае существенных экономических изменений.

Поселения на территории современного Абакана, существовали задолго до переименования села Усть-Абаканское в Абакан, и присвоения ему статуса города. И все же становление Абакана, как города и его бурное развитие

произошло вследствие социально-экономических изменений в начале XX века, среди которых можно выделить два основных: строительство Ачинско-Минусинской железной дороги и создание национальной автономии.

При проектировании железной дороги предполагалось связать железнодорожным сообщением город Ачинск, через который пролегала Транссибирская железнодорожная магистраль, с городом Минусинск, который являлся социально-экономическим центром юга Енисейской губернии и столицей «житницы Енисейской губернии».[1, с. 7] Однако разразившаяся Первая мировая война и последовавшая за ней Октябрьская революция внесли существенные изменения в строительные планы, и конечным пунктом железной дороги стало село Усть-Абаканское в 1926 году.

Образование Хакасской автономной области в 1930 году ускорило развитие села Усть-Абаканское. В результате чего, в 1931 году село получило статус города, и было переименовано в город Абакан. Это в конечном итоге закрепило за Абаканом статус социально-экономического центра юга Красноярского края, преобразованного из Енисейской губернии.

В последующие 90 лет город Абакан развивался опережающими темпами, и в конечном итоге обогнал в социально-экономическом развитии город Минусинск, который за это время превратился в провинциальный город. Однако Абакан может постигнуть судьба Минусинска в случае очередных социально-экономических преобразований в регионе.

Текущее положение Абакана основывается на том, что город является столицей субъекта Российской Федерации, социально-экономическим центром района компактного проживания, а также узловым пунктом транспортного сообщения. Однако данные преимущества нельзя назвать надежными.

Республика Хакасия уже много лет является дотационным регионом с дефицитным бюджетом, и Правительство РХ периодически прибегает к заимствованиям. Чтобы изменить сложившуюся ситуацию в 2018 году Федеральное казначейство ввело внешнее финансовое управление в субъекте.

Введение внешнего финансового управления, позволило стабилизировать экономическое положение республики и снизить государственный долг, но из-за коронавируса и остановки некоторых экономических процессов, ситуация снова стала ухудшаться, как показано на рисунке 1.

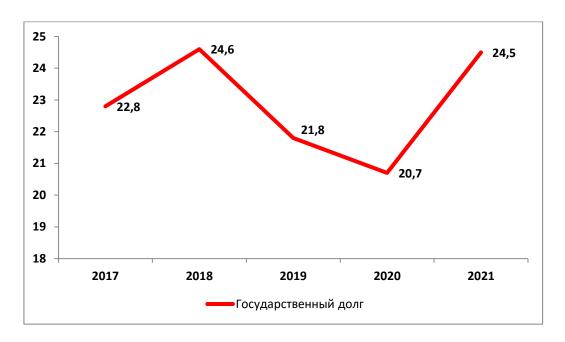


Рисунок 1. Государственный долг Республики Хакасия, млрд. руб.[2]

Такое положение дел указывает на финансовую несостоятельность Республики Хакасия, а также на то, что самостоятельно регион исправить данное положение не в силах. В результате чего, может быть принято решение о слиянии Республики Хакасии с Красноярским краем, что позволит сократить административные расходы и решить проблему госдолга. Но в результате этого Абакан утратит статус столицы субъекта РФ, что приведет к миграции населения и сокращению налоговых поступлений.

Положение города Абакана, как транспортного узла также неоднозначно. По данным Красноярской железной дороги, территориального филиала АО РЖД, в 2020 году было отгружено 71,4 млн. тонн грузов, из которых 54,9 млн. тонн пришлось на уголь, что составило 71% от всех грузов.[3] При этом 25,3 млн. тонн всех грузов пришлось на Абаканское территориальное управление Красноярской железной дороги. [4, с. 309] Если предположить, что структура

грузов, отправленных из Абакана аналогична, структуре всех грузов Красноярской железной дороги, то получается, что из Хакасии было отгружено 18 млн. тонн угля. В связи с чем, можно сделать вывод, что экономическое благосостояние железнодорожной промышленности Хакасии держится на угольной промышленности.

Усугубляет текущее положение, общемировая тенденция отказа от угольной генерации в пользу зеленой энергетики. Так к 2030 году угольная электрогенерация должна «сжаться» с 33 до 6 %, а к 2050 году сократится до нуля. [5] В результате этого, может оказаться невостребованная значительная доля угля идущего на экспорт, что приведет к падению загруженности железнодорожной станции Абакан. Но до того, как это произойдет, угольные предприятия могут принять решения о приостановке деятельности. так как увеличение налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) может сделать нерентабельным добычу угля в условиях падающего спроса, что приведет к более худшему результату. В независимости от причины, падение загруженности железной дороги приведет к сокращениям персонала и налоговых поступлений, и еще больше усугубит экономическое положение региона.

Также стоит отметить, что город Абакана располагается в центре угольного месторождения, как показано на рисунке 2.

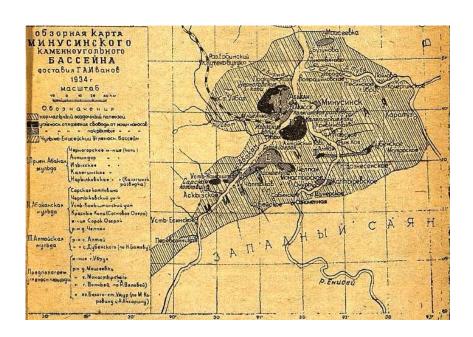


Рисунок 2. Обзорная карта Минусинского каменноугольного бассейна[6]

Такое расположение города сказывается на его экологии и сейсмической устойчивости, так как действующие угольные предприятия, работающие в Республике Хакасия, осуществляют добычу угля открытым способом, а наиболее крупные из них находятся вблизи города Абакана

Как при этом соблюсти баланс между экономикой и общественными интересами, однозначно ответить нельзя. Однако сооружение «зеленого пояса» вокруг Абакана и близлежащих населенных пунктов, а также внедрение новых технологий при добыче угля, могли бы позволить уменьшить негативное влияние такого соседства без серьезных экономических потерь.

С учетом лишь факторов перечисленных в данной статье, можно сказать, что дальнейшая судьба города Абакана напрямую связана с существованием Республики Хакасия. В случае укрупнения субъектов Абакан потеряет статус столицы региона, что приведет к снижению социально-экономической привлекательности города для населения и бизнеса. Сохранение Республики Хакасия, как самостоятельного субъекта, в котором наиболее развитой территорией является город Абакан, приведет к потере самоидентичности региона, которая и так слабо отражена в жизни региона. В связи с чем, Абакан должен стать не просто столицей региона, а флагманом в создании новых направлений в развитии региона, при этом сохраняя и увековечивая хакасскую культуру.

Список литературы:

- 1. Никольский В.В. Записка об экономическом положении района Минусинской железной дороги и ее вероятном грузообороте [Текст] / В.В. Никольский, Л. К. Чермак. Санкт-Петербург: Типо-литография И. Лурье и К°, 1911. 91 с.
- 2. Государственный долг Республики Хакасия // r-19.ru: Правительство Республики Хакасия. URL: https://r-19.ru/authorities/ministry-of-finance-of-the-republic-of-khakassia/docs/1749/ (дата обращения: 02.06.2020)
- 3. Дорога в цифрах // kras.rzd.ru: Красноярская железная дорога. URL: https://kras.rzd.ru/ru/3086/page/103290?id=18562#main-header (дата обращения: 02.06.2020)
- 4. Хакасский республиканский статистический ежегодник, 2020 [Текст]: стат. сб. / под ред. Т.В. Шаршова; Красноярскстат. Абакан, 2020. 444 с.

- 5. Субракова, Л.К., Фурсаев, С.Н. Проблемы угольной отрасли и угольных регионов [Текст] / Л.К. Субракова, С.Н. Фурсаев // Природные и интеллектуальные ресурсы Сибири. Сибресурс 2020. Сборник материалов XVIII Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2020 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева»; редкол.: А.А. Хорешок (отв. редактор), В.А. Колмаков [и др.]. Кемерово, 2020. 1 СD-диск, без сопроводительной документации.
- 6. Вторая угольная база СССР Кузбасс [Текст]: сборник статей / Всесоюзный трест каменноугольной промышленности Кузнецкого и Минусинского бассейнов «Кузбассуголь»; под общ. ред. М. С. Строилова. Новосибирск [и др.]: Научно-техническое изд-во, 1935. Ч. 1: Геология и качество угля. 288 с., 30 л. ил., портр.

СЕКЦИЯ

«РЕКЛАМА И PR»

МЕДИАИССЛЕДОВАНИЯ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ДАННЫХ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМК В РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЯХ

Пешкова Елизавета Алексеевна

студент,

кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

E-mail: peshkova.elizaveta.alekseevna@mail.ru

Титова Наталья Александровна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Новосибирский государственный университет экономики и управления, $P\Phi$, г. Новосибирск

MEDIA RESEARCH AS THE MAIN SOURCE OF DATA FOR PLANNING THE USE OF MASS MEDIA IN ADVERTISING CAMPAIGNS

Elizaveta Peshkova

student,

Department of marketing, advertising and public relations, Novosibirsk state university of economics and management, Russia, Novosibirsk

Natalia Titova

scientific adviser, candidate of economic sciences, associate professor, Novosibirsk state university of economics and management, Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В статье раскрыты сущность, функции и виды СМК, дана характеристика методам проведения медиаисследований. Описана роль исследований СМИ, а также тенденции и изменения на медиаисследовательском рынке России.

ABSTRACT

The article reveals the essence, functions and types of social media, describes the methods of conducting media research. The article describes the role of media research, as well as trends and changes in the media research market in Russia.

Ключевые слова: массовая коммуникация, средства массовой информации, средства массовой коммуникации, медиапланирование, медиаисследования, рынок медиаисследований России, тенденции, изменения.

Keywords: mass communication, mass media, mass communication media, media planning, media research, Russian media research market, trends, changes.

Медиаисследования являются основным источником данных ДЛЯ планирования использования средств массовой коммуникации (СМИ) в рекламных кампаниях. Авторы, касающиеся данной темы, также поднимают результатов вопрос важности использования медиаисследований планирования использования СМК в рекламных кампаниях. Так, например, Бузин В.Н. актуальность данного вопроса объясняет тем, что медиапланирование в России – относительно новая технология, получившая свое развитие по большей части только в крупных рекламных агентствах. Более того, медиапланирование в современной российской профессиональной и научной литературе изучено и описано крайне слабо.

Возникает вопрос, как правильно проводить медиаисследования и получить достоверный результат для планирования использования СМК, чтобы получить максимальный результат и эффективно распределить бюджет? Однако прежде, чем приступать к поиску ответа на этот вопрос, следует разобраться, что из себя представляет сама массовая коммуникация.

По мнению Касьянова В.В., массовая коммуникация — это специфический тип коммуникации, который подразумевает передачу информации посредством технических устройств многочисленной, анонимной и слабоструктурированной

аудитории, и далеко не всегда распространение такой информации сопровождается обратной связью. Венедиктова Т.Д. и Гудкова Д.Б. в свою очередь определяют массовую коммуникацию как процесс создания и распространения сообщений с помощью технических средств (пресса, телевидение, радио, Интернет) среди численно неограниченной «рассеянной» аудитории. Так, авторы сходятся во мнении, что массовая коммуникация — это процесс передачи или распределения информации обширной, разнородной и географически рассеянной аудитории.

Из данных толкований можно провести параллель и сделать вывод, что технические устройства, посредством которых распространяются сообщения, и есть средства массовой коммуникации, но, скорее, в узком смысле этого слова. Наиболее широкое определение понятию «средства массовой коммуникации» дает М.А. Василик: СМК – это «специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распределение и распространение информационных сообщений на большие территории».

Касательно вопроса о структуре системы средств массовой коммуникации: Василик М.А., опираясь на научные труды американского исследователя Гарольда Лассуэлла, подразделяет систему СМК на три вида: средства массовой информации (СМИ); телекоммуникация (технические службы, обеспечивающие передачу и прием сообщений); информатика (система средств обработки данных при помощи компьютеров).

СМИ представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной быстрой передачи, массового тиражирования информации с помощью специального технического инструментария.

Структура современной системы СМИ выглядит следующим образом:

- 1) пресса (газеты, журналы, дайджесты, еженедельники и др.);
- 2) аудиовизуальные СМИ (радио, телевидение, документальные фильмы, телетексты и др.);
- 3) информационные службы (рекламные бюро, PR-агентства, профессиональные журналистские ассоциации и др.).

Основным и одним из наиболее популярных СМК является телевидение, которое относится к эфирным медиа. Неоспоримое преимущество телевидения заключается в массовости: ни одно другое медиа не даст такой эффективной коммуникации с многомиллионной аудиторией одновременно.

В отличие от телевидения, реклама на радио чаще всего используется для организации непосредственных продаж, нежели для формирования имиджа, но при этом радио охватывает большое количество людей, которые по каким-либо причинам не смотрят телевизор или не читают прессу, что делает данное СМК эффективным распространителем информации.

Однако, несмотря на популярность и эффективность, радио и телевидению, свойственны недостатки. Так, например, если рекламное сообщение передается в тот момент, когда среди зрителей нашей целевой аудитории мало, для другой ее части — таких же потенциальных потребителей — реклама окажется потерянной.

Отдельно стоит выделить такое СМК, как Интернет — одно из наиболее динамично развивающихся явлений современности. Его аудитория постоянно растет, и теперь Интернет представляет собой средство не просто массовой, а глобальной коммуникации, объединяющей мировые информационные ресурсы в единую систему. Интернет-реклама имеет свою специфику и состоит из трех основных направлений: медийная, контекстная и вирусная.

Остановимся на поверхностном рассмотрении понятия и видов СМИ и вернемся к вопросу СМК, а именно к их функциям. Изучением функций массовой коммуникации занимались многие известные авторы, среди которых американские исследователь Г. Лассуэлл и ученый Ч. Райт, отечественные ученый Л.М. Землянова и психолог А.А. Леонтьев и др. Выделенные авторами функции имеют как пересечения, так и различия, но, сопоставляя их, можно выделить следующие общие функции СМК: информационная; функция личностной идентификации; функция интеграции в обществе, общения (социальной связи); функция развлечения (рекреативная).

Отметим, что такая классификация преимущественно отражает функции СМК на индивидуальном уровне, и каждая из названных функций подразумевает удовлетворение определенных потребностей людей (носит социально-психологический характер). Однако с этим может быть связана и дисфункция средств массовой коммуникации, т.к. бывает и такое, что информационная функция приобретает форму дезинформации, а функция развлечения может перерождаться в функцию «контроля сознания» и т.д.

В целом же сущность средств массовой коммуникации можно описать концепцией общественного прогресса и информационного развития Г.М. Мак-Люэна, который считал, что СМК являются развитием соответствующих органов чувств человека (радио – слуха, печать – зрения, телевидение – зрения и слуха). Иными словами, современное общество переложило функции наблюдения за окружающей средой на институты массовой коммуникации.

Медиапланирование опирается на результаты исследований, поэтому методы медиаисследований сводятся к измерению аудитории того или иного СМК, а также более частные случаи конкретных СМИ. Измерение аудитории обеспечивает получение необходимых статистических данных, оценок аудитории по фактическим замерам для заданного периода времени.

В медиаисследованиях используют два вида базовых методов:

- 1) опросные методы;
- 2) методы электронной регистрации (аппаратные методы).

На практике измерение аудитории чаще всего осуществляется тем или иным методом опроса населения, т.е. обращения с вопросами к населению в целом или к определенной группе людей для получения как фактической информации, так и субъективной – мнений, оценок, предпочтений и др.

Методы электронной регистрации рассчитаны только для электронных СМИ и Интернета. Так интернет-аудитория измеряется посредством установки счетчиков веб-аналитики, что представляет собой самый простой и популярный способ. Однако счетчики не показывают реального количества людей и не могут дать детальной информации о предпочтениях аудитории, следовательно.

Существует и такой электронный способ исследования, как Portable People Meter (PPM). Он используется преимущественно для исследования просмотра телепередач и фиксирует время телесмотрения.

Отметим, что методы медиаисследований не ограничиваются лишь названным нами перечнем: в медиаисследованиях используются и междисциплинарные методы, например, контент-анализ, наблюдение, эксперимент и т.д.

Таким образом, для того, чтобы оптимизировать рекламную коммуникацию, используются результаты медиаисследований и компьютерные программы, позволяющие отследить и извлечь нужную информацию. Эта оптимизация, по мнению Шматова Г.А., заключается в поиске той комбинации выходов в СМИ, которая будет обеспечивать желаемые величины определенных параметров при минимальном бюджете рекламной кампании, и с таким выводом автора мы полностью согласны.

Необходимость появления и проведения медиаисследований обоснована быстро растущим, развивающимся и постоянно изменяющимся рекламным рынком, где в условиях высокой, продолжающей расти конкуренции вопрос эффективности размещения рекламных обращений становился все более острым и актуальным. Однако серьезные финансовые затраты во многом сдерживают развитие медиаисследовательского рынка России, как и другие трудности, в числе которых несовершенство технологий, сложность поиска источников достоверной информации и достижения репрезентативности выборки.

В контексте рассмотрения рынка медиаисследований России нельзя не упомянуть наиболее известных его «игроков». В числе крупных медиа-исследовательских агентств: «Mediascope» (ранее «Gallup Media»), ВЦИОМ, «Ромир» и «Медиалогия», на которые также ссылаются многие федеральные средства массовой информации (например, РБК, ТАСС, «РИА Новости» и др.). В качестве же наиболее крупных клиентов их клиентов можно выделить операторов мобильной связи «МТС» и «Теле2»: у них были самые высокие расходы на рекламу в 2019 году. Кроме того, почти 4,2 млрд рублей пришлось

на телерекламу «PepsiCo», которая возглавила рейтинг телевизионных рекламодателей в 2019 году.

Интересно также проследить изменение охвата аудитории различными медиаканалами, т.к. в настоящее время наблюдается тенденция роста информационного шума, что неуклонно ведет к «замыливанию взгляда» потребителей. Наблюдается следующий тренд: в 2020 году снижается относительная доля медиаохвата по сравнению с 2019 годом (даже без учета кино и театров, закрытых в связи с пандемией COVID-19). В целом же рейтинг популярности медиаканалов остается неизменным: Интернет и телевидение занимают лидирующие позиции, в то время как аудитория печатных СМИ постепенно уменьшается. Интересно отметить, что, несмотря на снижение охватов, повысилась субъективная оценка существенно изменений процессе медиапотребления среди россиян.

Исходя из всего вышесказанного, мы можем сделать вывод, что основными видами СМК являются привычные нам пресса, радио, телевидение и интернет. В свою очередь, методы исследования СМК не ограничиваются четко определенным перечнем опросных и электронных методов: они включают в себя и множество других, междисциплинарных методов, которые в совокупности способны дать наиболее четкую картину. А медиаисследования, их результаты, являются неотъемлемым фактором успеха продвижения, а также фактором эффективности самой рекламной кампании.

Список литературы:

- 1. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. М.: Юнити-Дана, 2012. 495 с.
- 2. Воскресенская Н.Г. Медиаметрические исследования целевой аудитории: методика количественного анализа. Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2014. 66 с.
- 3. Касьянов В.В. Социология массовых коммуникаций: учебник для среднего профессионального образования. 2-е. изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2021. 221 с.

- 4. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. проф. М.А. Василика. М.: Гардарики, 2003.-615 с.
- 5. Шматов Г.А. Медиапланирование: новый подход // Реклама. Теория и практика. 2006. №1. с. 10-23.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ НА РЫНКЕ В2В

Скичко Наталья Олеговна

магистрант, кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, Уральский федеральный университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, РФ, г. Екатеринбург

E-mail: skichko.natalya@icloud.com

Савчук Галина Анатольевна

Научный руководитель, канд. социол. наук, доц., заведующий кафедрой, кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, Уральский федеральный университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, РФ, Екатеринбург

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON BUYING DECISIONS IN THE B2B MARKET

Skichko Natalia Olegovna

Master's degree, Department of Integrated Marketing Communications and Branding, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Russia, Yekaterinburg E-mail: skichko.natalya@icloud.com

Savchuk Galina Anatolyevna

Research Supervisor, Associate Professor, Candidate of Social Sciences, Head of the Department, Department of Integrated Marketing Communications and Branding, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Russia, Yekaterinburg

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена актуальной проблеме влияния социальных медиа на принятие решения о покупке на рынке В2В. Представлены результаты исследований среди клиентов и сотрудников компании «Еврокара», проведенных с целью изучения потребительского поведения лиц, принимающих решение о покупке техники для склада на рынке В2В. По результатам данного опроса были выявлены факторы, влияющие на принятие решения о покупке на рынке В2В, критерия влияния социальных медиа на выбор поставщика В2В-компании. Полученные данные помогут в грамотной разработке стратегии продвижения в социальных медиа, с учетом всех факторов влияния на процесс принятия решения о покупке.

ABSTRACT

The article is devoted to the actual problem of the influence of social media on the decision to buy in the B2B market. The article presents the results of research among the customers and employees of the company "Eurocara", conducted to study the consumer behavior of those who make the decision to buy equipment for the warehouse in the B2B market. According to the results of this survey, the factors that influence the decision to buy in the B2B market, the criteria for the influence of social media on the choice of a B2B company supplier, were identified. The obtained data will help in the competent development of a promotion strategy in social media, taking into account all the factors that influence the purchase decision-making process.

Ключевые слова: рынок B2B, социальные медиа, компания «Еврокара», складская техника.

Keywords: B2B market, social media, company «Eurocara», warehouse equipment.

Сегодня в современных В2В-компаниях, благодаря высокой технологичности, лица, принимающие решения о покупке (ЛПР) оснащены компьютером и интернетом, и выходом в социальные медиа. Деятельность В2В компаний заключается в оказании услуг или продажи товаров другим компаниям, которые пользуются этими товарами для ведения своего бизнеса [3]. Примером компании на этом рынке является компания «Еврокара», занимающаяся продажей техники

для склада. На российском рынке складской техники существует 4 крупнейших импортера: Германия (доля по стоимости – 27,07%, доля по количеству-14,55%), Китай (доля по стоимости – 18,44%, доля по количеству-57,97%), Франция (доля по стоимости – 13,00%, доля по количеству-5,24%), Япония (доля по стоимости – 11,20%, доля по количеству-1,23%), целевой аудиторией которых являются руководители торговых, логистических и производственных компаний, руководители проектов и направлений развития складских подразделений, менеджеры отделов по закупкам [2].

Актуальность работы обусловлена отсутствием новых исследований в период пандемии COVID-19 и восприятия социальных медиа клиентами B2B. По данным Global WebIndex из-за пандемии число пользователей интернет — трафика увеличилось в 1,5 раза и продолжает уверенно расти [4]. В настоящее время все усилия компаний на рынке B2B направлены на то, чтобы мотивировать целевую аудиторию купить складскую технику.

Выделяют такие особенности поведения ЛПР в интернете, как поиск:

- новостей, событий и трендов;
- информации о товаре или услуги, которую хотят купить;
- вакансии [1].

Существует стереотип, что для сложного товара или услуги социальные сети не работают. В2В-компании часто недооценивают роль социальных медиа, так как им не хватает опыта в этой сфере для написания профессиональной стратегии продвижения в интернете, которая будет приносить заявки.

В данной работе произведен анализ количественного метода исследования для изучения потребительского поведения лиц, принимающих решение о покупке – онлайн опрос.

Объектом исследования стали клиенты, когда-либо обращавшиеся в компанию «Еврокара» в количестве 235 респондентов. Проводилось онлайнанкетирование с помощью сервиса SurveyMonkey путем оправки е-mail писем по базе данных клиентов из России компании «Еврокара». Респонденты опроса:

директора компаний, сотрудники отделов продаж, снабжения, механики, начальники производственных отделов, технические специалисты.

Переменные, исследуемые в опросе, были выявлены входе проведения экспертного интервью.

Метод экспертного интервью был выбран для более подробного анализа основных атрибутов репутации и выявления переменных исследования, влияющих на принятие решения о покупке. Выборку в качестве экспертов составили: клиент компании «Еврокара», 4 сотрудника компании, непосредственно работающие с клиентами, в том числе директор. Для проведения интервью был выбран постоянный клиент – менеджер по снабжению компании BROZEX(поставляют отделочные и строительные материалы), которые хранят свою продукцию в складских помещениях на обслуживание которых, заказывают ежегодно 20 штук погрузчиков. Компания BROZEX является типичным клиентом. В результате интервью выявлены факторы, влияющие на принятие решения о покупке на рынке B2B, перспективы социальных медиа, как инструмента по формированию деловой репутации компании и увеличению заявок. Интервью было составлено из 4-х частей:

- анализ рынка;
- анализ потребителей;
- конкуренты;
- репутация и восприятие китайской продукции.

Итогом проведенного интервью является выявление спроса на технику складского назначения, ежегодный рост продаж техники на 20%, предпочтение отдается более качественной и не дорогой продукции в пользу европейской технике. Важным изменением на рынке считается производство китайской техники, не уступающей качеством европейским брендам и по превосходящей более низкой цене. В ходе интервью удалось узнать в каких чаще ситуациях возникает потребность у клиентов в технике — у логистических компаний и складских помещений при неисправном старом оборудовании. Процесс выбора поставщика техники составляет в среднем 2 месяца, что означает ЛПР глубоко

изучает варианты сотрудничества, проверяют всю информацию в интернете, изучают все отзывы и только потом принимают решение.

Результаты анализа онлайн-опроса позволили установить, что социальные медиа оказывают влияние на выбор поставщика B2B-компании у 53,5% респондентов. Это влияние зависит от таких критериев, как:

- нужные характеристики техники (66,4%);
- цены ниже, чем у конкурентов (61,7%);
- отзывы покупателей (55,3%);
- репутация (57,9%);
- страна-производителя (34%);

Таким образом, исследование установило, что ЛПР чаще смотрят информацию о компании в интернете на собственных сайтах компании поставщика (60,9%), на YouTube (57,9%) и одинаковое количество смотрят в социальных сетях и в поисковой выдаче (54,9%). Все опрошенные ответили, что читают в среднем 4-5 отзывов о технике. Наибольшее доверие вызывают такие социальные сети, как Instagram (66,8%) и Facebook (60,9%).

Клиенты на рынке B2B хорошо разбираются в необходимом товаре, они глубоко погружаются в процесс выбор поставщика, соответствующего их критериям. Одним из преимуществ продвижения B2B-компаний в социальных медиа является тот факт, что в настоящее время среди B2B-компаний, действующих в России наблюдается низкий уровень конкуренции в социальных медиа. Важно через рекламное сообщение передать почему выгодно обратиться к этому поставщику, учитывая критерии выявленные в исследовании.

В дальнейшем полученные выводы помогут в грамотной разработке стратегии продвижения в социальных медиа, с учетом всех факторов влияния на процесс принятия решения о покупке.

Список литературы:

- 1. Rbc.ru: Влияние социальных меда на принятие решения о покупке за 2019 год, [электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://marketing.rbc.ru/research/29606/ (дата обращения 30.04.2021)
- 2. Анализ импорта авто- и прочих погрузчиков, оснащенных подъемным оборудованием за январь 2018 год декабрь 2019 год: [электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://statimex.ru/statistic/8427/import/2018-2019/world/RU/ (дата обращения 30.04.2021)
- 3. Влияние поисковых систем и интернет-маркетинга на рынок B2B: [электронный ресурс] Режим доступа. URL: http://web.it-sfera.ru/info/seob2b.php (дата обращения 30.04.2021)
- 4. Глобальный отчет о состоянии интернета и соцсетей в мире на начало 2021 года Clobal WebIndex Digital 2021: [электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot (дата обращения 30.04.2021)

СЕКЦИЯ

«ЭКОНОМИКА»

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ ГЕОЛОГОРАЗВЕДОЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Барышникова Алина Вячеславовна

Студент, кафедра торгового дела и маркетинга, Сибирский федеральный университет, Институт торговли и сферы услуг, РФ, г. Красноярск

Берг Татьяна Игоревна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры торгового дела и маркетинга, Сибирский федеральный университет, Институт торговли и сферы услуг, $P\Phi$, г. Красноярск E-mail: baryshnikovaalina@mail.ru

STATE AND PROBLEMS OF REPRODUCTION OF THE MAIN PRODUCTION FUNDS OF THE GEOLOGICAL EXPLORATION ENTERPRISES

Alina Baryshnikova

Student, Department of trade and marketing, Institute of Trade and Services, Siberian Federal University, Russia, Krasnoyarsk

Tatiyana Berg

scientific adviser, Associate professor, PhD in Economics,
Department of trade and marketing,
Institute of Trade and Services,
Siberian Federal University,
Russia, Krasnovarsk

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено соотношение имущества геологоразведочных предприятий с указанием структуры основных фондов в соответствии с

классификацией. проблемы функционально-видовой Рассмотрены и пути воспроизводства улучшения использования основных фондов. Приведены направления совершенствования организации материальнотехнического обеспечения за счет улучшения процессов научной организации труда с целью сокращения простоев оборудования, что приведет к улучшению использования основных фондов.

ABSTRACT

The article examines the ratio of the property of geological exploration enterprises with an indication of the structure of fixed assets in accordance with the functional-specific classification. Problems of reproduction and ways of improving the use of fixed assets are considered. The directions of improving the organization of material and technical support by improving the processes of scientific organization of labor in order to reduce equipment downtime, which will lead to an improvement in the use of fixed assets.

Ключевые слова: геологоразведочное предприятие, основные производственные фонды, пути улучшения использования основных фондов, материально-техническое обеспечение, научная организация труда.

Keywords: geological exploration enterprise, fixed production assets, ways to improve the use of fixed assets, logistical support, scientific organization of labor.

По результатам опроса, проведенного в одной из самых крупных на сегодня геологоразведочных компаний Российской Федерации среди ведущих направлений специалистов различных (буровые работы на шельфе, геологоразведочные работы на твердые полезные ископаемые, комплекс геофизических исследований и др.) одной из основных отмечена проблема высокой степени износа основных производственных фондов (далее ОПФ). Для предприятий, осуществляющих геологоразведочные работы, по данным 2018 года [4], степень износа ОПФ в среднем оценивается в 43% [5].

Действительно, ОПФ и оборотные средства составляют материальнотехническую базу геологоразведочного предприятия, эффективность работы которой напрямую связана со скоростью и эффективностью выполнения основных направлений его деятельности.

Особенностью проведения геологоразведочных работ является сезонность, предполагающая значительное время, когда некоторая доля средств труда не занята в процессе производства по технологическим условиям. В то же время, периоды использования средств труда (периоды «сезона») характеризуются ускоренным износом оборудования в виду его ежедневного и интенсивного использования в тяжелых условиях. Учитывая данную специфику, основные средства труда в период «сезона» часто отвлекаются на ремонтные работы, доля времени простоя оборудования увеличивается, а время его производительной нагрузки, и без того непродолжительная в виду объективных причин, сокращается. А так как продолжительность сезона проведения основных видов геологоразведочных работ составляет 3-4 месяца, актуальным является вопрос повышения производительности основного оборудования за счет уменьшения издержек времени, связанных с его простоем.

В отраслях, связанных с поисками, разведкой и добычей полезных ископаемых (геологоразведка, нефтедобывающая, угольная промышленность) основная доля средств труда принадлежит ОПФ (табл. 1) именно поэтому повышение эффективности работы основного оборудования способно повысить эффективность работы всей производственной системы.

Таблица 1. Соотношение основных производственных фондов, оборотных средств и нематериальных активов в различных отраслях экономики, % к общей стоимости [4]

Отрасли	Основные производственные фонды	Нематериальные активы	Оборотные фонды
Вся промышленность В том числе:	70-75	3-5	25-27
-угольная	85-87	4-5	13-15

Продолжение таблицы 1.

-нефтедобывающая	90-92	4-5	8-12
-химическая	70-76	4-5	20-24
-черная металлургия	75-80	3-4	15-20
-машиностроение	50-55	4-5	43-45
-ювелирная	8-10	2-3	90-92
-геологоразведка	68-72	2-3	28-30

Методом нивелирования рисков возникновения издержек связанных с особенностью использования ОПФ геологоразведочных предприятий, может стать наличие запасного оборудования, доля которого в предприятиях, работающих в особо труднодоступных территориях [4] должна составлять не менее 15-20% к производственной потребности. Такие меры «страхования» предприятий от риска, связанного с невыполнением технического (геологического) задания, актуальны для т.н. активной части основных производственных фондов, которая для геологоразведочных работ представлена транспортными средствами и рабочими машинами (Рис. 1).

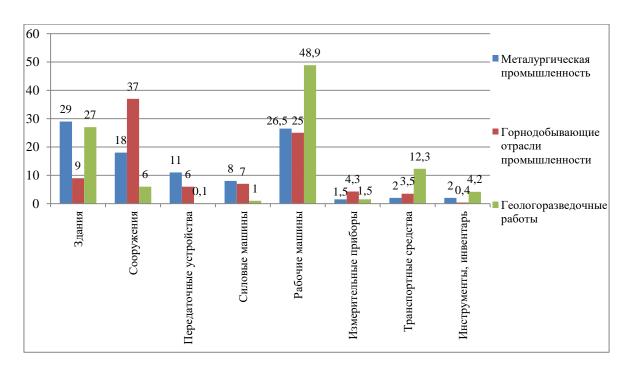


Рисунок 1. Структура основных производственных фондов в соответствии с их функционально-видовой классификацией, в % к среднегодовой стоимости

В современных реалиях закупка запасного оборудования для предприятий геологоразведочной отрасли возможна лишь при дополнительном их финансировании, преимущественно за счёт инвестиций недропользователей или государственном финансировании (федеральное, региональное, местное).

Однако геологоразведочные и поисковые работы, являющиеся основной геологоразведочных предприятий, были деятельностью никогда не инвестиционно привлекательными для недропользователей РФ в виду высокой степени риска, ёмкости необходимых инвестиций и продолжительным периодом их окупаемости. Объёмы государственного финансирования из года в год сокращаются. В связи с чем, состоянием минерально-сырьевой базы страны (далее МСБ) серьёзно обеспокоены ведущие геологи [1,3], которые активно призывают если не к возврату налога на воспроизводство МСБ, то к непременному увеличению финансирования геологоразведочных работ. В противном случае поисковый задел вскоре будет истощён, а вопрос воспроизводства МСБ станет критичным.

С целью увеличения скорости воспроизводства и эффективности использования основных фондов целесообразно применение следующих управленческих и организационных решений:

- 1. Увеличение доли «активной части» в структуре основных фондов.
- 2. Ликвидация или сдача в аренду неиспользуемых основных фондов предприятия, преимущественно «пассивных» здания и сооружения (включая склады материально-технического обеспечения).
- 3. Повышение показателей использования производственного оборудования, в том числе сокращение простоев по причине ремонтных работ.
- 4. Внедрение более современных, высокопроизводительных видов технических средств.
- 5. Применение лизинга для обновления парка оборудования геологоразведочных предприятий.

Наименее затратным является метод улучшения использования основных фондов, связанный с принципами организации производственного процесса. Для

улучшения использования ОПФ малых и средних геологоразведочных организаций, необходимо повысить эффективность работы материальнотехнической службы, для чего предлагается использовать принципы научной системы организации труда.

1. Установить нормы времени работы конкретных узлов и агрегатов машины или другого рабочего оборудования по опыту проведения работ с данным типом техники. Для корректировки и уточнения данных норм при производстве сезонных (полевых) работ начальникам полевых партий (отрядов) периодически вменять обязанность по применению принципа самотографии.

Самофотография позволяет выявить потери времени, причины их возникновения, частоту и продолжительность. Полученная информация о причинах потери времени далее учитывается в разработке и корректировке мероприятий по научной организации труда.

- 2. Установить при выезде на полевые работы страховой резерв запасных частей для механизмов и узлов рабочего оборудования, срок службы которых по установленным нормам заканчивается менее чем через 5 месяцев с даты выезда на сезонные (полевые) работы. Данная мера позволит сократить потери времени на ремонт оборудования и транспортных средств для проведения геологоразведочных работ.
- 3. Установить жёсткий график труда и отдыха работников в полевых условиях, а также сменный график работы водителей.
- 4. Повысить уровень квалификации [6] и дисциплины водителей и других работников технического парка организации. Для реализации данной меры разработать систему поощрений и наказаний сотрудников предприятия.

Предлагаемые принципы научной организации труда, при всей простоте и банальности, способны значительно преобразовать систему организации труда работников материально-технического обеспечения предприятия. Дисциплинировать сотрудников и работников предприятия, что, несомненно, скажется на увеличении эффективности использования основных фондов организации.

Список литературы:

- 1. Чернявский, А.Г. Капитализм и геологоразведка/ А.Г. Чернявский Главный геолог ФГУ «ГКЗ»// Газета «Российские недра». 2011. 14 фев. С.4.
- 2. Шпильман, Т.М. Экономика и организация геологоразведочных работ: учебное пособие/Т.М. Шпильман; Оренбургский гос.ун-т. Оренбург: ОГУ, 2011. 156 с.
- 3. Оганесян, Л.В. Актуальное интервью, или Против течения/ Л.В. Оганесян Академик РАН//Газета «Российские недра». 2010. 27 сен. С.3.
- 4. Назарова З.М. Экономика геологоразведочных работ: учебник для ВО./ З.М. Назарова, В.А. Косьянов, Ю.В. Забайкин и др. М.: ООО «Оптимус», ООО «ИПЦ «Маска», 2018. 400 с.
- 5. Загорулько Е. В. Экономический механизм воспроизводства основных производственных фондов геологоразведочных организаций: диссертация/ Е.В. Загорулько, кандидат. экон. наук М., 2000. 147 с. Web-pecypc https://www.dissercat.com/content/ekonomicheskii-mekhanizm-vosproizvodstva-osnovnykh-proizvodstvennykh-fondov-geologorazvedoch (дата обращения 25.05.2021)
- 6. Алексеев В. М., Фаррахов Е. Г., Вольфсон И. Ф. Организация охраны труда на предприятиях геологической отрасли // Отечественная геология. 2017. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-ohrany-truda-na-predpriyatiyah-geologicheskoy-otrasli (дата обращения: 25.05.2021).

ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ЛЬГОТ ДЛЯ СТУДЕНТОВ НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Басаргина Анастасия Ивановна

магистрант,

Базовая кафедра антимонопольного

и тарифного регулирования рынков ФАС,

Институт экономики, государственного управления и финансов,

Сибирский федеральный университет,

РФ, г. Красноярск

E-mail: nastyabasar@gmail.com

Двинский Михаил Борисович

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Базовая кафедра антимонопольного и тарифного регулирования рынков ФАС, Институт экономики, государственного управления и финансов, Сибирский федеральный университет, РФ, г. Красноярск

EXPERIENCE OF FORMATION OF PRICES FOR EDUCATIONAL PROGRAMS AND ANALYSIS OF SOCIAL BENEFITS FOR STUDENTS ON THE EXAMPLE OF THE SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY

Anastasia Basargina

Master student,
Basic Department of Antimonopoly
and Tariff Regulation of FAS Markets,
Siberian Federal University
Institute of Economics, Public Administration and Finance
Russia, Krasnoyarsk

Mikhail Dvinsky

Scientific adviser, Ph.D., associate professor,
Basic Department of Antimonopoly
and Tariff Regulation of FAS Markets,
Institute of Economics, Public Administration and Finance,
Siberian Federal University
Russia, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

Стоимость, сравнение, обзор, выводы.

ABSTRACT

Cost, comparison, review, conclusions.

Ключевые слова: ценообразование, стоимость, высшее учебное заведение, образование.

Keywords: pricing, cost, institution of higher education, education.

Красноярский край является регионом России, где развернуто большое количество национальных проектов. Здесь определены «точки роста» в промышленности, энергетике, науке и образовании. Для подготовки высоко-квалифицированных специалистов, способных работать в любом регионе нашей страны, в том числе и в жёстких условиях севера, в 2006 г. в Красноярске был создан Сибирский федеральный университет.

Сибирский федеральный университет – первый из 10 федеральных университетов. Крупнейший вуз восточной части России, сочетающий высокий уровень фундаментальных и прикладных исследований с подготовкой кадров высокотехнологических ДЛЯ производств И индивидуального предпри-Кампус СФУ особый микрорайон нимательства. как стремительно развивающегося мегаполиса, крупного промышленного и делового центра стал местом притяжения молодёжи, точкой формирования особой городской среды и культуры. Университет успешно конкурирует на региональном, российском и международном рынках за счет широкого спектра направлений подготовки, обеспечения актуального и современного содержания, индивидуализации образовательных программ. В Сибирском реализуемых федеральном университете обучается 1000 иностранных студентов из 43 стран. Они обучаются на всех уровнях – от бакалавриата до докторантуры, проходят включённое обучение или стажировку.

Образовательный процесс реализуется по 536 образовательным программам. Выбор специальностей обусловлен следующими факторами: Экономика и юриспруденция – это самые актуальные специальности, на которые

из года в год поступает огромное количество студентов, не взирая на отсутствие востребованности данных профессий на рынке труда в Российской Федерации. Специальность «Дизайн» является многие годы самой дорогостоящей специальностью в университете, а специальность «Математика» напротив самой бюджетной. Если обратиться к статистическим данным, то мы видим, что с 2018 года стоимость обучения по трем направления: «Экономика», «Юриспруденция» и «Математика» – стала одинаковой. Обратимся к таблице 1.

Таблица 1. Стоимость очной формы обучения для студентов 1-го курса в Сибирском федеральном университете по годам с 2016 – 2021 г.

Период	Форма обучения	Специальность			
		Экономика	Юриспруденция	Дизайн	Математика
		Стоимость (рублей в год)			
2016 – 2017 учебный год	бакалавриат	70000	110000	120160	68160
	магистратура	75470	96000	-	75470
2017 – 2018 учебный год	бакалавриат	93600	114400	99808	70880
	магистратура	78480	99840	-	78480
2018 – 2019 учебный год	бакалавриат	141018	141018	210418	141018
	магистратура	152214	152214	-	152214
2019 – 2020 учебный год	бакалавриат	149720	149720	293370	149720
	магистратура	160316	160316	-	-
2020 – 2021 учебный год	бакалавриат	149720	149720	293370	149720
	магистратура	160316	160316	-	160316

Исходя из данных мы видим, мы видим, что в период с 2018-2019 г. стоимость обучения по всем специальностям увеличилась практически в два раза. Но с 2019 по 2021 г. стоимость обучения неизменная.

Необходимо отметить, что в СФУ стоимость обучения отличается в зависимости от курса обучения. С каждым курсом сумма обучения уменьшается. Такая закономерность связана с повышением стоимости обучения в 2 раза с 2018 г., в целях уменьшения финансового бремени для обучающихся и их семей, университет принял необходимые меры по изменению ценовой политики.

Таблица 2.

Стоимость очной формы обучения для студентов 2 – 4 курс обучения в Сибирском федеральном университете по годам с 2017 – 2021 г.

Период	Форма обучения	Специальность					
		Экономика	Юриспруденция	Дизайн	Математика		
			Стоимость (р	ублей в год)			
2 курс обучения							
2017 – 2018	бакалавриат	93600	114400	131420	70880		
учебный год	магистратура	78480	99840	-	78480		
2018 – 2019	бакалавриат	130212	130212	205204	130212		
учебный год	магистратура	143560	143560	-	143560		
2019 – 2020	бакалавриат	147080	147080	219464	147080		
учебный год	магистратура	158758	158758	-	158758		
2020 – 2021	бакалавриат	147080	147080	219464	147080		
учебный год	магистратура	160316	160316	-	160316		
3 курс обучения							
2017 – 2018 учебный год	бакалавриат	93600	114400	124800	65900		
2018 – 2019 учебный год	бакалавриат	96220	117602	135098	72864		
2019 – 2020 учебный год	бакалавриат	135810	135810	214026	135810		
2020 – 2021 учебный год	бакалавриат	147080	147080	219464	147080		
4 курс обучения							
2017 – 2018 учебный год	бакалавриат	87760	114400	123660	65900		
2018 – 2019 учебный год	бакадарынат	96220	117602	128294	67744		
2019 – 2020 учебный год	бакалавриат	100356	122658	140906	75996		
2020 – 2021 учебный год	бакалавриат	135810	135810	214026	135810		

По каждой специальности мы наблюдаем снижение стоимости обучения с каждым курсом. Но, к сожалению, стоимость обучения с каждым годом только увеличивается. Снижение стоимости обучения с каждым курсом можно объяснить ценовой политикой университета. В связи с общим повышением цен на образование, для облегчения оплаты обучения с каждым годом стоимость уменьшается. Также после первого курса обучения студенты, которые

обучаются на условиях договора и которые не заинтересованы в обучении как правило отсеиваются по итогам двух первых сессий. Таким образом, помощь в оплате осуществляется для тех, кто прилагает усилия для успешной сдачи сессии, обучается без учебных задолженностей, достигает определенных успехов и стремится получить знания с качественным образование.

Согласно статистическим данным средняя стоимость одного года обучения в российских вузах ежегодно возрастает более чем на 40 тысяч рублей [1]. Обучение на очном отделении бакалавриата в российском ВУЗе в среднем стоит 240 000 – 260 000 рублей в год [2]. Для примера сравним стоимость обучения в СФУ по специальности «Государственная и муниципальная служба» с среднегодовым доходом гражданина РФ. Стоимость обучения 1 студента в сумме за 4 года составит 497 882 рублей. Средняя цена обучения за 1 год по разным образовательным программам в СФУ составляет 141 018 - 210 418 рублей. Данная сумма продемонстрирована без учета оплаты за проживание (в общежитии/на квартире), без учета денег на ежедневное пропитание студента, без учета затрат на транспортные услуги (автобус/такси/бензин для собственного автомобиля), без учета карманных денег. Также, стоит учитывать тот факт, что некоторые семьи являются неполными, многодетными, малообеспеченными, а в некоторых семьях опекуны относятся к категории маломобильных граждан. По Федеральной службы официальным государственной данным статистики, средний доход населения РФ в 2020 г. составил 35 361 рублей в месяц [3]. Далеко не каждая семья может получать такой доход, у кого-то заработная плата составляет 6 000 рублей, а у кого-то 100 000 рублей.

В университете принимается достаточно много мер, для облегчения оплаты обучения студентов. Существуют разные льготы, рассрочки, выплаты и социальные поддержки. Например, к первому виду можно отнести конкурс на получение стипендии для студентов, обучающихся на платной основе. Стипендии учреждаются для стимулирования и материальной поддержки студентов, обучающихся на условиях договоров о подготовке на платной основе, имеющих высокие показатели в учебной деятельности. Право на получение

стипендий имеют студенты и магистранты, получающие высшее образование впервые, успешно выполняющие учебный план в полном объёме в установленные графиком учебного процесса сроки, не имеющие задолженности по оплате обучения. Необходимо закрыть два семестра на «отлично» или «хорошо». Стипендии назначаются сроком на один учебный год и в размере, равном стоимости обучения в следующем году.

Вторым видом поддержки студентов является стипендии профсоюза СФУ для студентов, обучающихся на условиях договора. К открытому конкурсу на получении стипендии допускаются студенты – члены Профсоюза, обучающиеся по очной форме обучения на условиях договора об оказании платных образовательных услуг, активно занимающиеся профсоюзной работой, участвующие в общественной жизни университета, занимающиеся социально-значимыми направлениями деятельности. Студент должен не иметь оценок «удовлетворительно» и академической задолженности. Стипендия назначается на 1 семестр.

Необходимо отметить, что в СФУ существует система перевода с платной формы обучению на бюджетную. Для этого необходимо закрыть два семестра подряд без задолженностей на «отлично» и «хорошо». Студент должен успешно сдать академическую разницу, на выбранной специальности должны иметься вакантные бюджетные места для перевода [4].

Федеральный университет — это самая авторитетная экспертная площадка в Красноярске. Здесь принимаются судьбоносные решения о том, как будет развиваться территории Красноярского края, поднимаются вопросы градостроительства и экологии, разрабатываются схемы движения транспорта и реновации городов.

Список литературы:

1. Система высшего образования в Российской Федерации: логика изменений [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://edu.interfax.ru/articles/807/ (дата обращения 02.06.2021)

- 2. Официальный сайт о высшем образовании в России для иностранцев «STUDYINRUSSIA» [электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://studyinrussia.ru/ (дата обращения 02.06.2021)
- 3. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://www.gks.ru/ (дата обращения 02.06.2021)
- 4. Сибирский федеральный университет [электронный ресурс] Режим доступа. URL: http://news.sfu-kras.ru/ (дата обращения 02.06.2021)

РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ АУДИТА РАСЧЕТОВ С КОНТРАГЕНТАМИ

Босова Дарья Александровна

магистрант, Институт экономики и управления, Волгоградский государственный университет, РФ, г. Волгоград E-mail: dashabosova@mail.ru

Худякова Анна Сергеевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры бухгалтерского учета и экономической безопасности, Институт экономики и управления, Волгоградский государственный университет, $P\Phi$, г. Волгоград

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается история развития аудита, так же история развития расчетов с контрагентами и аудита расчетов с контрагентами. В частности, уделяется вниманием вопросам развития аудита, и аудита расчетов с контрагентами, в частности, во времена СССР, и в послесоветское время. Так же даётся общая характеристика методики аудита расчетов с контрагентами.

Ключевые слова: аудит, расчет с контрагентами, бухгалтерский учет.

В настоящее время в условиях рыночной экономики большое внимание уделяется взаимоотношениям между контрагентами, взаимоотношениям с поставщиками и покупателями, в связи с повышенным вниманием к данным взаимоотношениям в нынешнее время, возникает и необходимость в аудите и контроле данных взаимоотношений. В СССР была командная экономика, государство держало монополию на предпринимательскую деятельность, и предпринимательская деятельность была по сути запрещена, поэтому и вопросы, связанные с предпринимательской деятельностью, в частности с расчетами с контрагентами, не были рассмотрены, так как в этом не было необходимости. Первые частные предприятия начали появляться только в конце 80-х годов, с

принятием в 1988 г. Закона «О кооперации в СССР», а также законов «О предприятиях в СССР», «О собственности в СССР», «О предприятиях и предпринимательской деятельности». И только с принятием этих законов в России заговорили об аудите в частном секторе экономике. И только в это время появилась необходимость проведения аудита в частных организациях, в том числе появилась необходимость проведения аудита отдельных направлений деятельности организации бухгалтерского учета, в частности проведение аудита расчетов с контрагентами.

Развитие аудита в России укрепилось к 1992 году, что было продиктовано новыми условиями экономики, жизни, и развитием частного сектора экономики, то есть появлением предпринимателей, которые налаживают взаимоотношения между собой, в связи с чем возникла необходимость контролировать данные операции, проводить их аудит.

Указом Президента РФ от 22 декабря 1993 г. № 2263 «Об аудиторской деятельности в Российской Федерации» были утверждены Временные правила аудиторской деятельности в Российской Федерации, вступившие в силу с момента опубликования Указа, т. е. с 29 декабря 1993 г., и действовавшие до принятия соответствующего закона.

Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 119 ФЗ «Об аудиторской деятельности» заменил Временные правила аудиторской деятельности в Российской Федерации. В 2008 году данный закон утратил силу и был принят новый закон — Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности" (ред. от 09.03.2021)

Однако данные законы не рассматривают методики аудита, в частности по отдельным направлениям бухгалтерского учета. Данные законы рассматривают аудит как деятельность в целом, и дают основные правила и принципы проведения аудита. Для уточнения каких-либо вопросов Минфин может издавать методические рекомендации по проведению аудита. На основании уже этих документов, закона и методических рекомендация, проводиться внешний в внутренний аудит, оценка рисков, в частности аудит расчетов с контрагентами.

Рассмотрев исторический и правовой аспект рассматриваемой темы, хотелось бы рассмотреть аудит расчетов с контрагентами поближе.

Любая организация, независимо от вида ее деятельности, занимающаяся как продажей товаров, так и оказанием услуг, даже самая небольшая, ведет учет расчетов с контрагентами (как с поставщиками и подрядчиками, так и с покупателями и заказчиками).

С целью правильного учета таких расчетов, а также своевременного выявления и устранения ошибок в учете, организация должная проводить как в целом аудит ведения бухгалтерского учета, так и аудит расчетов с контрагентами, в частности.

Любой аудит имеет свою методику и методологию. Методология представляет собой совокупность методов, применяемых в аудиторской деятельности, и характеризует общий подход к проведению проверки. Методика — это совокупность методов и приемов целесообразного проведения аудита. При проверке рекомендуется использование единого методологического приема, заключающегося в унификации общей схемы проведения проверки по различным направлениям, обобщающей сложный и многосторонний процесс аудита.

Целью аудита расчетов с контрагентами является подтверждение данных бухгалтерской отчетности о дебиторской и кредиторской задолженности, а также проверка правильности учета расчетов с дебиторами и кредиторами.

Так же его целью становится экспертиза достоверности данных первичных документов, полноты и точности отражения в учете операций по расчетам с дебиторами и кредиторами.

Объектами проверки являются расчеты с различными контрагентами, разными дебиторами и кредиторами, учет расчетов с персоналом предприятия; учет расчетов с бюджетными и внебюджетными фондами; учет расчетов с разными дебиторами и кредиторами.

Методика аудита операций с дебиторами и кредиторами определяется организацией бухгалтерского учета, содержанием счетов и допущенных ошибок.

При проверке расчетных операций проводится экспертиза достоверности данных первичных документов, полноты и точности отражения в учете расчетных и кредитных операций.

К числу важных нормативных документов в сфере аудита, в частности аудита расчетов с контрагентами, относятся:

- Федеральные стандарты аудиторской деятельности. В них указаны обязанности аудитора, раскрыты нюансы планирования проверки и описана методика действий, регламентируются правила документального оформления каждого этапа.
- Гражданский кодекс, который дает оценку правовому статусу каждого участника сделки при расчетах, помогает оценить законность содержания договорной документации, формирует базу для оценки объективности претензий к контрагентам.
- Налоговый кодекс основа для выявления правонарушений в налоговой сфере. По его нормам производится оценка правильности составления отчетности, расчетов налоговых обязательств, проверяется своевременность погашения задолженностей перед бюджетом.
- План счетов бухгалтерского учета. По нему должен быть сформирован рабочий план счетов. По стандартам плана счетов оценивается правильность ведения бухгалтерского учета, соотнесения видов расходных и доходных счетов с отображенными операциями.
- Положения о бухгалтерском учете, регламентирующие порядок действий субъекта предпринимательства в разных сферах учета.
- Международные стандарты аудита. В них раскрыты все особенности и нюансы деятельности аудитора, его обязанности, правила оформления документации и другие стороны работы аудитора.

Этапами аудита бухгалтерского учёта расчётов контрагентами юридического выступают мониторинг организации лица систем финансового внутриорганизационного контроля, экспертиза гражданскоправовых договоров, экспертиза состояния первичного бухгалтерского учёта, сопоставление данных аналитического и синтетического учёта и проверка учёта задолженности перед контрагентами. Документальными источниками информации для формирования доказательственной базы аудитора являются бухгалтерские регистры синтетического и аналитического учёта, гражданскоправовые соглашения (договоры), журналы регистрации покупок, графики документооборота, счета-фактуры, накладные и акты выполненных работ.

Аудит расчетов с контрагентами важен для дальнейшей эффективной работы организации, для правильного распределения ресурсов. Ведь при неправильном учете дебиторской и кредиторской задолженности может получиться так, что в перспективе организация может остаться без денежных средств, так как из-за неправильного учета взаимоотношений с дебиторами и кредиторами, она будет наивно полагать, что они смогут в дальнейшем получить денежные средства от своих дебиторов, так как дебиторская задолженность якобы есть, а ее на самом деле нет, или наоборот, руководитель организации думает в следствии неправильного учета операций по расчетам с контрагентами, что у организации отсутствует та или иная кредиторская задолженность, и рассчитывает на данную денежную сумму, а в итоге контрагент начинает с него затребовать данные денежные средства ввиду, что на самом деле данная кредиторская задолженность присутствует. Данные обстоятельства могут служить обоснование того, почему важно проводить как внутренний, так и внешний аудит расчетов с контрагентами.

Основной целью аудиторской проверки расчетов с контрагентами является проверка правильности учета операций расчетов с контрагентами, правильности их отражение в бухгалтерском и налоговом учете, своевременности учета данных операций, их правильного документального оформления и так далее.

Основными источниками информации при проведении проверки правильности учета расчетов с контрагентами являются:

- 1) Положение об учетной политике;
- 2) Договоры поставки продукции;
- 3) Товарные накладные;

- 4) Счета-фактуры;
- 5) Акты сверки расчетов;
- 6) Протоколы о зачете взаимных требований;
- 7) Акты инвентаризации расчетов;
- 8) Копии платежных документов;
- 9) Главная книга;
- 10) Бухгалтерская отчетность и т.д.

При проверке расчетов с контрагентами следует узнать документальную обоснованность выполненных операций, удостовериться в подлинности документов и правильности их оформления.

При проверке аудитор должен обратить внимание на следующее:

- имеются ли договоры на поставку продукции (выполнение работ, услуг) и правильно ли они оформлены;
- при наличии дебиторской и кредиторской задолженности необходимо установить дату возникновения и причину образования;
- имеется ли задолженность с истекшим сроком исковой давности, принимаются ли меры к ее взысканию;
 - обоснованность получения авансов и так далее.

На начальной стадии аудитором исследуется состоятельность финансового контроля, также определяются его слабые стороны. С целью осуществлении данных направлений контроля следует проанализировать систему внутреннего контроля полностью, все взаимосвязи составляющих его компонентов. Список контрольных операций для каждого определенного случая нормативными актами специально никак не регламентирован. По этой причине организация имеет право самостоятельно найти решение проблемы касательно содержания системы контрольных мер и методов анализа их действенности. Как бы то ни было, но многочисленными экспертами в сфере бухучёта признаётся, то что в целях исключения серьёзных недостатков и ошибок в учёте операций со контрагентами, предприятиям уместно осуществлять контроль одновременно по нескольким направлениям.

В их число входят: оформление взаимоотношений с деловым партнёром (контроль точности составления договора), учёт первичной документации (контроль над регистрацией и обработкой первичных документов), отражение операций на счетах (контроль за применением систем учёта), обеспечение надёжности сохранности данных от посторонних лиц (контроль системы функционирования работы хранения документации, архивной т.д.), истребование кредиторской задолженности (контроль оперативности полноты). Отсутствие одного либо нескольких из перечисленных направлений в внутреннего контроля компании предоставляет аудитору концентрации собственных операций на контроле именно данного направления.

Условно все взаимоотношения компании с иными организациями и индивидуальными предпринимателями возможно разбить на 2 крупные однородные категории. Первую из них составляют взаимоотношения по приобретению разного рода вещных и неимущественных прав, другую – правоотношения, опосредующие поручения руководства компании на выполнение работ и предоставление услуг. Данная классификация может помочь установить предмет контроля (конкретно — структуру гражданско-правовых договоров), разделить его на составные элементы, а также подкорректировать методы и процедуры, которыми будет делать контролирующий в ходе аудита.

Весь комплекс соглашений с контрагентами, заключённых от имени руководства компании за анализируемый период, должна быть проверена на предмет выявления нарушений и неточностей с учётом абсолютно всех требований, предъявляемых законодательством РФ к совершению гражданскоправовых сделок. Затем происходит анализ первичного учёта расчётов с контрагентами компании. Данный процесс производится при поддержке установления фактов правильного оприходования материальных ценностей, принятия работ и услуг, отражения в полном размере совершённых операций, совершения всей необходимой первичной документации также её регистрации в бухгалтерских регистрах, а также соблюдения правил документооборота в бухгалтерии компании. Установление правильности оприходования

материальных ценностей и принятия выполненных работ (оказанных услуг) происходит путём процедуры сравнения сведений приходных документов с данными договоров и данных счетов-фактур с данными бухгалтерского учёта. В Случае Если аудитор придёт к заключению о недостаточности информационных сведений для формирования полного представления о финансовом состоянии компании, финансовых результатах ее работы и изменениях в ее экономическом состоянии в ходе взаимоотношений с контрагентами, в таком случае от бухгалтерии компании должны быть запрошены соответствующие пояснения, а также выполнены необходимые дополнения к отчётной документации. В случаях выявления неверного отражения хозяйственных операций текущего периода до окончания отчетного года все корректировки обязаны делаться записями по соответствующим счетам бухгалтерского учета в том месяце отчетного периода, когда искажения обнаружены.

Принимая во внимание разнообразие возможных деловых взаимосвязей с партнерами, в особенности на крупных предприятиях, аудитор может пользоваться выборочным методом контроля. При этом многими аудиторами отмечается, то что в отношении учитываемых товаров выборка должна выстраиваться на началах представительности, а в отношении работ и услуг – наоборот. Таким образом, первом случае аудитор использует нерепрезентативную выборку. репрезентативную, во втором – Репрезентативность выборки обозначает то, что все элементы изучаемой совокупности должны обладать равную возможность быть отобранными в выборку. С Целью обеспечения репрезентативности аудитор прибегает или к случайному отбору, или к отбору систематическому. Кроме Того может быть комбинированный отбор, представляющий собой определённый синтез методов случайного и систематического отбора.

Процедура регистрации фактов совершения операций, заведённая в компании, обязана соответствовать таким признакам, как оперативность, целостность и достоверность. В противном случае перед аудитором встаёт необходимость выяснения причин расхождений и неточностей. При этом

проверяющий должен избегать каких бы то ни было поспешных заключений. Аудитору следует принимать во внимание то обстоятельство, что, исходя из самой природы хозяйственных операций, различного рода несоответствия и расхождения нередко попросту неминуемы. С другой стороны, это может свидетельствовать о противозаконных действиях со стороны руководства компании либо сотрудников бухгалтерии. По Этой Причине, принимая во внимание все внешние и внутренние факторы, оказывающие большое влияние на первичный учёт, а также уровень профессионального аудиторского риска, аудитором должен быть проведён письменный опрос сотрудников бухгалтерии с целью выяснения причин несоответствий и искажений первичного учёта.

Проверка на соответствие данных аналитического и синтетического учёта осуществляется в процессе проверки информации, содержащейся в сводных регистрах, составленных с использованием бухгалтерских программных продуктов (при автоматизированном методе учёта) и журнале-ордере № 6 (при журнально-ордерной форме учёта). Здесь происходит сопоставление численных данных регистров аналитического учёта с информацией, отражённой по счёту 60 "Расчёты с поставщиками и подрядчиками" и всем соответствующим субсчетам к счёту 60 (неотфактурованные поставки и материалы в пути). Аудиторская проверка учёта курсовых разниц при совершении хозяйственных операций с контрагентами-нерезидентами быть может проведена посредством сопоставления данных счетов 60 "Расчёты с поставщиками и подрядчиками" и 91 "Прочие доходы и расходы".

На завершающем этапе контроля происходит анализ бухгалтерского учёта задолженности перед контрагентами, а в случаях необходимости также дебиторской задолженности. При этом аудитору необходимо иметь в виду, то что расчёты с контрагентами могут производиться с использованием таких инструментов, как кредит, отсрочка и рассрочка платежа, предоплата и т.д. Образуемая при этом сумма задолженности может быть проконтролирована путём выверки сведений, содержащихся в группе статей "Кредиторская задолженность" финансовой отчётности компании. Точность отражения

задолженности проверяется, во-первых, по статье "Поставщики и подрядчики", где демонстрируется сумма задолженности поставщикам, подрядчикам за поступившие материальные ценности, выполненные работы, оказанные компании услуги, в-вторых, по статье "Векселя к уплате", где отображается совокупность задолженности поставщикам, подрядчикам и иным кредиторам, которым предприятие предоставила в обеспечение их поставок, работ и услуг векселя. В бухгалтерском балансе сумма задолженности компании по полученным кредитам и займам должна отображаться с учетом причитающихся на конец отчетного периода к уплате процентов.

На данной стадии контроля аудитором должны быть определены факты возникновения задолженности, ее реального размера (с учётом процентов за пользование кредитом и пеней за просрочку), обоснованности образования задолженности, возможности ее закрытия и наличия претензий по кредиторской также дебиторской задолженности. С целью определения этих фактов ведется аудиторская инвентаризация расчётов с контрагентами. Инвентаризация подразумевает как детальное ознакомление с внутренней отчётностью, так и подтверждение данных этой отчётности со стороны контрагентов организации, которое может быть получено в следствии направления запросов к организациям-контрагентам контролируемой компании.

По итогам аудиторской проверки аудитором выносится заключение, в котором он отражает все проблемы и недочеты, существующие у организации, в том числе касательно учета расчетов с контрагентами. Также аудитор на основе проведенной проверки выявляет риски организации, которые у нее существуют на основе бухгалтерского учета, и предлагает свои пути решения существующих у организации проблем для того, чтобы снизить данные риски.

Что касается аудита расчетов с контрагентами, то это является одной из важнейших сторон, которую аудитор должен рассмотреть, так как правильные учет расчетов с контрагентами позволить более рационально использовать свои финансовые ресурсы, принимать верные управленческие решения касательно своих финансов, например, в случае наличия дебиторской задолженности

организация может ее своевременно взыскать и пустить данные денежные средства на погашение кредиторской задолженности, либо на иные цели, соответствующие направлению деятельности организации. Также правильные и своевременный учет расчетов с контрагентами позволит избежать иных различных финансовых проблем, таких как несвоевременное погашение кредиторской задолженности перед поставщиками, либо различными кредитными организациями, что влечет за собой возможное принудительное взыскание задолженности, а также пеней по данной задолженности.

Для корректного ведения учета расчетов с контрагентами необходимо своевременно отслеживать и регистрировать все финансово-хозяйственные операции, осуществляемые организацией, отслеживать результаты данных операций, и на их основе делать правильные выводы и совершать те или иные действия, которые могут скорректировать действия организации в той или иной ситуации. Также руководителю необходимо периодически проверять работу сотрудников бухгалтерии в целях внутреннего контроля их правильной работы и правильного осуществления учета расчетов с контрагентами.

Список литературы:

- 1. Антонова Н. А. Задаток специфическая форма расчетов с контрагентами // Новый университет. Серия «Экономика и право». 2011. №6 (6). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zadatok-spetsificheskaya-forma-raschetov-s-kontragentami (дата обращения: 13.03.2021).
- 2. Бобылева, А. К. Методика контроля расчетов с контрагентами в коммерческих организациях / А. К. Бобылева. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2018. № 48 (234). С. 372-376. URL: https://moluch.ru/archive/234/54400/ (дата обращения: 04.04.2021).
- 3. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-Ф3 "Об аудиторской деятельности" (ред. от 09.03.2021)
- 4. Клерк.Ру [сайт]. URL: https://www.klerk.ru/

ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРИ ВЫЯВЛЕНИИ И РАСКРЫТИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Вальков Максим Александрович

студент,

кафедра экономической безопасности и аудита, Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь

 $P\Psi$, г. Ставрополь

E-mail: maximkavalkov@yandex.ru

Мезенцева Елена Сергеевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры экономической безопасности и аудита, Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь

THE IMPORTANCE OF FINANCIAL STATEMENTS IN THE DETECTION AND DICLOSURE OF ECONOMIC CRIMES

Maksim Valkov

student, Department of Economic Security and Audit, North Caucasus Federal University, Russia, Stavropol

Elena Mezentseva

Research Supervisor, Candidate of Economics, Associate Professor,
Department of Economic Security and Audit,
North Caucasus Federal University,
Russia, Stavropol

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены аспекты использования информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности хозяйствующего субъекта, с целью раскрытия экономических преступлений.

ABSTRACT

This article discusses the aspects of using the information contained in the accounting statements of an economic entity in order to solve economic crimes.

Ключевые слова: бухгалтерская отчётность, выявление экономических преступлений, искажение показателей отчетности.

Keywords: accounting reporting, detection of economic crimes, distortion of reporting indicators.

В соответствии с действующими правилами, регулирующими ведение бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации, финансовые (бухгалтерские) данные представляют собой систему данных об имуществе, финансовом состоянии организации, а также о результатах ее хозяйственной деятельности, составленных на основе бухгалтерской информации в соответствии с установленными формами.

На данный момент бухгалтерская отчетность включает в себя: бухгалтерский баланс, отчеты о прибылях и убытках, вспомогательные и пояснительные записки, а также аудиторское заключение, подтверждающее достоверность бухгалтерской информации организации [2].

Показатели бухгалтерской отчетности представляют значительный интерес для существующих и потенциальных инвесторов, кредиторов и некоторых других категорий пользователей.

Иногда, с целью незаконного привлечения средств, получения банковских кредитов, занижения стоимости имущества на момент приватизации намеренно искажаются показатели финансовой отчетности. Поэтому бухгалтерская отчетность может использоваться в преступных целях. Следовательно, для борьбы с экономическими преступлениями следует знать способы искажения финансовых отчетов и их показателей при выявлении и раскрытии отдельных преступлений, связанных с обманом пользователей бухгалтерской отчетности, с помощью методов экономического анализа.

Из показателей бухгалтерской отчетности пользователи могут получить информацию о прибыльности организации, степени ликвидности ее активов, сумме дебиторской и кредиторской задолженности, а также ряд других данных, характеризующих эффективность деятельности компании. Эта информация

необходима для принятия решения об инвестировании в организацию и в иных случаях, связанных с предоставлением финансовых или материальных ресурсов организации, поэтому достоверность отчетности имеет особое значение.

В преступных целях некоторые показатели бухгалтерского баланса могут быть преднамеренно искажены В сторону увеличения ДЛЯ статей, характеризующих размеры производственных запасов, готовой продукции, товаров, денежных средств и других активов субъекта. В то же время другие показатели бухгалтерского баланса, такие как задолженность по кредитам и обязательствам, а также задолженность перед юридическими и физическими лицами, могут быть умышленно занижены. Это позволяет «улучшить» финансовое положение компании и вносит свой вклад в незаконное получение кредитов, займов и привлечению средств инвесторов.

Еще одна из основных форм отчетности организации — отчет о прибылях и убытках, который должен характеризовать финансовые результаты организации за отчетный период. Отчет о прибылях и убытках также может быть использован для раскрытия экономических преступлений.

Другая важная информация для пользователей отчетности — события после даты отчета. В соответствии с действующими правилами бухгалтерского учета событием после отчетной даты признается фактом хозяйственной деятельности, который повлиял или может повлиять на финансовое положение, денежные потоки или результаты деятельности организации и который произошел в период между отчетной датой и датой подписания бухгалтерской отчетности за отчетный год. Например, баланс на 1 января показывает значительные объемы товаров. Однако отчет будет отправлен через 90 дней после даты отчета. За это время мог произойти пожар, который уничтожил склад с товарами. Однако товары перечислены в отчете, и пользователь таких отчетов вводится в заблуждение, поэтому и возникает необходимость отражения в отчетности событий после отчетной даты.

Объявление годовых дивидендов на основании результатов деятельности акционерного общества за отчетный год также признается событием после

отчетной даты. Существенное событие после отчетной даты отражается в бухгалтерской отчетности за отчетный год независимо от его положительного или отрицательного характера для организации. Аналогичным образом, ежегодные дивиденды, рекомендованные или объявленные в соответствии с установленной процедурой на основании результатов работы организации за отчетный год, отражаются в финансовой отчетности. Если событие происходит после отчетной даты, запись, отражающая это событие, производится в бухгалтерских записях периода после отчетного периода в общем порядке [1].

Чтобы обмануть пользователей баланса, события после даты отчета, которые негативно влияют на финансовое положение организации, могут не отображаться в отчетности. Такие действия могут характеризовать намерение совершить преступление, поэтому их выявление имеет большое значение при определении обстоятельств, которые должны быть доказаны по уголовному делу.

Известны случаи, когда с целью преднамеренного искажения данных отчетности бухгалтеры с согласия руководства ведут «двойную» бухгалтерию. Суть такого учета состоит в том, что компания имеет две Главные книги, одна из которых отражает фактическое финансовое состояние хозяйствующего субъекта, а другая — искаженную, соответствующую данным и показателям представленного бухгалтерского отчета. Искаженные данные используются в качестве доказательств при расследовании преступлений [3].

Таким образом, мошенничество с финансовой отчетностью может быть частью незаконной стратегии или внутренней проблемой компании, которую следует решать путем внутреннего аудита и регулярных проверок. Ответственность за финансовое мошенничество по Уголовному кодексу карается штрафом, лишением свободы и запретом на руководящие и связанные с финансовой деятельностью должности в течение определенного срока.

Список литературы:

- 1. Бобошко В.И. Развитие принципов бухгалтерского учета и отчетности// Инновационное развитие экономики. 2018. № 5.
- 2. Донцова Л.В. Анализ бухгалтерской отчетности. М.: ДИС, 2017.
- 3. Рабинович А.М. Практические вопросы составления бухгалтерской (финансовой) отчетности // Бухгалтерский учет. 2019. № 7. С. 108–111.

БАРЬЕРЫ ВХОДА НА РЫНОК ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ

Власова Дарья Олеговна

магистрант, базовая кафедра антимонопольного и тарифного регулирования рынков ФАС, Сибирский федеральный университет, РФ, г. Красноярск

E-mail: dashuta.vlasova.2016@mail.ru

BARRIERS OF ENTRANCE TO THE ELECTRICITY MARKET

Darya Vlasova

student (master student), basic Department of Antimonopoly and Tariff Regulation of FAS Markets Siberian Federal University Russia, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

Рынок электроэнергетики характеризуются слабой развитостью конкуренции и наличием большого количества естественных монополий. В данной работе проанализированы основные барьеры входа новых участников на рынок электроэнергетики.

ABSTRACT

The electricity market is characterized by poorly developed competition and the presence of a large number of natural monopolies. This paper analyzes the main barriers to entry of new participants into the electricity market.

Ключевые слова: барьеры входа, рынок, конкуренция, электроэнергетика.

Keywords: entry barriers, market, competition, electricity.

Электроэнергетика как отрасль характеризуются такими нетипичными признаками, как замкнутость всех этапов производства, отсутствие товаров (услуг) заменителей, предоставление жизни необходимых ресурсов всем гражданам страны.

Государство, осознавая всю важность данной отрасли, уже на протяжении 20 лет старается сделать ее наиболее эффективной с точки зрения рыночных механизмов. Однако, в связи с тем, что около столетия в данной отрасли функционировали исключительно вертикально-интегрированные компании (компании, которые совмещают в себя несколько этапов производства электрической энергии), переход на конкурентный рынок не простая задача.

Спрос на электроэнергию растет с каждым годом, а вот предложение на рынке ограничивается лишь естественными монополиями.

Государство на законодательном уровне запретило существование вертикально-интегрированных компаний, тем самым условно разделив отрасль на две части (рисунок 1).

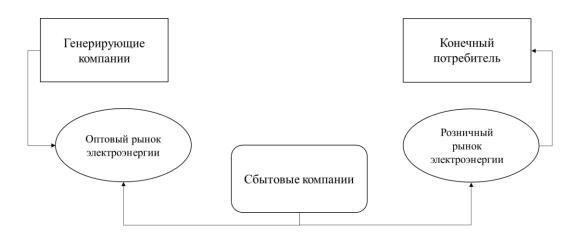


Рисунок 1. Схема функционирования рынка электроэнергии в России

У производителей разных масштабов появился шанс занять свою часть на розничном рынке электроэнергии. Это в свою очередь должно было породить развитие конкуренции на данном сегменте рынка и обеспечить возможность перехода на рыночный механизм формирования тарифов. Однако, на практике этого не произошло. Виной тому наличие барьеров входа на рынок, которые свойственны естественном монополиям.

К таким барьерам входа можно отнести:

1) Тарифообразование. Государство на сегодняшний день осуществляет регулирование тарифов (сбытовых надбавок) гарантирующих поставщиков.

Данный факт исключает возможность применения механизма формирования рыночной цены на электроэнергию.

- 2) Капительные вложения. Из-за того, что структура электроэнергетики сложна с точки зрения производства, и временного хранения (генерации) минимального необходимо запаса энергии, для входа на рынок на самом старте необходимо инвестирование и финансирование высоких затрат на производственные мощности.
- 3) Электрические сети. Протяженность территории России предопределяет наличие такой проблемы как поставка электрической энергии до конечного потребителя, так как для этого необходимо осуществить подключение электрическими сетями потребителей на десятки тысяч километров.
- 4) Долги. Проблема несвоевременной оплаты электрической энергии существует и на сегодняшний день. Судебная практика показывает, что исполнители коммунальной услуги по электроснабжению все чаще вынуждены обращаться в суды, для получения денежных средств. Для новых производителей, когда такой показатель как выручка является ключевым на начале ведения бизнеса, этот фактор также является барьером входа на рынок электроэнергии.

Таким образом, на сегодняшний день рынок электроэнергии является малопривлекательным для мелких производителей из-за наличия определенных барьеров входов и развитие конкуренции на данном рынке на сегодняшний день без качественного реформирования со стороны государства затруднительно.

Список литературы:

- 1. О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Российской Федерации от 04.05.2012 № 442 ред. от 30.04.2020. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru.
- 2. О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике: Постановление Правительства Российской Федерации от 29.12.2011 № 1178 ред. от 14.03.2020. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кенжалин Жанат

студент, экономический факультет, Университет «Туран», Республика Казахстан, г. Алматы E-mail: ulasdila@gmail.com

Закирова Дильнара Икрамхановна научный руководитель, PhD, проф., Университет «Туран», Республика Казахстан, г. Алматы

В современных условиях анализ финансовой устойчивости компании является основным инструментом поддержки эффективных решений в области стратегического и тактического развития компании. Ранее он был в основном ретроспективным, поскольку результаты в основном использовались для оценки результатов деятельности компании в предыдущие периоды. Смена направления анализа финансовой устойчивости компании предполагает ускоренное развитие таких методов, как стратегия, функциональные затраты и т. д.

Учитывая эти обстоятельства, можно сделать вывод, что современные условия ведения бизнеса требуют усовершенствованных методов оценки финансовой устойчивости компании и управления ею. Анализ финансовой устойчивости компании, рассматриваемый как метод изучения природы финансовых явлений, является важнейшим этапом цикла управления и элементом деятельности финансового менеджмента. При этом учет и контроль финансовой деятельности обеспечивают своевременное получение необходимой информации, а анализ является основой для принятия финансовых решений. Анализ выполняет две основные функции: информационную и аналитическую в сочетании с обоснованием управленческих решений.

Анализ системы общих и частных целей компании, тенденций развития, а также организационно-технических характеристик определяет место финансовой устойчивости в решении общей задачи развития компании и формулирует ее задачи на каждый период. Некоторые из них сформулированы как стратегические задачи,

другие – как рутинные задачи. Таким образом, систематический анализ финансовой стабильности компании является наиболее важным инструментом для достижения целей финансового развития и конкретных финансовых обязательств. Цель – повышение эффективности финансовой деятельности компании и обеспечение стабильной работы и развития. Анализ финансовой устойчивости компании должен выявить возможность улучшения использования финансовых ресурсов и обосновать рациональные способы развития компании. Методы системного анализа финансовой устойчивости компании должны включать подробное описание ее финансового положения с точки зрения предоставления денежных средств. Поэтому анализ финансовой устойчивости компании является важнейшим способом достижения выбранных целей, сформулированных в стратегии развития компании.

Использование методов анализа финансовой устойчивости должно характеризовать состояние компании с точки зрения ее обеспеченности финансовыми ресурсами и качества результатов финансовой деятельности. Успех решения управленческих задач зависит от полноты представления бизнеса. фактического состояния Следовательно, анализ финансовой устойчивости компании является наиболее важным способом улучшить использование ee финансовых резервов, поскольку ОН обеспечивает объективную финансовых ресурсов оценку состояния степени использования путем выявления дефицита или избытка финансовых ресурсов.

Анализ финансовой устойчивости компании должен определять способы мобилизации резервов и возможность повышения обоснованности финансовых решений. Для этого необходимо определить приоритетные направления и направления развития, соответствующие требованиям экономических законов развития производства, задачам компании и ее возможностям.

Самая сложная часть анализа финансовой устойчивости компании — это разработка показателей, влияющих на финансовые процессы, чтобы приблизить их к оптимальному состоянию. Она определяет путь развития компании, ее систему финансового управления и условия, обеспечивающие это развитие. В

советское время компании в основном применяли директивы высших административных органов и утвержденные ими планы развития. В 1990-е годы, в начале рыночных реформ, большинство компаний не уделяли должного внимания разработке стратегии развития. Основная задача хозяйственной деятельности — выжить в тяжелых кризисных условиях. Поэтому системный подход к оценке финансовой устойчивости компании применяется в современных условиях.

В настоящее время экономическая ситуация в стране улучшилась, и компании принципиально решают новые проблемы в области финансовой стабильности. Многие из них начали разрабатывать стратегии своего развития. Компании начали применять методы стратегического анализа, оценки воздействия внешней среды для решения своих проблем и выбора наиболее экономичных методов для достижения своих целей с ограниченными финансовыми ресурсами. Усложнение функций управления финансовой устойчивостью компании в современных условиях потребовало новых подходов для поддержки временного горизонта анализа. Оценка финансовой устойчивости компании становится основой для мониторинга ее финансовой деятельности и эффективности принимаемых и реализуемых финансовых решений.

В финансовой деятельности компании наблюдаются отклонения от действующего законодательства, которые чреваты нарушением порядка финансирования, появлением новых методов организации финансовой работы и т. д. На эти отклонения необходимо оперативно реагировать и устранять их. Эта задача решается с помощью оперативного анализа финансовых данных. В этом случае инструментом контроля служит систематическая оценка финансовой устойчивости компании.

Отсюда систематический анализ финансовой устойчивости компании и управленческие решения нужно принимать на всех этапах. Несмотря на тот факт, что отдельные звенья административного аппарата предприятия специализируются на проведении анализа, должен быть неотъемлемой частью деятельности любого финансового работника, поскольку он решает важнейшие задачи:

- выявить скрытые резервы и разработать варианты их мобилизации;
- обосновать варианты стратегического развития компании;
- контролировать текущие финансовые несоответствия.

Решением каждой из вышеперечисленных задач является повышение эффективности управленческих воздействий с целью обеспечения на этой основе устойчивого развития компании.

В бизнес-процессе финансовая информация преобразуется и отправляется в виде команд в финансовый процесс для перевода управляемого объекта из фактического состояния в желаемое.

Ориентация финансовой устойчивости на конечный результат требует увязки показателей с возможностями устойчивого экономического развития компании за счет использования программных методов анализа. Чтобы комплексная система анализа финансовой устойчивости компании была эффективной, этот процесс должен быть целевым. Иногда полную оценку можно получить путем агрегирования аналитических показателей бизнесподразделений. Однако для правильной оценки всех взаимосвязей между элементами предприятия и видами его деятельности требуется определенная процедура использования этих оценок в качестве основы для реализации взаимодействия и взаимозависимости элементов финансовой устойчивости.

При разработке стратегии развития компании анализ ее финансовой устойчивости заключается в использовании ряда методических приемов и методов взаимозависимого разделения для определения сущности финансовых явлений, позволяющих компании оптимизировать ее стратегию развития.

При использовании системного подхода к оценке финансовой устойчивости компании следует иметь в виду, что сумма частей системы не является простым целым, поскольку система всегда разнообразнее, чем ее составляющие. Чтобы улучшить анализ финансовой устойчивости компании, необходимо не только обосновать направления и приоритеты этого улучшения, но и определить конкретные меры, связанные с улучшением управления обучением и использованием финансовых результатов.

При разработке стратегии развития компании при анализе системы финансовой устойчивости компании можно выделить два ее основных направления. Один из них связан с оценкой финансового баланса, который устанавливает основные условия деятельности компании. Другое направление — анализ процедур, обеспечивающих рост стоимости капитала компании. Первое направление показывает объемные характеристики финансовой устойчивости компании. Второй — оценивает эффективность использования финансовых ресурсов компании.

Любой элемент оценки финансовой устойчивости компании можно рассматривать как систему со своими подсистемами, разделение которых не ограничено. Система и ее объекты характеризуются едиными параметрами, значение которых меняется. Формы взаимодействия между предметами и их элементами раскрывают связи между ними. Системный подход к оценке финансовой устойчивости компании предполагает комплексный анализ ее деятельности, установление конечной цели, которая выражает желаемый статус объекта анализа и оформляется в виде стратегии развития бизнеса. Цель всегда связана с альтернативным подходом, то есть с учетом максимального количества всех факторов, определяющих финансовое положение компании и ее изменения.

Следовательно, управление финансовой стабильностью — это сложный и вдумчивый процесс изучения форм и процессов финансовой стратегии, ее состояния и тенденций развития.

Список литературы:

- 1. Радионова В.М., Федотова М.А. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. М.: Изд-во «Перспектива», 2005.
- 2. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. М.: Центр экономики и маркетинга, 2008.
- 3. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ: Учебник для вузов 2-ое изд., доп. М: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 615с.

ОЦЕНКА ДИНАМИКИ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ

Князев Сергей Алексеевич

студент,

кафедра финансов и экономической безопасности, Вятский Государственный Университет,

РФ, г. Киров

E-mail: www.sergey_knyazev@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Целью данной статьи является оценка уровня безработицы России на протяжении определённого периода. Метод — сравнение и анализ результатов на основе данных Росстата. Как было выявлено, что большое количество граждан все равно остаются без постоянного места работы. Это, в свою очередь, должно стимулировать государство принимать более эффективные меры для устранения данной проблемы на региональном уровне. Основными направлениями более эффективной политики государства в области занятости должны быть: создание равных условий для разных слоев населения при трудоустройстве их на работу, поскольку, как было выявлено, безработица по-разному касается разные слои населения; создание дополнительных рабочих мест; а также строгий надзор за деятельностью Центров занятости населения, от которых зависит степень осведомленности безработных граждан о свободных вакансиях на рынке труда.

Ключевые слова: безработица; уровень безработицы; динамика уровня безработицы; государственные программы по снижению уровня безработицы.

На данный момент в развитии России одной из самых масштабных и трудно решаемых проблем остается гармоничное функционирование рынка труда. Стало популярно мнение о том, что отечественный рынок труда тесно связан с таким понятием, как «безработица», а предложение труда у большинства граждан ассоциируется с незанятым населением. Именно поэтому на эту проблему необходимо обратить большое внимание, чтобы за короткие сроки её устранить.

Безработица оказывает сильнейшее влияние, как на общество, так и на каждого отдельного индивида. Лишение места работы, отсутствие денежных средств являются предпосылками снижения уровня жизни населения. Также человек, осознавая, что он не может применить свои навыки, получает психологический урон, и вследствие чего появляются такие социальные проблемы, как наркомания, алкоголизм, суицид и другие.

Актуальность темы заключается в том, что эффективное функционирование рынка труда, поддержание безработицы на минимальном уровне напрямую влияет на состояние жизни населения и экономику страны в целом.

Ситуация кризиса, в которой оказалась экономика России с 2014 года, имеет тесную связь со сферой занятости населения страны. Рост безработицы начинается уже в начале 2015 года. Реальные показатели безработицы имеют большие различия с показателями официальной статистики. Именно поэтому в данной статье, во избежание каких-либо неточностей, перед рассмотрением данных необходимо обратить внимание на некоторые моменты, которые Росстат отмечает в сносках, примечаниях и объяснениях подсчётов: [2]

- 1) вся статистика выстраивается на основе анализа только некоторой части населения, а не всех граждан страны;
- 2) сокращение темпов безработицы происходит не за счёт трудоустройства граждан, ранее не имевших работу, а за счёт уменьшения экономически активного населения. То есть число молодых и стариков растёт, а населения, которое достигло трудоспособного возраста, становится меньше.

Перейдём непосредственно к рассмотрению данных по безработице за период с 2000 по 2016 годы. Они представлены в таблицах и выглядят следующим образом (таблицы 1 и 2) [2].

Таблица 1.

Уровень безработицы РФ в 2000-е годы

Уровень безработицы РФ в 2000-е годы

Год	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Уровень безработицы, %	10,6	9,0	7,9	8,2	7,8	7,1	7,1	6,0	6,2	8,3

Таблица 2. Уровень безработицы РФ в 2010-е годы

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Уровень безработицы, %	7,3	6,5	5,5	5,5	5,2	5,6	5,5

Проводя анализ данных, можно сделать вывод, что колебания в показателе безработицы, прежде всего, связаны с изменениями общего состояния экономики страны. Например, снижение уровня безработицы в период с 2000 по 2007 год связаны с развитием экономики страны: создавалось множество предприятий, что, в свою очередь, способствовало созданию дополнительных рабочих мест. Повышению уровня безработицы, которое наблюдается с 2008 по 2009 год, способствовал мировой экономический кризис [1]. В этот промежуток времени на рынке труда наблюдалась депрессивная ситуация: количество вакантных мест снижалось с большим ускорением. Начиная с 2009 года, экономическая ситуация в стране постепенно стабилизируется, это отражается и на уровне безработного населения. Эта стабилизация происходит благодаря активному вмешательству государства в экономику: оно начинает налаживать производство в стране, восстанавливать мировую торговлю и, конечно, проводить политику в области занятости населения с помощью различных социальных программ. Но с 2014 года ситуация в стране начинает ухудшаться, и безработица постепенно набирает темы роста.

Таким образом, можно сделать вывод, что за анализируемый период показатель безработицы в РФ не имел определенной тенденции. Это

обусловлено рядом факторов, основными из которых являются общее состояние национальной экономики, а также степень эффективности проведения государственной политики в области занятости. Но для выявления проблем занятости в современной России необходимо более подробно исследовать состояние рынка труда в 2017 году.

Для оценки состояния безработицы в РФ Росстатом с января 2017 года было проведено выборочное обследование занятости рабочей силы среди населения, находящегося в возрастном диапазоне от 15 лет и старше. До 2017 года обследования проводились у населения в возрасте от 15 до 72 лет, поэтому, чтобы продолжить динамический ряд, информация по составу и численности рабочей силы приводится в соответствующем диапазоне. Для удобства оценки результатов по итогам 2017 года рассмотрим данные на конец года, а потом сравним их с началом года и сделаем соответствующие выводы о динамике.

Число рабочей силы, находящейся в возрастном диапазоне от 15 до 72 лет, составило 76,3 млн. человек, 72,4 млн. человек, из которых классифицировались в качестве занятых экономической деятельность, а 3,9 млн. человек – в качестве безработных с применением критериев МОТ.

Чтобы сравнить показатели января и декабря 2017 года, обратим внимание на следующую таблицу (Табл. 3) [2].

Таблица 3. Состояние рынка труда на начало и конец 2017 года

		Январь 2017г.	Декабрь 2017г.	
	Рабочая сила	75917	76314	
В тыс. человек	занятые	71629	72440	
	безработные	4288	3874	
	Уровень участия в рабочей силе	68,9	69,3	
В процентах	Уровень занятости	65,0	65,8	
	Уровень безработицы	5,6	5,1	

Анализируя данную таблицу, можно заметить, что в декабре численность рабочей силы увеличилась на 397 тыс. человек. Также увеличилось и число занятого населения (а именно на 811 тыс. человек или на 1%), и, как следствие,

снизилось количество безработных людей (изменения составили 414 тыс. человек или 9%). Хоть изменения были и не такие значительные, но всё же уровень безработицы снизился с 5,6% до 5,1%. Положительная динамика уровня безработицы связана с тем, что экономическая ситуация в стране стала улучшаться и работодатели стали активнее нанимать персонал, чтобы расширять производство.

Общее число граждан, не имеющих места работы, классифицируемых в соответствии с критериями МОТ, в 5 раз превысило число тех людей, которые были зарегистрированы как безработные в органах службы занятости. На конец декабря 2017г. отмечалось, что на учёте в качестве безработных состояло 776 тыс. человек, что на 13% меньше, чем в начале 2017г.

Таким образом, можно сделать вывод, что в 2017 году в целом ситуация в сфере занятости улучшилась. Рассматривая безработицу среди отдельных социально-демографических групп, видно, что эта проблема касается разных группы людей неодинаково. Также заметно, что не во всех федеральных округах РФ безработица проявляется активно. Такая ситуация, прежде всего, связана с неодинаковым подходом федеральных властей к решению данной проблемы. Это является предпосылкой для изучения направлений по борьбе с безработицей, а также способов её предотвращения.

В данной статье был проведён анализ рынка труда Российской Федерации за период с 2000 по 2017 год.

Рассматривая ситуацию на рынке труда Российской Федерации, было выявлено, что в целом значения показателей имеют понижательную тенденцию. Это говорит об улучшении экономической ситуации в стране.

Для более полного представления о состоянии рынка труда современной России был проведён детальный анализ показателей начала и конца 2017 года. По итогу был сделан вывод о том, что в течение года уровень безработицы постепенно снижался.

Как было выявлено, что большое количество граждан все равно остаются без постоянного места работы. Это, в свою очередь, должно стимулировать

государство принимать более эффективные меры для устранения данной проблемы на региональном уровне. Основными направлениями более эффективной политики государства в области занятости должны быть: создание равных условий для разных слоев населения при трудоустройстве их на работу, поскольку, как было выявлено, безработица по-разному касается разные слои населения; создание дополнительных рабочих мест; а также строгий надзор за деятельностью Центров занятости населения, от которых зависит степень осведомленности безработных граждан о свободных вакансиях на рынке труда.

Подводя итог, следует отметить, что только эффективная политика государства в сфере занятости и безработицы поможет стабилизировать численность незанятого населения, а также сделать вывод о том, что без познания теоретических основ проблемы невозможно принятие каких бы то ни было мер по её ликвидации.

Список литературы:

- 1. Налесная Я.А., Скалиух В.Ю., Латухин Я.В. Влияние мирового финансового кризиса на уровень безработицы в россии и ростовской области / Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук − 2016. №2-3 21 с
- 2. Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения 31.05.2021).

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Леонтьева Маргарита Анатольевна

студент, кафедра экономической безопасности и аудита, Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь E-mail: margarileontjeva@yandex.ru

Немцова Елена Сергеевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Северо-Кавказский федеральный университет, $P\Phi$, г. Ставрополь

COST MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE IN RUSSIA IN MODERN CONDITIONS

Margarita Leonteva

student,
Department of Economic Security and Audit,
North Caucasus Federal University,
Russia, Stavropol

Elena Nemtsova

scientific adviser, candidate of Sciences in Economics, associate professor, North Caucasus Federal University, Russia, Stavropol

АННОТАЦИЯ

На сегодняшний день особую значимость приобретает вопрос управления затратами на предприятии с целью повышения эффективности деятельность предприятия. В данной статье рассмотрены основные вопросы системы управления затратами на предприятии в современных условиях России.

ABSTRACT

Today, the issue of cost management at the enterprise in order to increase the efficiency of the enterprise is of particular importance. This article discusses the main issues of the cost management system at the enterprise in modern conditions of Russia.

Ключевые слова: управление затратами, система управления затратами, предприятие, затраты, прогнозирование, планирование.

Keywords: cost management, cost management system, enterprise, costs, forecasting, planning.

Для того, чтобы получить наиболее полное представление о существующей системе управления затратами на предприятии предлагается раскрыть основные понятия, затрагивающие данный вопрос.

Так, под управлением принято понимать совокупность действий человека, направленную на какие — либо объекты или процессы, при этом в которых принимают участие люди. Главной целью такого воздействия является придание какой — либо определенной направленности хозяйственно — экономической деятельности предприятия, при этом осуществляя достижение поставленных целей.

Как отмечает Ибрагимова Г.М., под управлением на предприятии понимается «деятельность предприятия, направленная на реализацию целей объекта управления при условии рационального использования имеющихся ресурсов» [1].

Система управления затратами ставит своей целью максимально оптимизировать и эффективно использовать затраты предприятия. Особое внимание уделяется данной системе потому, что именно управление затратами может помочь предприятию обеспечить конкурентные преимущества. Также управление затратами максимально делает прозрачным всю финансовую деятельность организации, ведь для оптимизации затрат тщательно проводится изучение всей отчетной документации организации, в том числе и бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и прочие.

Необходимо подчеркнуть, что для данной системы характерны такие функции управления как «прогнозирование и планирование затрат, организация и координация работы по управлению затратами, регулирование затрат, учет и контроль затрат (мониторинг), их анализ и другие» [2].

Разберем указанные функции наиболее подробно. Так, прогнозирование динамики и уровня затрат имеет недолгосрочные расчеты — всего лишь на 3 — 5 лет. При этом оно связано со стратегией развития предприятия, а также касается отдельных видов товаров. При таком прогнозировании планируется лишь общая стоимость используемых ресурсов, к примеру, материальных, а также прогнозируется ожидаемая прибыль. Одним из примеров прогнозирования являются текущие затраты. Одной из основных задач краткосрочного прогнозирования является обоснование приоритетных расходов.

Планирование затрат на предприятии составляется в виде плана затрат, который в свою очередь входит в общий бизнес — план предприятия. Он составляется на долгосрочную перспективу.

При этом, как отмечает И. В. Руденко, «при составлении плана затрат в современных условиях, нужно предусматривать снижение удельных затрат по сравнению с базовым периодом, расчёты снижения затрат должны вестись по технико-экономическим факторам, расчёты по факторам следует производить с учётом специфики деятельности предприятия» [3]. Необходимо подчеркнуть, что все факторы, которые оказывают влияние на управление затратами должны носить инновационный характер.

Обычно для того, чтобы координировать затраты, выбирают нормативный метод, при котором сравнивают полученные (фактические) затраты с теми, которые были запланированы. Затем выделяют происходящие отклонения, которые тут же оперативно устраняются.

Для того, чтобы осуществлять грамотное управление затратами, необходимо определять стратегические и инновационно – ориентированные цели для развития предприятия на долгий срок. При этом, рост затрат будет оправдан только в том случае, если будет расти конкурентоспособность предприятия.

Необходимо помнить, что следует увеличивать интенсивность производства. На рисунке 1 приведем схематично допустимые способы снижения затрат в современных условиях.

Стоит подчеркнуть, что система управления затратами будет эффективной лишь в том случае, когда соблюдаются все ее условия.

Как отмечает Ибрагимова Г.М., «для улучшения деятельности по управлению затратами крайне важна грамотная организация учета затрат, максимально приближенная ко времени и местам их возникновения» [1].

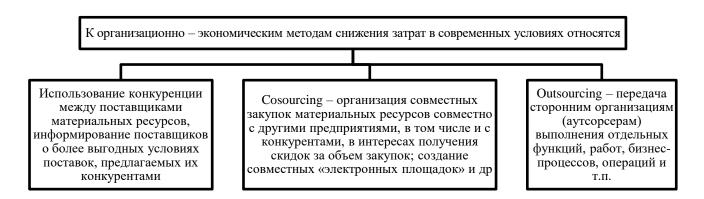


Рисунок 1. Допустимые способы снижения затрат в современных условиях

Основными нормативно — правовыми актами для определения состава затрат предприятия и других вопросов в России служат ПБУ 10/99 «Положение о составе затрат» и Налоговый кодекс РФ. Можно отметить, что управление затратами является динамичным процессом, который включает в себя различные управленческие действия, основной целью которых стоит достижение цели самого предприятия.

Итак, система управления затратами представляет собой сложный механизм, которому присущи как прямые, так и обратные управленческие действия, которые своей целью ставят необходимость получения высоких экономических показателей организации. Стоит отметить, что изучением данного вопроса занимаются не только отечественные, но и зарубежные ученые, что позволяет увидеть большую базу литературы и знаний в рассматриваемом вопросе. В учениях приводятся различные методики управления затратами. Однако на сегодняшний день основным методом все же является контроллинг. Основным методом контроллинга является контроль как за системой управления затратами в целом, так и за каждым ее фактором по отдельности.

Как отмечает И В. Руднева, «создание на предприятиях независимого центра контроля и анализа является главным условием эффективного решения указанных задач» [3]. Необходимо особо отметить важность и значимость проводимой аналитики и учета информации в организации. Ведь именно благодаря данным действиям возможно провести нужный планирование и другие действия, которые реализует система управления затратами. Подводя итог, следует ещё раз отметить, что в условиях современной экономической ситуации на рынке, управлению затратами на производство и уделять особое реализацию продукции, следует внимание. минимизировав затраты сохранить устойчивое положение на рынке и конкурентоспособность выпускаемой продукции и предприятия в целом.

Список литературы:

- 1. Ибрагимова Г.М. Система управления затратами предприятия в России в современных условиях // Современные проблемы науки и образования. 2017. № 2
- 2. Акчурина А.М. Система управления затратами предприятия в России в современных условиях // Современные проблемы науки и образования. $2017. N_{\odot} 6$
- 3. Руденко И. В. Управление затратами на предприятии // Вестник Омского государственного университета. Серия «Экономика», 2017

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Орлова Елена Геннадьевна

студент группы ЭБ18-4, факультет Экономики и бизнеса, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, РФ, г. Москва

E-mail: lenaorlova2000@mail.ru

Саяпина Дарья Александровна

студент группы ЭБ18-4, факультет Экономики и бизнеса, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, РФ. г. Москва E-mail: sayapinahv@mail.ru

ECONOMIC ASPECTS OF CREATION AND DEVELOPMENT OF TERRORIST ORGANIZATIONS

Helena Orlova

student of group EB18-4, Faculty of Economics and Business, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow

Darya Sayapina

student of group EB18-4, Faculty of Economics and Business, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

Террористическая деятельность – одна из масштабных проблем на международной арене. И несмотря на усиленную борьбу с террором до сих пор существует угроза мировой безопасности. Это случается из-за того, что террористическая деятельность подкреплена серьезной финансовой поддержкой, которая имеет различные аспекты своего существования и развития. В связи с этим целью и задачей статьи является рассмотрение причин формирования террористических организаций, выявление каналов финансирования терроризма и анализ путей решения актуальных проблем в сфере ФТ.

ABSTRACT

Terrorist activity is one of the major problems in the international arena. And despite the intensified fight against terror, there is still a threat to world security. This happens due to the fact, that terrorist activity is supported by serious financial support, which has various aspects of its existence and development. In this regard, the purpose and objective of the article is to consider the reasons for the formation of terrorist organizations, identify channels for financing terrorism and analyze ways to solve urgent problems in the field of TF.

Ключевые слова: финансирование терроризма; противодействие терроризму; международная безопасность; борьба с терроризмом.

Keywords: financing of terrorism; countering terrorism; international security; the fight against terrorism.

Введение

Со школы нам рассказывали о терроризме и террористических организациях, потому что это проблема уже давно существует в нашем мире и, к сожалению, только набирает масштабы своего распространения. Терроризм – не просто как локальное явление, современный терроризм носит международный характер. В следствие этого, искоренить данную проблему сложно, поэтому страны объединяют усилия для совместной борьбы с терроризмом.

Многие международные организации в собственных законодательствах особенности определяют следующие террористических организаций: устойчивыми геополитический характер cдостаточно связями транснациональной преступностью, направленность на захват территорий с богатыми природными способность ресурсами И землями, оказывать значительное влияние на межгосударственные отношения, повышение технической оснащенности террористических группировок, что привело к появлению новых видов терроризма (информационного и электронного).

В настоящий период прослеживается увеличение количества пострадавших от совершения террористических актов. А также наблюдается высокий уровень сплоченности внутри террористических группировок, что только увеличивает масштабы распространения крупных террористических баз. Финансирование терроризма приводит к возникновению все более изощренных сложных способов совершения террористических актов.

Все эти проблемы актуальны как для нас, граждан, так и для государства, поэтому, мы должны осознавать, что гораздо легче сразу предпринять превентивные меры, чем в последующем бороться с «устрашающими» последствиями совершения террористических актов. А прежде, чем разработать необходимые меры и действия со стороны государства по захвату террористических организаций, нужно четко и ясно определить: каковы же причины возникновения таких преступных группировок.

Анализ экономических причин формирования и развития террористических организаций

Почему же именно экономические причины? Ведь, наиболее известными являются политические и идеологические причины появления терроризма. Да, преступность подобного рода в большей мере обуславливается именно отсутствием легитимности власти и национально-культурными различиями. Однако, существенная роль в выработке мер по противодействию терроризму и предотвращению террористических актов принадлежит анализу экономических факторов его возникновения и распространения.

На сегодняшний день, террористические организации распространены, и их популяризация обусловлена существованием некой «подпитки», включающей в себя устойчивые каналы финансирования терроризма. А это, в свою очередь, развивается из-за слабого государственного контроля и распространения различных способов отмывания денег через контролируемые банки, фиктивные

фирмы, производственные предприятия, где коррупция – вполне устоявшееся явление.

Рассмотрим с помощью теоретических методов, какие же существуют экономические аспекты, формирующие основу для возникновения терроризма. Например, экономист Д. Робинсон [3] (представитель посткейнсианского направления в экономической науке) считает, что именно в эпоху глобализации общества и развития международных экономических отношений транснациональная организованная преступность и террористические банды типа «Аль-Каиды» начинают активно действовать за пределами мест своего образования, то есть формироваться во многих, даже развитых странах. В современном мире по всей планете циркулирует львиная доля грязных млрд рублей, из которых это наркоденьги, деньги от преступности, терроризма. И практика демонстрирует, что чаще всего элементом, объединяющим «грязные» деньги, является оружие — пистолеты и автоматы для убийств, оружие массового уничтожения для лоббирования политических и экономических идей.

Таким образом, в определенном материально неблагополучном районе создается тоталитарная секта исламского направления (скажем, под названием «ваххабизм»). Приверженцам секты обещают определенные суммы денег, что мотивирует их, войти в запрещенную группировку. После этого следует употребить известную всем фразу: "выживает сильнейший". Это означает, что происходит отбор определенных участников, которые показали себя в качестве успешных кандидатов на роль террористов. И главная цель стран состоит в том, чтобы удерживать это «явление» под контролем, поэтому правительства борются за прекращение тайного финансирования терроризма, ведь, как уже было сказано, экономическая причина из-за которой развивается терроризм — это заманивание активистов путем обещания им денежного вознаграждения [1].

Если анализировать причины возникновения терроризма, используя методы экономической теории, то можно выделить несколько подходов. Первый из них – это институциональный подход. Известный государственный деятель из Перу Э. де Сото [1] считал, что террористические идеи распространены в

развивающихся странах, где экономико-правовая среда оказывает большое влияние на мнение общества. В таких государствах коррупция приводит к увеличению масштабов теневого сектора, а это, в свою очередь, ведет к повышению налоговой нагрузки и выводу денежных средств и капитала за границу из-за снижения инвестиционной привлекательности страны. Разрастающаяся теневая экономика несет с собой негативные последствия в виде роста безработицы и деформации структуры экономики.

Существует позиция схожая с мнением Э. де Сото. Так, в экономической теории [9] считается, что низкий уровень жизни и безработица общества увеличивают масштабы распространения криминализации экономики. И чем выше степень социального неравенства в обществе (сильная дифференциация населения по уровню жизни), тем больше вероятность возникновения преступности.

Второй подход о причинах возникновения терроризма получил название рациональный (основанный на позиции Т. Шеллинга [3]). Экономические условия приводят к «разрастанию» потенциально возможных террористов. Основываясь на данном подходе, следует понимать, что террорист, как и любой человек, стремится наиболее эффективно использовать свои силы. Его цели могут носить денежный характер, политический, социальный, культурный и т.д. При этом, несмотря на различный спектр целевых установок, террорист будет совершать преступление, если он осознает положительное значение выгоды для себя. Рациональный подход не противоречит институциональному, а лишь дополняет его. То есть экономические причины разрастания террора могут быть связаны с проблемами на рынке труда. В условиях экономического кризиса наиболее уязвимы бедные слои населения, потому что тогда потенциальные террористы понимают, что участие в осуществлении терактов для них гораздо выгоднее в финансовом плане, чем тяжелый поиск работы на рынке труда. В соответствии с определенными подсчетами [3], в сложных экономических ситуациях при росте безработицы вероятность найма образованного террориста увеличивается на 34,3% (могут быть некоторые отклонения), взрослого (старше двадцати лет) — на 5,57%, а опытного — на 33,5%.

Бесспорно, причины терроризма в разных странах многообразны и связаны с различными сферами жизни общества. Некоторые специалисты отказываются принимать во внимание влияние бедности на развитие терроризма. К примеру, существует мнение о том, что не бедные, а богатые и образованные люди чаще становятся террористами в силу большой финансовой возможности и власти.

Финансовое снабжение терроризма

Для организации террористических актов требуются крупные денежные средства. Невозможно проводить исследование экономических аспектов развития терроризма без анализа наиболее распространенных источников финансирования террора в РФ. В связи с этим, необходимо определить процесс финансирования террористических организациях на три блока: 1) привлечение финансов, 2) выбор пути перемещения денежных средств, 3) использование средств на террористические цели. В данной статье наиболее важным этапом является привлечение финансовых средств, а именно, за счет чего поступили данные ресурсы и какова степень их угрозы и риска для национальной безопасности России.

Если обратиться к финансовым источникам терроризма [5], то можно определить наиболее распространенные из них:

• Привлечение средств в сети Интернет – данный способ имеет высокую степень угрозы. Путем практики правоохранительных органов и финансовой разведки были выявлены огромные возможности и варианты привлечения денег из социальных сетей для финансирования терроризма, причем с высокой частотой их использования. Кроме этого, большинство способов финансирования в Интернете не требуют документальных подтверждений целей перевода, реквизитов и некоторые источники обеспечивают анонимность переводов средств. Что увеличивает вероятность получения террористами ресурсов в качестве материальной помощи от широкого круга лиц.

• Незаконные способы получения средств — похищение с целью получения выкупа, финансирование от других террористических групп, находящихся за пределами России, вымогательство у местного населения, экономические преступления, финансирования за счет предпринимателей и государственных служащих, доходы от совершения уголовных преступлений. Данные источники финансирования терроризма особо привлекают внимание правоохранительных органов еще до осуществления террористического акта.



Рисунок 1. Предварительно расследовано преступлений террористического характера [7]

Однако вероятность использования нелегальных способов получения средств увеличивается на территориях с повышенной криминогенной обстановкой (Республика Дагестан, Чеченская Республика, г. Москва – см. рисунок 2).

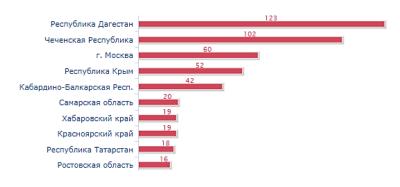


Рисунок 2. Рейтинг регионов по выявлению лиц, совершивших преступления террористического характера [7]

Современный терроризм применяет на практике все более совершенные способы привлечения и перемещения денег (см. таблицу 1). Так, в условиях цифровизации распространился такой инструмент, как криптовалюты (виртуальные валюты, денежные суррогаты). К тому же, эксперты относят незаконные методы получения террористами средств к низкой степени угрозы из-за регулярных государственных контртеррористических мероприятий на территориях с повышенной криминогенной обстановкой.

• Финансирование из законных источников подразумевает под собой использование законных источников: доходы от коммерческой деятельности, пожертвования от этнических и религиозных групп, заработная плата, продажа или сдача в аренду недвижимого имущества, материальная помощь от лиц. В связи с наличием иного широкого спектра возможностей привлечения средств из различных источников, вероятность финансирования терроризма законным путем находится на низком уровне. Однако достаточно часто выявляются факты самофинансирования террористическими группами. Но подобное самоснабжение происходит путем криминальной деятельности: наркобизнес, контрабанда различного рода полезных ископаемых, деньги из теневого сектора. Ввиду этого, наблюдается низкая степень угрозы.

Таблица 1. Оценка уровня угрозы и рисков привлечения средств в целях финансирования терроризма [5]

№	Способы привлечение средств, предназначенных для финансирования терроризма	Степень угрозы	Уровень риска
1	Привлечение средств в сети Интернет	Высокая угроза	Высокий риск
2	Незаконные способы получения средств	Низкая угроза	Средний риск
3	Финансирование из законных источников	Низкая угроза	Низкий риск

Таким образом, с помощью различных способов привлечения денежных средств террористические организации становятся организованными, обладающими как силовыми, так и финансовыми ресурсами, поэтому им удается успешно внедряться в экономику страны.

Террористическая организация ИГИЛ – как актуальная тема для СМИ и международной общественности

ИГИЛ (Исламское государство Ирака и Леванта) — масштабная террористическая организация, которая основывалась на истоках единой веры, способная организовывать свою деятельность по сетевому принципу. Для поддержания военной мощи и авторитета данной организации требуется финансирование. А также денежные источники нужны для того, чтобы расширять свою армию, так как ИГИЛ щедро поощряет своих членов за продуктивную работу. Боевик ИГИЛ получает в месяц примерно 40 долларов, а тот, кто имеет семью, в два раза больше имеет доход — 80 долларов.

Существует 5 групп источников доходов, которые были выделены ФАТФ [10], что позволяет данной организации иметь регулярную прибыль, несмотря на различные исходы событий. Группа доходов №1, показывает связь постоянного контроля и надзора государства, из-за большого количества захваченных территорий. Группа имеет несколько направлений. Во-первых, доход от нефти и природного газа. Деятельность данного рода имеет стабильный и эффективный заработок, из-за чего ведёт военные действия, чтобы не потерять месторождения. Имеет ИГИЛ от продажи нефти приблизительно 1,5-2,5 млн.\$ в сутки. А добывает нефть до 25 000 баррелей в сутки. Но также есть вариант, что в Сирии ИГИЛ качает 44 000 баррелей в сутки и в Ираке 4 000 баррелей в сутки. [2]

На захваченных территориях ИГИЛ находится множество старинных памятников, входящих в ЮНЕСКО, что позволяет им производить хищения в крупных размерах, производя продажи. Данная деятельность им приносит 100-200 млн. долларов в год. Также они занимаются незаконным налогообложением, производят грабежи в форме налогов с населения за счёт сбора на проезд, на обучение в учебных заведениях. На этом они зарабатывают до 400 млн. долларов в год.

ИГИЛ подчинил себе банковский сектор на своей территории, где все наличные денежные средства находятся под полным контролем террористической организации, это приносит 1,6 млн. долларов в год. Также

данная организация занимается торговлей людьми, продают девушек для брака или рабства. Примерно с каждого человека они получают около 3 тысяч долларов.

Вторая группа доходов представляется хищением людей, где ИГИЛ требует выкуп. Многие люди специально похищаются с целью требования выкупа, а других крадут с целью запугивания народа, к примеру, для казней. Доходность от данной деятельности составляет от 20 до 45 млн. долларов в год. [2]

Третья группа, которая приносит доход ИГИЛ — деньги, которые идут в форме пожертвований от некоммерческих организаций и физических лиц. Это составляет около 300 млн. рублей в год, но на сегодняшний день данная тенденция получения денег теряет свою значимость.[2]

Следующая, четвертая группа доходов, показывает как ИГИЛ производит финансирование за счёт информационных технологий, в большинстве случаев — через социальные сети, где ведётся пропаганда их террористической организации: заманивание молодых людей в их секту, сбор денежных средств на поддержку боевиков.

Последняя группа доходов составляется из того, что каждый человек, который хочет присоединиться к террористической организации должен внести определённую сумму денег, либо отдать им в имение часть своего имеющегося имущества.

Проанализировав мощную террористическую организацию ИГИЛ с развитой структурой, которая имеет большой авторитет из-за запугивания народа, можно сказать о том, что их доходы от финансирования их деятельности имеют достаточно значительную величину. Исходя из рассмотренных групп доходов, выделенных ФАТФ, видно, что финансирование их организации проводится обманом местного населения, использованием финансовых махинаций, благодаря подчинению и устрашению людей и прочей «грязной» деятельностью. Для борьбы с данной незаконной деятельностью следует перекрыть каналы финансирования и ослабить текущий авторитет ИГИЛ, чтобы понизить их взаимосвязи с другими террористическими организациями.

Заключение

Таким образом, можно сделать следующие выводы об экономических аспектах формирования и развития террористических организаций.

Во-первых, существует немало экономических факторов (уровень образования, безработица, теневой сектор), которые подпитывают терроризм и увеличивают масштабы его распространения. Экономическая ситуация достаточно сильно влияет на развитие терроризма, поэтому логичным решением со стороны государства является обеспечение внутри государства наиболее благоприятной социально-экономической обстановки, в том числе решение проблем на рынке труда, например с трудоустройством.

Во-вторых, современные террористические группировки имеют множество каналов финансирования, и, во многом, именно деньги террористам позволяют существовать и активно функционировать за пределами своих баз. Во избежание появления особо опасной запрещенной группировки как ИГИЛ необходимо комплексное решение, созданное объединением усилий стран, для защиты и охраны граждан.

Следовательно, нужны определенные экономические реформы, чтобы эффективно бороться за безопасность страны как на национальном уровне, так и международном.

Список литературы:

- 1. Жилина И. Ю. Экономические аспекты современного терроризма // PCM. 2018. №1 (98). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-aspekty-sovremennogo-terrorizma (дата обращения: 11.02.2021)
- 2. ИГИЛ экономика: на чём заключается экономика ИГИЛ [Электронный ресурс]. URL: http://shurupo-vert.ru/igil-ekonomika/ (дата обращения 13.02.2021)

- 3. Кафтан В. В. Финансово-экономические основания современного терроризма // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2014. №4 (16). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/finansovo-ekonomicheskie-osnovaniya-sovremennogo-terrorizma (дата обращения: 11.02.2021)
- 4. Кудревич, В. В. Финансирование терроризма как угроза национальной безопасности страны / В. В. Кудревич, Л. Ж. Хамидов. Текст: электронный // Наука без границ. 2020. № 6 (46). С. 125-129.
- 5. Отчет НОР ФТ Росфинмониторинга за 2017 2018 гг. Текст: электронный // Росфинмониторинг: [сайт]. URL: http://www.fedsfm.ru/content/files/documents/2018.pdf (дата обращения: 11.02.2021)
- 6. Отчет о деятельности Росфинмониторинга за 2019 год Текст: электронный // Росфинмониторинг: [сайт]. URL: http://www.fedsfm.ru/content/files/documents/2020/%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%2019.pdf (дата обращения: 11.02.2021)
- 7. Портал правовой статистики: [Электронный ресурс]. URL: http://crimestat.ru/offenses_rate (дата обращения: 11.02.2021)
- 8. Рязанов Д.С. Бедность и безработица как факторы терроризма // Полития. 2011. №4 (63).
- 9. Экономические основы терроризма: [Электронный ресурс]: электронная библиотека: сайт / «HintFox». URL: http://www.hintfox.com/article/ekonomicheskie-osnovi-terrorizma.html (дата обращения: 11.02.2021)
- 10. FATF Special Recommendations on Terrorist Financing, 2012 / [Электронный ресурс]: электронная библиотека FATF: сайт / URL: http://www.fatf-gafi.org/publications/fatfrecommendations/documents/fatfrecommendations.html (дата обращения: 13.02.2021)

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ

Павлова Валерия Васильевна

студент, кафедра экономической безопасности и аудита, Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь E-mail: <u>va</u>leriya.pavlova.2000.08@mail.ru

Мезенцева Елена Сергеевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., кафедры экономической безопасности и аудита, Северо-Кавказский федеральный университет, $P\Phi$, г. Ставрополь

ACCOUNTING STATEMENTS AS A SOURCE OF INFORMATION FOR FINANCIAL ANALYSIS OF AN ENTERPRISE

Valeria Pavlova

student, Department of Economic Security and Audit, North Caucasus Federal University, Russia, Stavropol

Elena Mezentseva

Research Supervisor, Associate Professor, Candidate of Economics, Department of Economic Security and Audit, North Caucasus Federal University, Russia, Stavropol

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрена роль бухгалтерской (финансовой) отчётности в процессе анализа финансовой деятельности предприятия. По итогам рассуждений дана оценка значимости отчётности как источника информации.

ABSTRACT

This article discusses the role of accounting (financial) statements in the process of analyzing the financial activities of an enterprise. Based on the results of the discussion, the significance of reporting as a source of information is assessed.

Ключевые слова: бухгалтерская отчётность, анализ деятельности, предприятие, финансовое состояние.

Keywords: accounting statements, business analysis, company, financial condition.

Каждое предприятие в процессе своей деятельности сталкивается как с успехами, так и с неудачами. Если же организация терпит неудачи, то руководство старается выявить причины, по которым цели предприятия не были достигнуты. Чтобы упростить процесс выяснения причин получения того или иного результата, была создана бухгалтерская (финансовая) отчётность.

Необходимо отметить, что для получения нужного результата и принятия верного решения по изменению технологии работы предприятия, данные для составления отчётности должны носить подтверждённый характер и находится в регистрах бухгалтерского учёта.

В случае, если данный принцип соблюдается, а изучение отчётности является системным и комплексным, то оно устанавливает причины неудач и недостатков, а также определяет слагаемые успеха.

Трансформация бухгалтерской отчетности в финансовую происходит в результате применения различного рода корректировок в учёте, которые производятся, опираясь непосредственно на цели финансового анализа предприятия.

Чтобы предприятие имело возможность принимать правильные решения и прогнозировать свою деятельность на следующий период, предоставляемая в бухгалтерских (финансовых) формах информация должна носить точный, прозрачный и достоверный характер.

Основное предназначение финансовой отчётности состоит в удовлетворении интересов потенциальных пользователей информации, которая публикуется в отчётности. Данная задача должна служить концептуальной основой для согласования и гармонизации принятых норм в соответствии с общепринятыми целями и терминологической системой. Если говорить о данной

концепции в рамках бухгалтерской отчётности, то она должна рассматриваться в русле взаимосвязи целей с информационными потребностями потребителей бухгалтерской информации, которые являются базой формирования требований к качеству информации, ее принципам, подходам к формированию данных, а также к техническим способам и приемам ее обработки.

Ещё одна важная миссия финансовой отчётности состоит в доведении информации до пользователей бухгалтерской отчётности. Это играет очень большую роль, так как требования потребителей данных учёта являются основными в признании элементов отчетности, основанных на трех компонентах:

- 1) качественные характеристики информации гарантия защиты интересов пользователей бухгалтерской информации за счет установления требований к качеству создаваемых данных;
- 2) общие принципы, лежащие в основе методологии бухгалтерского учета для идентификации, признания и оценки статей баланса;
- 3) методы, представляющие собой единицу методологии бухгалтерского учета, основанные на общих принципах и помощи в реализации правил в первичных документах в информационной системе, с использованием специальных инструментов, определяющих состояние финансовой системы и итоги деятельности организации [2, с.122].

Опираясь на то, что было сказано выше, необходимо отметить, что главная цель бухгалтерской (финансовой) отчетности заключается в изучении как такого понятия финансовой отчетности, определении методологии и методики формирования данных, которые должны совершенствоваться, ориентируясь в пределах интересов пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Так как финансовый анализ представляет собой анализ данных финансовой отчётности предприятия, то главным источником информации для него служит именно бухгалтерский учёт.

Среди важных задач, которые решает финансовая отчётность, следует выделить определение базовых норм, которые отражают объективную оценку и

более точное представление итогов своей деятельности для того, чтобы принимать правильные решения о финансовом положении и управлении деятельностью предприятия.

На состояние бухгалтерского учета какого-либо предприятия оказывает влияние уровень учета в сфере управления организации, поскольку все виды отчетности внутри организации необходимы для принятия решений по управленческим задачам. Она должна стать оплотом для анализа финансовохозяйственной деятельности организации.

Если говорить о цели бухгалтерской отчётности в процессе анализа финансово-хозяйственной деятельности, то она представляет собой предоставление определённых и всесторонних данных о том, в каком состоянии находится финансовая система предприятия и какие изменения происходят в его структуре.

Ключевые факторы, которые служат толчком к признанию пользователями финансовой отчетности в качестве источника финансового анализа:

- полнота;
- - существенность;
- - уместность;
- понятность;
- - своевременность;
- - правдивость;
- - применимость для целей прогнозирования;
- - осмотрительность [3, c. 28].

На данные факторы следует обратить пристальное внимание в процессе раскрытия информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Это, в частности, способствует выявлению и раскрытию основных негативных факторов, которые могут оказать влияние на финансовый аспект и итоги деятельности организации.

Таким образом, благодаря прозрачности отчетов, результаты анализа в полной мере и точно раскрывают картину финансового статуса организации, что

способствует правильному принятию решений с целью укрепления финансового положения компании.

Подводя итог, необходимо сказать, что бухгалтерская (финансовая) отчётность является главнейшим источником информации для достижения целей предприятия, а значит и повышения конкурентоспособности.

Список литературы:

- 1. Приказ Минфина РФ «О формах бухгалтерской отчетности» приказ от 02 июля 2010 г. №66н (ред. от 04.12.2012 №154н) // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_141042/ (дата обращения 27.05.2021)
- 2. Ефимова О.В. Финансовый анализ. М.: Бухгалтерский учет, 2017.
- 3. Ковалева В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: Проспект, 2016.

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Самарина Анастасия Сергеевна

магистрант, кафедра финансов и кредита, Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь E-mail: s_anastasiya9@mail.ru

Борозенец Виктор Николаевич,

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры финансов и кредита, Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь

PROBLEMS OF FINANCING THE SOCIAL SPHERE IN THE RUSSIAN FEDERATION

Anastasia Samarina

master student, Department of Finance and credit, North Caucasus Federal University, Russia, Stavropol

Viktor Borozenets

scientific adviser, candidate of economic sciences, docent of the Department of Finance and credit, North Caucasus Federal University, Russia, Stavropol

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблемам финансирования социальной сферы в Российской Федерации.

ABSTRACT

The article is devoted to the problems of financing the social sphere in the Russian Federation.

Ключевые слова: социальная сфера, проблемы финансирования, Российская Федерация.

Keywords: social sphere, problems of financing, Russian Federation.

Социальная сфера — одна из фундаментальных сфер жизни общества. Она представляет собой совокупность таких отраслей, как здравоохранение, образование, ЖКХ, культура, политика, пенсионное и социальное обслуживание, молодежную политика, которые обслуживают основные социальные потребности общества.

Связь социальной сферы с материальным производством проявляется в том, что в социальной сфере происходит завершение создания и доведение материальных благ до потребителя. При этом она предъявляет спрос на ресурсы: рабочую силу, материалы, различные машины и оборудование, финансовые ресурсы. Высокий уровень развития социальной сферы оказывает большое влияние на формирование работников, на повышение производительности труда общества [1].

Состояние социальной сферы можно рассматривать как индикатор здоровья и внутренней силы общества. От ее финансирования во многом зависят уровень благосостояния и качество жизни населения.

В связи с этим исследование проблем финансирования социальной сферы в Российской Федерации является актуальным.

Целью исследования является выявление проблем финансирования социальной сферы в Российской Федерации, а также определение путей их решения.

Основные принципы финансирования социальной сферы в современной России:

- задачи должны решаться на самом низком, малом или удалённом уровне от центра, на котором их решение возможно и эффективно;
- относительное сокращение бюджетных и увеличение внебюджетных источников финансирования;

- рост значения социального страхования;
- законодательное закрепление минимального набора государственных социальных гарантий [2].

Источники финансирования социальной сферы можно разделить на две группы: централизованные источники (средства бюджетов и внебюджетных фондов); децентрализованные источники (индивидуальные платежи и взносы).

К централизованным источникам относятся федеральный бюджет, региональные бюджеты, местные бюджеты и государственные внебюджетные фонды — пенсионный, социального страхования и обязательного медицинского страхования. Они находятся в ведении государства и органов местного само-управления, функционируют в соответствии с обязательными для всей территории страны правилами и формируются в основном из налоговых поступлений и страховых взносов [3].

Централизованные источники играют важную роль в финансировании социальных расходов, обеспечивая более 80% от их общей суммы, что связано со следующими обстоятельствами:

- 1. Многие социальные услуги по сути являются «общественными благами». Это особенно прослеживается, в первую очередь, в отношении образования: «выгода», которую общество получает от квалифицированного работника, выше, чем его индивидуальная «выгода». Следовательно, если работники образование без дополнительного полностью будут оплачивать свое государственного финансирования, рынок будет предлагать меньше образовательных услуг, чем это требуется обществу.
- 2. Не все граждане могут оплачивать высокий уровень социальных услуг. В частности, качественная медицинская помощь стоит очень дорого и без государственного финансирования была бы недоступна для абсолютного большинства населения [4].

Основным элементом децентрализованных источников являются расходы граждан, а также предприятий и учреждений на работников и их семьи направляемые на платные услуги в сфере здравоохранения, образования,

культуры, софинансирование пособий по временной нетрудоспособности и материальной помощи в трудных жизненных ситуациях и т.д.

Некоммерческие организации, в состав которых входят общественные и религиозные объединения, благотворительные фонды, профсоюзы и др., оказывают финансовую поддержку социальной сфере в виде безвозмездных выплат. Частные пенсионные фонды и страховые компании предоставляют гражданам возможность добровольного страхования на случай трудных жизненных ситуаций.

К сожалению, информация о финансировании из децентрализованных источников не полностью представлена в открытой статистике в связи с тем, что существуют неформальные платежи за услуги. Поэтому данная статистическая информация не может обеспечить полные и достоверные результаты анализа.

Эффект финансирования в социальной сфере представляет собой связь двух этапов:

- разница между результатами и затратами;
- способность этой разницы удовлетворять реальные жизненные потребности общества и населения.

Эффективность финансирования социальной сферы можно измерить, если определены критерии оценки эффективности, а цель четко сформулирована и понятна всем, перед кем она поставлена [2].

Проанализируем объемы финансовых средств, направленных на социальную сферу в Российской Федерации в 2018 – 2020 годах. Для этого рассмотрим ежегодную информацию об исполнении консолидированного бюджета Российской Федерации за данный период времени (таблица 1) [5].

Анализ информации показал, что на социальную сферу в 2020 году приходилось около 60,0% консолидированного бюджета РФ. При этом большую часть социальных расходов составляют расходы на социальную политику (более 35% от расходов на все сферы), а меньшую – на спорт и физическую культуру (около 1% от расходов на все сферы).

Таблица 1.

Данные об исполнении консолидированного бюджета РФ

Помисоморомию	2018		2019		2020		2020 к
Наименование категории расходов	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%	2020 K 2018, %
2	3	4	5	6	7	8	9
Расходы, всего	34284,70	100,0	37382,20	100, 0	42150,90	100,0	122,9
Общегосударственные вопросы	2131,60	6,2	2334,8	6,3	2551,6	6,1	119,7
Национальная оборона	2828,40	8,3	2998,9	8,0	3170,7	7,5	112,1
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2110,5	6,2	2233,6	6,0	2392,4	5,7	113,4
Национальная экономика	4442,90	13,0	5171,8	13,8	6040,8	14,3	136,0
Жилищно- коммунальное хозяйство	1324,10	3,9	1574,9	4,2	1590,5	3,8	120,1
Охрана окружающей среды	148,3	0,4	250,3	0,7	303,9	0,7	204,9
Образование	3668,6	10,7	4050,7	10,8	4324,0	10,3	117,9
Культура, кинематография	528,2	1,5	587,9	1,6	610,1	1,5	115,5
Здравоохранение	3315,90	9,7	3789,7	10,1	4939,4	11,7	149,0
Социальная политика	12402,2	36,2	13022,8	34,8	14769,6	35,0	119,1
Спорт и физическая культура	331,4	1,0	375,5	1,0	400,7	1,0	120,9
СМИ	136,5	0,40	156,1	0,4	173,7	0,4	127,3
Обслуживание государственного и муниципального долга	916,1	2,7	835,4	2,2	883,5	2,1	96,4

В 2020 году по сравнению с 2018 годом наблюдается рост социальных расходов. При этом расходы на здравоохранение в 2020 году по сравнению с 2018 годом увеличились на 49,0%, на спорт и физическую культуру – на 20,9%, на социальную политику – на 19,1%, на образование – на 17,9%, на культуру и кинематографию – на 15,5%.

Таким образом, максимальный рост социальных расходов за исследуемый период времени наблюдается по категории «здравоохранение», а минимальный — по категории «культура, кинематография».

Однако простое увеличение социальных расходов не означает повышение эффективности их использования. Главным критерием эффективности расходования средств на социальную сферу является повышение качества жизни населения страны, которое можно измерить с помощью ряда показателей, таких, как: индекс покупательной способности, индекс загрязнения, соотношение цены на жилье к доходу, индекс стоимости жизни, индекс безопасности, индекс здравоохранения, индекс времени в пути на работу и климатический индекс. Информация об индексе качества жизни, включающем вышеуказанные показатели, представлена на сайте numbeo.com (чем выше индекс, тем лучше). Numbeo – крупнейшая в мире база данных о стоимости и о качестве жизни. Кроме того, для оценки качества жизни могут использоваться данные о количестве объектов социально-бытовой инфраструктуры, реальных доходах населения и другие.

Данные сайта numbeo.com свидетельствуют о том, что, несмотря на увеличивающиеся расходы России на развитие человека, качество жизни граждан в стране продолжает ухудшаться. Согласно данным, представленным на сайте, в рейтинге по интегральному показателю «качества жизни» Россия занимала в 2018 году – 51 место, в 2019 – 59 место, а в 2020 году 67 место из 80 стран [6].

Также рассмотрим такой индикатор состояния социальной сферы, как индекс человеческого развития. Индекс человеческого развития — это стандартный инструмент для общего сравнения уровня жизни в разных странах и регионах. Индекс публикуется в рамках «Программы развития Организации Объединенных Наций». При расчете индекса человеческого развития учитываются 3 вида показателей: ожидаемая продолжительность жизни; уровень грамотности населения страны и ожидаемая продолжительность обучения, а также уровень жизни, оценённый через ВНД на душу населения по паритету покупательной способности в долларах США.

Для России индекс человеческого развития в 2020 году составил 0,824. Страна заняла 52 место среди 189 государств мира и осталась в группе с очень высоким уровнем человеческого развития, отмечается в отчете Программы развития ООН. В 2019 году Россия занимала 49 место с индексом 0,824, а в 2018 году — 49 место с индексом 0,816. Таким образом, в 2020 году по сравнению с 2018 годом наблюдается увеличение значения индекса человеческого развития для России, но при этом понижение места в рейтинге стран [7].

Несомненно, что публикуемые многочисленные рейтинги и сопоставления не бесспорны и носят достаточно условный характер, но они отражают в целом негативные и очень опасные тенденции ухудшения позиций России по важнейшим социальным критериям.

Можно выделить следующие проблемы финансирования социальной сферы в России в настоящее время:

- сложность расчета необходимого объема финансирования социальной сферы. Это связано с тем, что нужно учитывать множество различных количественных и качественных показателей;
- все статьи финансируются в меньшем объеме, чем это необходимо для поддержки населения. Достаточность финансирования социальной сферы оценивается населением субъективно. При этом большая его часть считает финансирование недостаточным, однако затруднительно определить при каких условиях население будет удовлетворено.
- ограниченность ресурсов для финансирования социальной сферы. Ограниченность ресурсов экономическое понятие, выражающее конечность, редкость, дефицитность ресурсов, которые доступны человеку и человечеству в каждый конкретный момент, их относительную недостаточность в сравнении с неограниченными человеческими потребностями, для удовлетворения которых используются эти ресурсы. В связи с тем, что человек не может удовлетворить все свои потребности имеющимися ресурсами, он должен выбрать, какие из них должны быть удовлетворены в первую очередь, сравнить их полезность с ресурсами, необходимыми для их получения, или сравнить товары и услуги между собой, не присваивая им конкретных значений полезности.

Для решения указанных проблем возможны следующие направления действий:

- повышение уровня удовлетворения потребностей населения России на основе развития экономики страны;
 - выравнивание уровня социального развития регионов РФ;
 - совершенствование правовой базы социально-культурной сферы;
- использование ресурсов для реализации приоритетных направлений государственной социальной политики, строго целевое и эффективное их использование [8].

Таким образом, исследование позволило выделить следующие проблемы финансирования социальной сферы в России: сложность расчета необходимого объема финансирования социальной сферы; все статьи финансируются в меньшем объеме, чем это необходимо для поддержки населения; ограниченность ресурсов для финансирования социальной сферы.

Для решения указанных проблем возможны следующие направления действий: повышение уровня удовлетворения потребностей населения России на основе развития экономики страны; выравнивание уровня социального развития регионов РФ; совершенствование правовой базы социально-культурной сферы; использование ресурсов для реализации приоритетных направлений государственной социальной политики, строго целевое и эффективное их использование.

Список литературы:

- 1. Ниналалова, Ф.И. Проблемы бюджетного финансирования социальной сферы региона // Ф.И. Ниналалова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-byudzhetnogo-finansirovaniya-sotsialnoy-sfery-regiona (дата обращения: 01.05.2021).
- 2. Эффективность управления в социальной сфере. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kpfu.ru/docs/F680486215/Rodlek_upr.pdf (дата обращения: 01.05.2021).

- 3. Стыров, М.М. Проблемы и перспективы финансирования социальной сферы в России // М.М. Стыров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://esc.vscc.ac.ru/article/459/full (дата обращения: 01.05.2021).
- 4. Социальная сфера в современной экономике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://lektsii.org/14-60817.html (дата обращения: 01.05.2021).
- 5. Официальный сайт министерства финансов Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/statistics/conbud/execute/?id_65=93449-yezhegodnaya_informatsiya_ob_ispolnenii_konsolidirovannogo_byudzheta_rossiisk oi_federatsiidannye_s_1_yanvarya_2006_g. (дата обращения: 01.05.2021).
- 6. Индекс качества жизни по странам. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings_by_country.jsp?title=2020&displayColumn=0 (дата обращения: 01.05.2021).
- 7. Индекс человеческого развития. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://nonews.co/directory/lists/countries/index-human (дата обращения: 01.05.2021).
- 8. Сновалкина, К.В. Проблемы и перспективы финансирования социальной сферы в России // К.В. Сновалкина. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ppt-online.org/377161 (дата обращения: 01.05.2021).

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сафонова Алина Романовна

студент,

кафедра инновационной экономики и финансов, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), РФ, г. Белгород

E-mail: 1207378@bsu.edu.ru

Гордя Дарья Викторовна

научный руководитель, ассистент, кафедра инновационной экономики и финансов, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), РФ, г. Белгород E-mail: gordya@bsu.edu.ru

THE ROLE OF THE STATE IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES

Alina Safonova

student,
Department of Innovation Economics and Finance,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod

Daria Gordya

scientific advisor, assistant, Department of Innovation Economics and Finance, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

АННОТАЦИЯ

Данная статья рассматривает основные меры государственной поддержки инновационного развития в Российской Федерации. Отдельно выделены правовые основы государственного регулирования научно-технической и инновационной деятельности. Более подробно проанализированы такие формы поддержки как обеспечение инфраструктуры инноваций, финансовое обеспечение, включая бюджетные инвестиции, предоставление льгот по уплате

налогов, сборов, таможенных платежей, а также предоставление образовательных услуг. Выявлен ряд проблем, препятствующих эффективной коммерциализации инноваций и предложены необходимые условия для дальнейшего развития научно-инновационного потенциала Российской Федерации.

ABSTRACT

This article examines the main measures of state support for innovative development in the Russian Federation. The legal foundations of state regulation of scientific, technical and innovation activities are highlighted. Such forms of support as the provision of infrastructure for innovation, financial support, including budget investments, and the provision of incentives for the payment of taxes, fees, customs payments, as well as the provision of educational services are analyzed in more detail. A number of problems that impede the effective commercialization of innovations are identified and the necessary conditions for the further development of the scientific and innovative potential of the Russian Federation are proposed.

Ключевые слова: инновации; инновационное развитие; научнотехническое развитие; научно-инновационный потенциал; инновационная политика; государственная поддержка.

Keywords: innovation; innovative development; scientific and technical development; scientific and innovative potential; innovation policy; governmental support.

В настоящее время происходит активный рост процессов глобализации экономики, из-за чего растет конкуренция между хозяйствующими субъектами как на национальном рынке внутри страны, так и на международном уровне. В сложившихся условиях необходимо развитие инноваций, так как они являются одним из ключевых факторов экономического роста, движущей силой развития экономики и сохранения конкурентоспособности.

Согласно Федеральному закону от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «О науке и государственной научно-технической политике», инновации представляют собой введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услугу) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [1].

В свою очередь, под инновационной деятельностью, как правило, понимается функционирование компаний с целью поиска и осуществления инноваций для оптимизации ассортимента и производства товаров и услуг высокого качества, а также модернизации производства [6, с. 81].

Важнейшим фактором в обеспечении развития в сфере инновационной деятельности и инноваций является нормативно-правовое регулирование этих процессов. Современное законодательство, затрагивающее вопросы развития научно-технической и инновационной сферы, включает следующие нормативноправовые акты, представленные на рис. 1.

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 08.12.2020 г.) «О науке и государственной научно-технической политике»

Стратегия научнотехнологического развития Российской Федерации (утверждена Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642)

Постановление
Правительства РФ
от 15 июня 2019 г. № 773.
«О критериях отнесения товаров,
работ, услуг к инновационной
продукции и (или)
высокотехнологичной
продукции»

Федеральный закон от 02.08.2009. № 217-ФЗ (ред. от 29.12.2012 г.) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».

Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»

Постановление Правительства РФ от 30 апреля 2019 г. № 537

«О мерах государственной поддержки научнообразовательных центров мирового уровня на основе интеграции образовательных организаций высшего образования и научных организаций и их кооперации с организациями, действующими в реальном секторе экономики»

Рисунок 1. Перечень нормативно-правовых актов, регулирующих научнотехническую и инновационную деятельность в Российской Федерации

Инновационное развитие представляет собой одно из главных условий модернизации экономики, а также решения различных социальных и управленческих проблем государства. Конкурентоспособность хозяйствующих субъектов определяют инновационные технологии, поэтому основная задача, которая в настоящее время является наиболее актуальной для Российской Федерации, — совершить переход от сырьевого пути развития — к инновационному [8, с. 165]. В связи с чем, государство стремится к повышению уровня конкурентоспособности российских инноваций на международном уровне и созданию необходимых условий для развития инновационной деятельности. В течение последних лет развитию инноваций уделяется огромное внимание на региональном и федеральном уровнях. Так, среди национальных целей Российской Федерации отдельно можно отметить ускорение технологического развития и увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50% от их общего числа [2].

Государство стимулирует развитие инновационной деятельности путем создания необходимых экономических, финансовых условий, организационных и нормативно-правовых условий. На рис. 2 представлены формы, в которых может осуществляться государственная поддержка инновационной деятельности [1].



Рисунок 2. Формы государственной поддержки инновационной деятельности в Российской Федерации

На сегодняшний день к одной из ключевых функций государства можно отнести поддержку инновационной деятельности и формирование федеральных научно-технической целевых программ. Поддержка И инновационной федеральной деятельности осуществляется В рамках программы «Экономическое развитие и инновационная Координация экономика». инновационной деятельности возложена на Министерство экономического развития РΦ, которое непосредственной разработкой занимается государственной инновационной политики и определением приоритетов в развитии отраслей национальной экономики. Департамент стратегического развития и инноваций разрабатывает программы инновационного развития с государственным участием, занимается формированием технологической платформы, а также содействует модернизации. Департамент развития малого и предпринимательства И конкуренции занимается предпринимательства, поддержкой малого и среднего бизнесов, это влечет за собой дальнейшую реализацию инновационных проектов. Непосредственно бюджетным обеспечением инновационной политики занимается Министерство финансов РФ. Ввиду сложившейся экономической ситуации на данный момент финансируются лишь проекты, которые основаны на фундаментальных исследованиях, остальные проекты финансируются на основе срочной, платной и возвратной основах. В соответствии с Постановлением Правительства РФ инновационная деятельность финансируется за счет внебюджетных фондов, которые формируются за счет добровольных отчислений предприятий [5, с. 74].

Еще одной из основных задач государства в области развития инновационной деятельности является обеспечение инфраструктуры инноваций. Согласно Федеральному закону от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «О науке и государственной научно-технической политике», инновационная инфраструктура представляет собой совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление материально-технических, управленческих, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг. Т.е,

инфраструктура инновационной деятельности – организации, предоставляющие услуги, субъектами инновационной деятельности необходимые осуществления инновационной деятельности. К подобным организациям инновационной инфраструктуры можно отнести научно технологические фонды, технопарки, инновационные кластеры, научно-исследовательские институты и институты развития, центры трансфера технологий [3, с. 22], а также организации, которые оказывают управленческие, материальнодругие технические, информационные, консультационные услуги для поддержки развития инноваций.

Важным посредником между государством организациями, И развивающими инновации и занимающимися коммерциализацией результатов научной деятельности, выступают создаваемые при государственной поддержке которые представляют собой организации-агенты развития, институты опосредованного, косвенного регулирования, аккумулирующие бюджетные средства, а затем распределяющие их на нужды инновационного развития [8, с. 167]. В Российской Федерации на данный момент функционирует множество институтов развития, деятельность которых направлена на поддержку инноваций. К наиболее крупным институтам развития можно отнести группу компаний ГК «ВЭБ.РФ» (АО «Роснано», Фонд «Сколково», АО «Российский экспортный центр», АО «Корпорация МСП», Фонд развития промышленности, Фонд содействия инновациям и др.), Фонд развития Центра разработки и коммерциализации технологий, Российский новых фонд развития информационных технологий, Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Фонд инфраструктурных и образовательных программ. Данные структуры оказывают поддержку проектам бизнес-проектов, инфраструктурной путем финансирования оказания поддержки, а также софинансирования НИОКР.

Что касается предоставления льгот по уплате налогов, сборов, таможенных платежей, стоит отметить ряд преференций по уплате налога на прибыль, среди которых в нашей стране главной выступает в снижении облагаемой прибыли на

сумму средств, направленных на техническое перевооружение, реконструкцию, расширение, обновление производства.

Налогооблагаемая прибыль снижается также на сумму средств, направленных на проведение собственных НИР и ОКР, а также в РНФ, но не более 10% облагаемой прибыли в общей сложности. Налогооблагаемая прибыль уменьшается на сумму дивидендов, выплачиваемых предприятиями физическим лицам, в случае их инвестирования внутри предприятия на техническое перевооружение, реконструкцию и расширение производства, включая затраты на НИР и ОКР.

Стимулирование внедрения инноваций производится с помощью нескольких методов и способов. Так, в РФ от НДС освобождаются: бюджетные НИР и ОКР; патентно-лицензионные промышленные операции; поступающее в нашу страну научно-техническое оборудование; поступающая в нашу страну продукция на основе договоров с зарубежными предприятиями для одновременных работ в научной сфере; обороты по продажам культурной и научной книжной продукции, а также вся деятельность, которая связана с издательством такой продукции [6, с. 82].

Кроме того, государство выборочно спонсирует фундаментальные и прикладные исследования по приоритетным для него направлениям или исследования, обладающие инновационным потенциалом. На данный момент расходование бюджетных средств в сфере науки и инноваций осуществляется двумя основными способами:

- 1) предоставление средств главным распорядителям бюджетных средств федеральным органам исполнительной власти, которые расходуют данные средства путем:
- а) размещения государственного заказа на выполнение НИОКР в соответствии с требованиями Федерального закона от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

- б) финансирования подведомственных учреждений посредством выдачи субсидий на государственное задание;
- в) предоставления субсидий в форме грантов в целях реализации федеральных целевых программ (государственных программ);
- 2) предоставление средств государственным фондам поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности в форме субсидий на выдачу грантов [7, с. 210].

Государство стимулирует инновационную деятельность, предоставляя государственные заказы на проведение НИОКР, гранты организациям — исполнителям НИОКР, выделяя средства на развитие и модернизацию опытно-экспериментальной базы и формируя благоприятные экономические условия для инновационной деятельности. Из относительных нововведений за последнее время можно отметить избирательное частичное финансирование конкретных проектов с использованием принципа возвратности.

Говоря о государственной поддержке экспорта инновационной продукции стоит отметить, что в условиях перехода России к инновационной экономике вопросы поддержки деятельности инновационных компаний приобретают особое значение. При текущем уровне развития сектора высоких технологий и изобретательской активности экспорт высокотехнологичной продукции все еще остаётся на невысоком уровне. Из Российской Федерации экспортируется менее 0,5% от высокотехнологичной продукции мира, причем преимущественно в сфере военных технологий, а доля высокотехнологичного импорта превышает 60%. Доля России в мировом объеме полученных платежей за использование объектов интеллектуальной собственности составляет всего лишь 0,2%. Для сравнения, у стран-лидеров эта доля составляет: у США — 36%, у Японии — 12%. Основой высокотехнологичного экспорта России является энергетическое оборудование, в т.ч. ядерные реакторы, тепловыделяющие элементы для АЭС, реактивные и турбореактивные двигатели, газовые турбины. Выше всего доля высокотехнологичного экспорта в общей стоимости экспорта в крупных центрах оборонно-промышленным машиностроительных развитым

комплексом: Рязанская, Тверская, Московская, Ярославская, Ульяновская, Брянская, Владимирская области, Республика Мордовия, г. Севастополь [12].

Наряду с прямой поддержкой экспорта через государственные институты, Правительство Российской Федерации предоставляет субсидии всем предприятиям, развивающим экспорт российской продукции. Производители экспортных товаров имеют право на получение различных субсидий, в частности, субсидий на компенсацию затрат на научно-исследовательскую деятельность, компенсацию затрат на приобретение оборудования или затрат на инвестиции в инфраструктуру.

Банки, финансирующие экспортные право сделки, имеют на субсидирование недополученных доходов ПО экспортным кредитам, выдаваемым в рамках обеспечения международной конкурентоспособности. Непосредственно экспортеры могут претендовать, например, на получение субсидии на покрытие транспортных расходов

Актуальные меры государственной поддержки экспорта:

- 1. Программа, направленная на повышение конкурентоспособности, увеличение объемов производства И экспорта продукции КППК (Постановление Правительства №191 от 23.02.2019 г.). Организациям, КППК, предоставляется доступ к механизмам реализующим по направлениям: инвестиционные кредитования кредиты на создание экспортно-ориентированного производства В России рубежом, И за постэкспортное финансирование и международный факторинг, форфейтинг, аккредитивы, кредиты иностранным покупателям и банкам иностранных покупателей. Сроки реализации КППК – от 2 до 5 лет; максимальный объём одного кредита – до 60 млрд руб. по инвестиционным кредитам и до 30 млрд руб. по прочим кредитам.
- 2. Компенсация затрат на патентование за рубежом субсидии российским производителям на финансирование части затрат, связанных с регистрацией на внешних рынках объектов интеллектуальной собственности, на основании Постановления Правительства РФ № 1368 от 15 декабря 2016 г.

3. Компенсация части затрат на транспортировку продукции — специальная программа, направленная на поддержку производителей высокотехнологичной продукции, а именно на компенсацию до 80% фактически понесенных затрат при транспортировке своей продукции на внешние рынки (Постановление Правительства РФ № 496 от 26 апреля 2017 г.).

Помимо вышеуказанных мер поддержки Российская Федерация предлагает целый ряд иных мер, направленных на развитие российского экспорта. В первую очередь, речь идет о широкой информационно-консультативной поддержке экспортеров, сотрудничестве с международными организациями, устранении тарифных и нетарифных барьеров для экспорта продукции, поддержке экспортного производства путем создания особых экономических зон, технопарков, промышленных парков.

Что касается предоставления образовательных услуг, важнейшей задачей государства становится создание системы профессиональной ДЛЯ переподготовки и предоставление работникам возможностей для приобретения новых навыков, востребованных на рынке на всем протяжении карьеры, поскольку по прогнозам McKinsey, к 2030 году по всему миру может быть автоматизировано от 10 млн до 800 млн рабочих мест [11, с. 98]. Глобализация, размывание границ между работой и учебой создают новые возможности для развития образования и поддержки инноваций в России. Следующими шагами для Российской Федерации могут стать развитие в стране новых компетенций (управление инновационными процессами и углубленная аналитика) и запуск программы обучения и стажировок для специалистов инновационных профессий в передовых компаниях.

В настоящее время в данном направлении можно отметить реализацию программы персональных цифровых сертификатов в рамках федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» нацпроекта «Цифровая экономика РФ», которая действует с 2018 г. Персональные цифровые сертификаты дают жителям России возможность бесплатно получить дополнительное профессиональное образование в одном из 22 сквозных направлений, таких как:

искусственный интеллект, программирование и создание IT-продуктов, промышленный дизайн и 3D-моделирование, кибербезопасность и защита данных, цифровой маркетинг, цифровой дизайн и других. Всего в 2019-2020 гг. обучение по направлениям цифровой экономики прошли свыше 42 тыс. человек [10].Среди востребованных направлений самых онжом отметить программирование и создание ІТ-продуктов, цифровой дизайн, большие данные системное администрирование. Наиболее востребованными программы для начинающих: «Основы программирования», «Введение в вебразработку на языке JavaScript», «Основы Python для анализа данных». Согласно «Цифровая планам национального проекта экономика РФ», проект персональных цифровых сертификатов продлится до 2024 года.

Российская Федерация на протяжении значительного времени реализует национальную политику перехода от сырьевой к инновационной модели экономического роста, которая пока не показывает значительных результатов. Тем не менее процессы цифровой трансформации постепенно влияют на российскую экономику. Становится актуальным не просто внедрение инноваций в опытно-промышленное и серийное производство, в выигрыше остаются те, кто полностью модернизирует инновационную инфраструктуру, используя современные модели кооперации и интеграции хозяйства. С другой стороны, инновационная активность в Российской Федерации остается весьма низкой, что свидетельствует о недостаточной эффективности существующих механизмов и необходимости их реновации.

Несмотря на отсутствие возможностей по организации технологического прорыва в реальном секторе, слабый рост интенсивного развития инновационного производства, исследований и разработок, можно выделить следующие положительные тенденции: 1) возрастание научно-технологического потенциала, все больше попыток использовать интеллектуальные ресурсы страны; 2) развитие механизма государственно-частного партнерства в области инноваций; 3) наличие по отдельным направлениям уникальной научной, экспериментальной и испытательной базы, не имеющей аналогов в мире; 4) разработка долгосрочных

программ развития и стимулирования инновационной сферы; 5) разработка концепции инновационного лифта», позволяющей повысить шансы коммерциализации идей; 6) тенденция к наращиванию объема средств, на финансирование НИОКР; 7) формирование технологических платформ. [4, с. 323]

В качестве причин низкого уровня развития инновационных технологий недостаточный уровень практической онжом отметить: применимости изобретений: так, зачастую перед российскими учеными ставят задачу развития науки в целом, без учета спроса на разработки и перспектив их внедрения на практике; фрагментарный характер нормативной правовой базы в области развития инновационной деятельности в РФ; сравнительно небольшую долю привлеченных частных инвестиций ввиду высокого уровня риска инноваций и нецелесообразности вложения больших денежных средств в подобные предприятия, что существенно затрудняет выживание на рынке инновационных проектов; отсутствие интереса со стороны представителей бизнес- сообщества к разработкам, так как окупаемость инновационных проектов часто затягивается на несколько лет, а большинство предприятий желают получения быстрой прибыли при высоком уровне стабильности; эмиграцию кадров [8, с. 169].

Однако стоит отметить, что решение вышеуказанных проблем может быть довольно затруднено из-за влияния пандемии COVID-19. Кризис COVID-19 нанес удар по инновационному сектору в то самое время, когда инновации бурно развивались. В 2018 г. мировые расходы на НИОКР выросли на 5,2%, т.е. значительно больше, чем мировой ВВП, восстановившись после финансового кризиса 2008-2009 гг. [9]. Объемы венчурного капитала и уровень использования механизмов интеллектуальной собственности достигли исторически рекордных уровней.

На данный момент инновационная сфера сталкивается с реальными угрозами для международных контактов и сотрудничества из-за пандемии, например, имеют место быть остановка крупнейших исследовательских проектов и возможное (и неравномерное) сокращение объема расходов на НИОКР в отдельных областях. Кризис, спровоцированный пандемией,

стимулировал инновации во многих новых и традиционных секторах, таких как здравоохранение, образование, туризм и розничная торговля. Однако, как только ситуацию с пандемией COVID-19 удастся взять под контроль, крайне важно, чтобы поддержка инноваций стала более масштабной, распространившись за пределы сектора здравоохранения, и чтобы государственные расходы на инновационную деятельность компенсировали сокращение соответствующих инвестиций частного сектора.

В сложившейся ситуации для наилучшего развития научно-инновационного потенциала необходимо создание государством следующих условий, которые представлены на рис. 3.



Рисунок 3. Условия, необходимые для обеспечения развития научноинновационного потенциала Российской Федерации

В заключение можно сделать вывод, что на сегодняшний день инновационная деятельность требует государственной поддержки, которая может выражаться, прежде всего, в регулировании внедрения инновационных технологий на территории Российской Федерации. Перед государством сейчас стоит ряд таких важных задач, как аккумулирование и распределение бюджетных средств, контроль и управление инновациями, стимулирование научной деятельности, разработка нормативно правовой базы для новых инновационных

проектов, стимулирование инновационного развития академической среды повышение престижа российских учебных заведений и научных центров с целью предотвращения эмиграции кадров, кадровое и институциональное обеспечение инновационной деятельности, развитие инновационного потенциала предпринимательской среды.

В то же время существует ряд проблем, главной из которых является преобладание инновационного потенциала над результатами практических применений инноваций. Несмотря на увеличение доли собственных исследований, непосредственное внедрение и реализация инновационных продуктов остаются на низком уровне. Кооперация предприятий и научноинститутов желаемом исследовательских не происходит на Технологический прорыв в отдельных отраслях возможен, особенно в отраслях и направлениях исследований, в которых уже сейчас идет разработка технологий продукции мирового уровня. Основными инструментами реализации промышленной политики на этом этапе должны быть косвенные методы регулирования: экономические, экологические, социальные и пр.

Таким образом, в настоящее время в Российской Федерации существует большое число предпосылок для формирования инновационного потенциала, однако для ускорения развития российской инновационной экономики необходимо создание благоприятного климата, который будет способствовать коммерциализации инноваций. В противном случае, затраты, обеспеченные в основном за счет бюджетных средств, не принесут соизмеримых экономических результатов. Формирование инновационной экономики повлечет за собой дальнейшую глобализацию экономики, формирование единого рынка товаров, услуг, труда. К ключевым факторам, которые будут определять национальные конкурентные преимущества, можно отнести улучшение образования и охраны здоровья населения, развитие науки И инновационной деятельности, информационной способность доступность И наполнение среды, государственного управления поддерживать созидательные творческие возможности каждой личности, улучшение окружающей среды и повышение качества жизни, развитие ключевых производственно-технических систем нового технологического уклада.

Список литературы:

- 1. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «О науке и государственной научно-технической политике» // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/ (дата обращения: 25.03.2021).
- 2. Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации: [утверждена Указом Президента Российской Федерации от 01.12.2016 № 642] // Администрация Президента РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201612010007.pdf (дата обращения: 25.03.2021).
- 3. Ваганова О.В. Влияние экономических санкций на инновационное развитие России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2019. Т. 46. № 1. С. 21-30.
- 4. Дмитриев Н.Д. Тенденции инновационного развития отечественных предприятий // Инновационные направления интеграции науки, образования и производства. Сборник тезисов докладов участников I Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Е.П. Масюткина. 2020. С. 322-324.
- 5. Кирсанов М.Ю. Экономическое развитие и инновационная экономика: совершенствование государственного и муниципального управления: учебник /М.Ю. Кирсанов 3-е изд., перерарб., и доп Москва: Проспект, 2018. 153 с.
- 6. Муравьева А.О. Анализ государственной поддержки инновационной деятельности // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: естественные и технические науки. − 2020. − №9. − С. 81-83
- 7. Новиков С.В. Государственная поддержка инновационной деятельности в России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 6. С. 209-211.
- 8. Янина Е.Д. Развитие инноваций в России. Меры государственной поддержки и институты развития // Столыпинский вестник. 2020. № 2. С. 11.

- 9. Глобальный инновационный индекс 2020 главные выводы (русский) // Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO) [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_gii_2020_keyfindings.pdf (дата обращения: 23.04.2021).
- 10. Государственная программа дополнительного образования в сфере цифровой экономики // Центр компетенций по кадрам для цифровой экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: https://xn-b1agajda1bcigeoa6ahw4g.xn--p1ai/about (дата обращения: 23.04.2021).
- 11. Инновации в России неисчерпаемый источник роста // Центр по развитию инноваций McKinsey Innovation Practice. 2018 [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20M iddle%20East/Russia/Our%20Insights/Innovations%20in%20Russia/Innovation s-in-Russia_web_lq-1.ashx (дата обращения: 23.04.2021).
- 12. С нефтяной иглы на инновационную? // Деловой журнал «Инвест-Форсайт» [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: https://www.if24.ru/s-neftyanoj-igly-na-innovatsionnuyu/ (дата обращения: 30.04.2021).

РОЛЬ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА В РАБОТЕ АДАМА СМИТА «ИССЛЕДОВАНИЕ О ПРИРОДЕ И ПРИЧИНАХ БОГАТСТВА НАРОДОВ»

Тимошина Лада Витальевна

студент, институт юстиции, Саратовская Государственная Юридическая Академия РФ, г. Саратов

E-mail: <u>lada.timoshina.2001@gmail.com</u>

Булавинова Алина Михайловна

студент, институт юстиции, Саратовская Государственная Юридическая Академия, РФ, г. Саратов

Чилькина Ксения Владимировна

научный руководитель, канд. юрид. наук., доц., проф. кафедры истории государства и права, Саратовская Государственная Юридическая Академия РФ, г. Саратов

THE ROLE OF THE DIVISION OF LABOR IN THE WORK OF ADAM SMITH "RESEARCH ON THE NATURE AND CAUSES OF THE WEALTH OF NATIONS"

Lada Timoshina

student, Institute of Justice, Saratov State Law Academy, Saratov, Russia

Alina Bulavinova

student, Institute of Justice, Saratov State Law Academy, Saratov, Russia

Ksenia Chilkina

Scientific Director, Candidate of Law, Associate Professor, Professor of the Department of History of State and Law, Saratov State Law Academy, Saratov, Russia

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается роль разделения труда в работе Адама Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов». Проанализированы условия, от которых зависит производительность труда. Дан краткий анализ книги «Богатство народов».

ABSTRACT

This article examines the role of the division of labor in Adam Smith's study of the Nature and Causes of the Wealth of Nations. The conditions on which labor productivity depends are analyzed. A brief analysis of the book "The Wealth of Nations" is given.

Ключевые слова: труд; разделение труда; производительность труда; экономический прогресс; значение; производственные операции.

Keywords: labor; division of labor; labor productivity; economic progress; value; production operations.

Адам Смит (1723-1790) – величайший шотландский экономист и философэтик. Нередко и вполне обоснованно упоминается, как один из основателей экономической науки. Если спросить у человека с экономическим, философским либо же юридическим образованием, с чем ассоциируется имя Адама Смита, то вполне вероятно, что по частоте упоминаний в ответах помимо не малоизвестной метафоры «невидимая рука», будет и упоминание концепции «разделение труда». Необходимо отметить, что пик работ А.Смита относятся к 70-80 гг. XVIII явственно назревали основные предпосылки промышленной когда революции, которая как раз и начала набирать свои обороты в этот период вплоть до 1830-40-х г. Столь скоростное развитие промышленного производства в XVIII веке привело к росту общественного разделения труда, ЧТО явилось предпосылкой для индустриальной революции. Те экономические взгляды, складывавшаяся в результате наступления революции вступали в противоречие с господствовавшими представлениями и традициями в экономической сфере, и

поэтому было необходимо пересмотреть существовавшие экономические теории, что и сделал Смит.

Возвращаясь к разделению труда, нельзя с уверенностью сказать, что именно Смит был основателем данной концепции. Все-таки стоит отметить, что и до трудов Адама Смита было огромное количество общих наблюдений и заключений по данному вопросу, но не связанных в одно единое целое. Многие экономисты, в частности Йозеф Шумпетер, отмечали особенность трактовки «разделение труда» в работах Смита. Она состоит в том, что только он считал разделение труда — основным, единственным фактором, движущей силой экономического прогресса, и придавал данной теории важнейшее значение, особенно в своей работе «Исследование о природе и причинах богатстве народов».

«Исследование о природе и причинах богатства народов» заслуженно считается одним из тех трудов, благодаря которому Адам Смит стал известным. И имеет место быть две причины, которые определяют значительную роль анализируемой книги в современном мире. Во-первых, данная работа является тем базисом, фундаментом для классической школы экономической теории. Вовторых, в рассматриваемом исследовании Смитом были определены и проанализированы те экономические механизмы и свойства экономических систем, которые по сей день являются основными элементами современной экономической науки. Именно в «Богатстве народов», целью создания которой была необходимость показать, насколько важно разделение труда. Адам Смит рассматривает данный механизм наиболее полно и развернуто, в отличие, вопервых, от своих других трудов, и, во-вторых, в отличие от своих соотечественников. Именно поэтому за научную основу для определения роли разделения труда был взято данное исследование.

Перейдем непосредственно к характеристике «разделения труда» в работе Смита и, в результате, к определению роли. В первую очередь, стоит отметить, что данному вопросу посвящены 3 главы в первой книге, имеющая название «Причина увеличения производительности труда и порядок, в соответствии с

которым его продукт соответствующим естественным образом распределяется между различными классами народа". Как уже было отмечено выше, в экономической системе А.Смита разделение труда занимает ключевое место, в книге он говорит о том, что величайший прогресс является его следствием. Данный вывод он рассматривает на конкретном примере – булавочной фабрики, на которой, видимо, у него была возможность побывать. Коротко говоря, на фабрике работает 10 человек, и весь процесс производства булавок разбит на 18 последовательно совершаемых операций, каждую из которых совершает отдельный рабочий, то есть, например, один рабочий тянет проволоку, другой выпрямляет ее, третий обрезает, четвертый заостряет конец и так далее. На рассматриваемом примере, А.Смит наглядно показывает к какому увеличению количества, выпуска готового продукта может привести разделение труда на простые операции. По мнению Смита, лучше вся производственная деятельность будет поделена на мелкие, простые операции, каждую из которых будет совершать специальный рабочий, чем, допустим, один рабочий осуществляет несколько операций, которые чужды ему, в результате которых приведет к потере времени, уменьшению ловкости и, соответственно, уменьшению и замедлению производительности. Таким образом, разделение труда в любой сфере, отрасли, в какой бы величине оно не было введено, оно всегда будет вызывать исключительно увеличение производительности труда. Но есть одно «но». Такое значительное увеличение производительности зависит от таких факторов, условий, как:

- 1. Увеличение ловкости рабочего, то есть у каждого рабочего есть своя работа, которая должна быть сведена к отдельной операции и, соответственно, эта операция будет единственным делом в его жизни. Делая каждый день одну и ту же работу, тем самым, у рабочего будет увеличиваться ловкость.
- 2. Сбережение времени, которое теряется на переход от одного вида труда к другому. По мнению Смита, данный процесс невозможен произойти быстро, так как другая работа выполняется по другой тактике, другими инструментами, в другом месте и т.п., поэтому при переходе важно, чтобы рабочий смог

сориентироваться и приспособиться к другой работе, для чего необходимо определённый промежуток времени.

3. Большого количества технических машин, облегчающие труд и ускоряющие производительность. И в данном случае Смит наглядно показывает значимость разделения труда. Он рассматривает технические машины, как следствие разделения труда, в связи с тем, что в процессе производства умственные способности рабочих направлены на достижение конкретных целей, результатов, вытекающих из своей работы, более легким и быстрым способом. А.Смит указывает на то, что значительная часть машин, используемых в тех или иных мануфактурах были изобретены простыми рабочими с целью поиска наиболее легкого и быстрого способа выполнения работы.

процесс разделения Рассматривая труда как условие повышение производительности, А. Смит не уделял внимания роли государства в этом процессе. Как сторонник экономического либерализма, который требует свободы предпринимательства, свободы торговли, свободы разделения труда, иными словами, невмешательства в экономическую жизнь, он выступал за уменьшение роли государства в экономику в целом. По его мнению, основными функциями государства должны быть: обеспечение безопасности, осуществление правосудия и обязанности содержать общественные сооружения и учреждения. Именно невмешательство государства является одним из условий богатства народов. Чем меньше государство вмешивается, тем лучше для разделения труда. По мнению Смита, государственное регулирование возможно не только в тех случаях, которые были перечислены выше, но и, когда свобода угрожает общественному благу. Опыт XIX в. показал, что государство должно все-таки вмешиваться в производственные и экономические отношения, однако экономическая теория только в XX в. стала уделять внимание проблемам участия государства в промышленных и экономических процессах.

Результаты анализа работы А. Смита в вопросе о разделении труда являются следующими:

- 1. главной, основной единицей разделения труда, чему Смит уделяет много внимания, является производственная операция, под которой понимается важнейший элемент трудового процесса, выполняемая либо одним рабочим, либо группой. Весь трудовой процесс состоит из определенного количества операций.
- 2. разделение труда является необходимой предпосылкой производственного процесса и главным условием повышения производительности труда. И благодаря разделению труда, начали появляться различные специализации, профессии, то есть дарования, данные природой, развиваются до совершенства в определенной области, отрасли. Смит отмечал, что различие способностей рабочих это опять же следствие разделения труда.
- 3. Исследование концепции разделения труда в «Богатстве народов» Адама Смита в рамках теории повышения благосостояния народа является одной из ключевых тем, которая послужила неким стимулом для исследователей последующих поколений, занимающихся данной проблемой. Работы Смита и его взгляды повлияли на идейно-политические течения, в основном, на труды Карла Маркса, Давида Рикардо и др.

Список литературы:

- 1. Агапова И.И. История экономической мысли. Курс лекций. М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Экмос, 1998.
- 2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: ЭКСМ0.2007. 960 с.
- 3. Щедровицкий П.Г., Кузнецов Ю.В. Адам Смит о разделении труда//Вопросы философии. 2016. №5. С. 27-38.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 6 (102) Июнь 2021 г.

В авторской редакции

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

