



**Экономика
Общество
Человек**

Выпуск XXXIX

Том 3

**Материалы национальной научно-практической
конференции с международным участием
ТРАНСФОРМАЦИИ И РИСКИ
СОВРЕМЕННОСТИ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Белгород
2020**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова
Белгородское региональное отделение Российской академии естественных наук

Экономика. Общество. Человек

Выпуск XXXIX

ТРАНСФОРМАЦИИ И РИСКИ СОВРЕМЕННОСТИ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалы национальной научно-практической конференции с
международным участием
(Белгород, 26– 27 июня 2020 года)

Том 3

Секция

Общество рисков глазами студенческой молодежи

Белгород
2020

УДК 338.12.017(470)
ББК 338.66; 65.011.7

- Экономика. Общество. Человек. Вып. XXXIX.**
- Э40 Трансформации и риски современности: междисциплинарные исследования: материалы национальной научно-практической конференции с международным участием / науч. ред. д-р экон. наук, проф. Е.Н. Чижова, Белгор. гос. технол. ун-т им. В.Г. Шухова; Белгор. регион. отд-е РАЕН. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2020. Т. 3. - 245 с.

ISBN 978-5-361-00822-3 (т. 3)
ISBN 978-5-361-00819-3

В настоящем сборнике научных работ содержатся статьи, которые посвящены теоретико-методологическому исследованию проблем трансформаций, происходящих в XX веке, тех рисков, которые при этом возникают. Статьи относятся к различным аспектам современной экономики и современного общества.

Авторами представлены результаты теоретических и методологических исследований, разработок, обоснованы научные подходы и даны практические рекомендации, касающиеся различных сфер жизнедеятельности современного общества.

Сборник адресован ученым, преподавателям, аспирантам и докторантам, магистрантам, студентам, а также всем, интересующимся спецификой современных процессов, происходящих в социальной, экономической и гуманитарной сферах.

Редакционная коллегия:

Д-р экон. наук, проф. *С.Н. Глаголев*; д-р экон. наук, член-корреспондент РАЕН *Ю.А. Дорошенко*; д-р экон. наук, проф., действительный член РАЕН *Е.Н. Чижова*; д-р экон. наук, проф., действительный член РАЕН *А.А. Рудычев*; д-р экон. наук, проф. *И.А. Слабинская*; канд. филос. наук, доц. *И.А. Монастырская*; канд. экон. наук, доц. *Чижов С.Ф.*

УДК 338.12.017(470)
ББК 338.66; 65.011.7

ISBN 978-5-361-00822-3 (т. 3)
ISBN 978-5-361-00819-3

© Белгородский государственный
технологический университет
(БГТУ) им. В.Г. Шухова, 2020©
БРО РАЕН, 2020

СЕКЦИЯ № 7**ОБЩЕСТВО РИСКОВ ГЛАЗАМИ СТУДЕНЧЕСКОЙ
МОЛОДЕЖИ**

Агафонова Е. С.,
Научный руководитель: Ломовцева А. В.
*Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС,
г. Нижний Новгород, Россия*

**ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ**

Сегодня происходит активное внедрение цифровых технологий в нашу жизнь и жизнь всего общества во всех развитых странах мира. Изменения, вызванные вследствие цифровизации, предоставляют человечеству новые возможности, но и вызывают число трудностей, с которыми ранее ему не приходилось сталкиваться.

В настоящее время мы можем наблюдать активное становление цифровой экономики во многих сферах жизни. Цифровые технологии все больше применяются в промышленности, культуре, здравоохранении, государственном управлении и образовании.

Как указано в Программе развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 г., цифровая экономика — совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объёмов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государств [4].

Данная государственная программа была разработана с целью создания в России институтов цифровой экономики при непосредственном участии государства, национального бизнес-сообщества и гражданского общества, а также обеспечения быстрого роста национальной экономики с достижением эффекта "российского экономического чуда" в условиях формирования глобальной цифровой экономической системы [1].

Очень высоким в деятельности любого хозяйствующего субъекта представляется потенциал современных цифровых технологий. Следует отметить, что для внедрения информационных технологий необходимы человеческие ресурсы, которые обладают современными

компетенциями и организации, которые способны внедрять и объединять технологические инновации в операционную деятельность компании.

Цифровизация позволяет производству повышать его эффективность и качество, дает спектр различных возможностей, направленных на применение новых моделей управленческих решений, которые основаны на прогностических технологиях, и поэтому задействование данных технологий в программе развития промышленных предприятий обеспечит им повышение своей конкурентоспособности [2, с. 259–260].

В связи с этим и существует потребность в адаптации различных предприятий к новым аспектам ведения бизнеса. Эффективность от включения информационных технологий и их применения в деятельности хозяйствующего субъекта, давно доказана.

В наши дни на передовых предприятиях осуществляется сдвиг в сторону создания и реализации инновационной модели менеджмента. Это подразумевает совместную открытую работу в рамках цифрового информационного пространства. В компаниях, которые начинают или уже повсеместно потребляют новейшие услуги и технологии сектора цифровой экономики, осуществляется переход от привычного бизнеса и менеджмента, происходит развитие новейших параметров различных видов деятельности, например, производственно-хозяйственной, социальной и управленческой.

Если раньше внедрение и использование в деятельности предприятий цифровых технологий было делом исключительно ИТ-специалистов, то сейчас это стало частью повседневной деятельности всего персонала, начиная от рядовых сотрудников, заканчивая управленческим персоналом.

Существуют различные практики управления в эпоху цифровизации, использующиеся во всех сферах человеческой деятельности, например, технологии блокчейн, метод больших данных, экспертные системы и всеобщая децентрализация.

Одним из плюсов использования современных информационных систем в менеджменте является возможность непрерывного обучения персонала и повышения квалификации, благодаря ускорению и упрощению развития обучения. Регулирование кадровой деятельности в этом случае выходит на совершенно другой качественный уровень, поскольку информационные системы нового поколения позволяют обновлять и совершенствовать всю систему регулирования компании с учетом всех возможных влияющих факторов и нюансов.

На сегодняшний момент "бумажные" данные о состоянии рынка,

поведении конкурентов занимают огромное количество времени и затрат вследствие их большого объема, быстрой изношенности, медленного анализа. Поэтому использование современных систем электронного документооборота, электронных торговых площадок, которые соответствуют уровню развития последних инновационных технологий, включая программное обеспечение, основанное на искусственном интеллекте, позволяет компании становится наиболее конкурентоспособной. Системы электронного документооборота, учитывая этапы создания документа и наделяя его юридической силой, в том числе при помощи электронной подписи, действительно способствует сокращению затрат.

Инновационные технологии делают возможным осуществление персонализированного взаимодействия с поставщиками и покупателями. Уже внедряются каналы цифровой связи, электронные услуги и робототехника. Например, банки сейчас активно используют чат-боты, а фармацевтические компании используют современные мобильные устройства [3, с.124].

Цифровизация постоянно и повсеместно открывает возможности для партнерства и сотрудничества. В наши дни ключевой становится возможность взаимодействовать друг с другом из любой точки мира. Ведущие корпорации воплощают в жизнь различные цифровые трансформации и работают с теми, кто соответствует их уровню развития и разделяет их ценности, даже если они находятся в тысячах километрах.

Благодаря информационным технологиям стало намного быстрее и проще собирать, структурировать и анализировать большие объемы данных. Благодаря передовым технологиям решения принимаются гораздо быстрее.

Для решения проблемы хранения информации и выполнения рутинной работы по оформлению договоров, выписок и регистрации операционной деятельности были разработаны системы регистрации или базы данных и системы управления базами данных. Хранилище данных позволяет скрывать от конечных пользователей сложность анализа данных, позволяя руководителю и аналитикам сосредоточиться на аналитической работе и повысить эффективность использования корпоративных информационных активов.

Ещё одним существенным плюсом цифровизации являются инновационные способы управления предприятием. К примеру, облачные технологии позволяют работать над одним и тем же проектом одновременно, используя ресурсы предприятия наиболее эффективно. Разнообразные приложения, расширения и коннекторы, которые

появляются практически каждый день, требуют минимальных затрат на введение и адаптацию, но при этом грамотно оптимизируют работу предприятий. В качестве примеров, успешно внедряемых в деятельность предприятий инновационных технологий, можно назвать: управление по участкам, Daily Scrum Meeting, Workforce Management, сторителлинг, антибюрократическое управление и др.

Наблюдается также повышение гибкости офисной работы сотрудников, что происходит благодаря развитию мобильных форм.

Таким образом, эпоха цифровой экономики все чаще заменяет традиционную и вынуждает менеджмент принимать решения в пользу современных инновационных технологий, поскольку компании, использующие цифровые инновации в своей деятельности, более успешны, чем компании, которые их не применяют. Важна роль цифровой экономики в повышении эффективности управления предприятием, и с помощью инструментов оцифровки необходимо трансформировать те процессы, которые поддаются для логического понимания и цифровой формализации. Учитывая приоритетность задач цифровой экономики в России, важно создать условия, которые дают возможности для развития предприятий формата "цифрового бизнеса" и в полной мере способствуют внедрению наработок цифровой экономики в систему управления бизнесом, делая ее еще более эффективной.

Литература

1. Добрынин А. П. Цифровая экономика – различные пути к эффективному применению технологий (BIM, PLM, CAD, IOT, Smart

2. Нечеухина Н.С., Полозова Н.А., Буянова Т.И. «Контроллинг как механизм успешной трансформации промышленности в цифровую экономику» // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого» (Санкт-Петербург). 2017. С. 256–277.

3. Ломовцева А.В, Жукова М.А. Трансформация менеджмента в цифровой экономике // Проблемы развития национальной экономики на современном этапе: материалы Международной научно-практической конференции. Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2019. С.123-

4. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 г. [Электронный ресурс]. URL:

Амельчаков Н. Ю.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Говоря о перспективах и проблемах развития предпринимательства в России, нужно, в первую очередь, разъяснить актуальность этого вопроса. Во-первых, развитие предпринимательства, малого и среднего бизнеса особенно актуально в России, потому что именно благодаря институту предпринимательства в современном мире можно дать толчок развитию государства. Развитие рыночной экономики и предпринимательства повышает уровень социальной стабильности, уровень благосостояния граждан, способствует росту числа новых рабочих места, поскольку присутствует постоянная потребность в новых квалифицированных кадрах.

Во-вторых, за счет роста количества малых предприятий и их развития, растет ВВП. Валовой внутренний продукт (ВВП) — это показатель, определяющий рыночную стоимость всех товаров, произведенных страной. Он в свою очередь является имиджевым фактором, который способен привлечь инвестиции в страну. Более того малый бизнес обеспечивает высокую динамику экономического роста, позволяет найти решение проблемы реструктуризации экономики, не требует крупных вложений, обеспечивает рост показателей занятости экономически активного населения. Также укрепление сферы малого бизнеса оказывает положительное влияние на развитие конкурентной среды. Кроме того, малые предприятия способны довольно быстро и продуктивно реагировать на изменения условий рынка, уровня спроса, придавая таким образом экономике дополнительную стабильность. Это далеко не все достоинства и возможности, которые дает развитие предпринимательства, — лишь обзор тех специфических моментов, которые являются на сегодняшний день наиболее важными.

Переходя к основной проблеме статьи, следует для начала отметить, что в 2020 году Россия, как и весь мир, столкнулась с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19. Пандемия не только унесла жизни тысяч людей, но и нанесла сильнейший удар по

предпринимателям и малому бизнесу. В России несмотря на тридцатилетнее пребывание в лоне рыночной экономике до сих пор каждый год одной из стратегически важных задач ставится задача развития малого бизнеса и его стимуляция. Именно поэтому в России вирусный удар по предпринимателям ощущается особенно сильно.

Что касается проблем, которые препятствуют развитию предпринимательства в России, то одной из наиболее очевидных и серьезных является проблема налогообложения малого бизнеса. Недостатком налогообложения малого бизнеса в Российской Федерации является высокое налоговое бремя. Система налогообложения в ее нынешнем виде служит преимущественно фискальным целям и упрощению налогового администрирования со стороны налоговых органов, а не целям снижения налоговой нагрузки, упрощения налогового и бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства [3].

Проводимая в таком ключе налоговая политика не способствует развитию малых предприятий в долгосрочной перспективе — она направлена лишь на пополнение бюджета и со временем приводит лишь к сокращению налоговой базы. Так происходит потому, что высокая налоговая нагрузка препятствует накоплению средств для развития и расширения предприятия, что рано или поздно приводит к его закрытию или к уходу от налогов, чтобы каким-либо образом увеличить прибыль и сохранить производство.

Еще одной проблемой налогообложения малого бизнеса является сложность системы налогообложения. В настоящее время предприниматель должен обладать профессиональными знаниями по учету и налогообложению, чтобы самостоятельно уплачивать налоги, или нанимать высокооплачиваемых специалистов по бухгалтерскому учету и налогам, что не соответствует потребностям бизнеса и отвлекает денежные средства из производства. Большое количество налогов и сборов приводит к тому, что даже профессиональные бухгалтеры допускают ошибки, в результате которых предприятие вынуждено платить пени за несвоевременную уплату налогов. Кроме того, обязательные элементы налогов не всегда однозначно указаны в законодательстве, что приводит к появлению, спустя некоторое время после внесения изменений, различных инструкций с разъяснениями того, как те или иные налоги необходимо правильно считать, что также усложняет ведение бизнеса [5].

Это далеко не все трудности, с которыми предприниматели сталкиваются на поле налогообложения. Существуют также проблемы слабой правовой защищенности малого бизнеса, недостаточность

кредитов и сложности, возникающие при оформлении, регистрации и открытии счета в банке, нехватка квалифицированных работников и т.д. Проблемы, связанные с налогообложением, являются наиболее важными и фундаментальными, однако для их решения достаточно изменения налогового законодательства и соблюдения этого законодательства всеми его субъектами, а подобного результата можно добиться, например, перенимая опыт более успешных стран, процент ВВП которых более чем на 50% составляет доля малого и среднего бизнеса, например стран ЕС, Японии или США.

Необходимо отметить, какие перспективы на данный момент актуальны в России в сфере налогообложения. Пандемия и кризис, который за ней последовал, поставили государство в новые условия. Возможно, пока еще это не так очевидно, но если подобное положение дел будет оставаться неизменным, то необходимость в более внимательном и щепетильном отношении государства к малому бизнесу будет неизбежна. Одним из способствующих этому шагов является изменение налогового законодательства. Перспективы подобных изменений пока не очевидны, но как уже было сказано выше, подобный шаг может стать вынужденным.

Перспективы малого бизнеса в России и до пандемии COVID-19 не казались разнообразными — это далеко не единственный фактор, который повлиял на ухудшение показателей. Так, например, несмотря на проводимую программу «Малое и среднее предпринимательство и поддержка предпринимательской инициативы» в 2019 г. число субъектов малого и среднего бизнеса сократилось по сравнению с 2018 г. на 118 тыс. ед., а число занятых в секторе упало до 18,8 млн., т.е. сократилось почти на полмиллиона человек (цель в нацпроекте на 2024 г. — 25 млн. человек) [2].

У такого результата также есть свои причины: например, увеличение НДС при отсутствии роста доходов населения. Также определенные трудности для развития малого бизнеса представляют такие факторы как: низкая плотность населения, различные географические и климатические условия, разный уровень экономического развития в регионах, цифровизации.

Многие из этих проблем, с которыми сталкиваются малые предприятия, государство пытается решать. Например, мы можем наблюдать, как постепенно развивается логистика в стране. Так, ГК «Автодор» в 2019 году обнародовала план развития дорожной сети в России до 2035 года. Согласно этому плану, в стране появится трасса, которая связывает Санкт-Петербург с регионами Дальнего Востока, обширная сеть дорог на Юге России, а также множество хордовых

магистралей, за пределами столичного региона. Подобный проект, если он будет успешно завершен, предоставляет широкие перспективы малому бизнесу: мобильность возрастет в разы и откроются новые возможности для развития и расширения [8].

Подводя итоги, следует подчеркнуть, что перечисленные проблемы и перспективы далеко не единственные, но они являются наиболее важными и достойными внимания в нынешней ситуации.

В результате исследования были сделаны следующие выводы. Проблемы, связанные с налогообложением малого бизнеса, играют одну из ведущих ролей, особенно в нынешней, неблагоприятной экономической ситуации.

Перспективы малого и среднего предпринимательства недостаточно очевидны: с одной стороны, программы, принимаемые государством для поддержки предпринимательства, приводят к сокращению доли малого и среднего бизнеса в экономике страны; с другой стороны, государство предпринимает шаги, которые потенциально могут улучшить сложившуюся ситуацию.

Реформы в области налогообложения и в других областях в сегодняшней ситуации требуют высокой скорости принятия решений, так как развитие малого и среднего предпринимательства в современном глобализирующемся мире играет огромную роль, поскольку потенциально каждое малое предприятие может развиваться в огромную корпорацию и даже стать оружием в геополитических разногласиях.

Литература

1. Алибекова Э. Ф., Алиева Э. Б. Проблемы налогообложения малого бизнеса в Российской Федерации и возможные пути их решения // Закон и право. 2019. №5. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-nalogooblozheniya-malogo-biznesa-v-rossiyskoj-federatsii-i-vozmozhnye-puti-ih-resheniya> (дата обращения: 28.06.2020).

2. Баринаева В. А., Земцов С. П., Царева Ю. В. Малое и среднее предпринимательство в России и регионах в 2019–2020 гг. // Российская экономика в 2019 году. Тенденции и перспективы (Выпуск 41). М.: Изд-во Ин-т Гайдара, 2020. С. 279-290.

3. Доброва М. А. Проблемы налогообложения малого бизнеса // Материалы VIII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс.] URL: www.scienceforum.ru (дата обращения: 27.06.2020).

4. Дорошенко Ю. А., Старикова М. С., Сомина И. В., Малыхина И. О. Повышение результативности высокотехнологичных компаний на

основе взаимодействий с субъектами инновационной среды // Экономика региона. 2019. Т. 15. №4. С. 1279-1293.

5. Елина И. А. Проблемы налогообложения малого бизнеса // Молодой ученый. 2016. № 24 (128). С. 170-173 [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/128/35433/> (дата обращения: 28.06.2020).

6. Малыхина И. О. Анализ приоритетов инновационно-технологического развития России // Journal of International Economic Affairs. 2019. Т. 9. №4. С. 2907-2918.

7. Малыхина И. О. Стимулирование высокотехнологичных производств как императив технологического развития отечественной экономики // Russian Journal of Innovation Economics. 2019.Т. 9. №4. С. 1469-1478.

8. В России обновили дорожную карту. «Автодор» обнародовал планы строительства магистралей до 2035 года // Газета «Коммерсантъ» №224 от 05.12.2019. С. 5 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4181143> (дата обращения: 28.06.2020).

Амзорова К. Ю.

*Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

ОЦЕНКА И МОНИТОРИНГ

Многие руководители основываются на мнении других компаний либо на оценки профессионалов. Это является одним из двигателей процесса создания нового продукта или совершенствовании старого.

Оценка – одна из функций управления проектом и инструментом для получения нового знания. Оценивается то, что уже произошло для поправки последующей работы. Это, а также анализ и интерпретация изменений помогает нам определить, как можно было достичь запланированных целей, достичь понимание того, насколько верны были предположения относительно прошлого, а также судить об эффективности, результатах и устойчивости работы.

Оценка помогает достичь качества проекта или программ, а именно улучшить методы и результаты. Ей необходимо обеспечить достоверную и полезную информацию, что приобретенный опыт был учтен при принятии решений, который также можно использовать в других проектах либо ситуациях.

Мониторинг – это непрерывающийся и методичный процесс сбора информации и данных в период всего жизненного цикла проекта. Полученная информация используется для регулярной оценки проекта.

Это позволяет корректировать ход проекта без остановки работы. Этот процесс также используется для систематического отслеживания ситуации и для выявления тенденций.

Мониторинг включает в себя два вида. Первый – мониторинг исполнения, который предполагает измерение хода реальности процесса, который относительно изначального плана меняет ситуацию. Другой вид мониторинга – это мониторинг ситуации. Он предполагает изменение того, как изменяется или не изменяется какой-либо параметр.

К основным критериям оценки относятся то, что данный процесс проводится на ключевых этапах реализации программы, сам проект подвергается анализу с целью совершенствования, также анализируются причины получения или недостижение запланированных результатов.

Мониторинг, в свою очередь, определяется как процесс непрерывный, он принимается в существенном виде без изменений, будущие результаты и деятельность сравниваются с фактическими, а также полученная информация находит применение для улучшения работы по данному проекту.

Целью проведения оценки и мониторинга является определение существенности воздействия проекта или изменений, которое привело его осуществление. Как принято, это может быть оценено только в долгосрочный период времени проекта.

Многие организации и предприятия в условиях ограничений ресурсов нуждаются в информации, на основании которой можно будет оценить масштаб и глубину проблем настоящего и будущего времени. Это поспособствует выбору того или иного решению проблемы. Также данная информация имеет принципиальное значение для выработки стратегии по развитию общества и решению проблем.

Таким образом, хочется отметить, оценка и мониторинг являются одним из составляющих каждого проекта. Ведь, если не знать, с чего все началось и к чему все стремиться, то все будет одинаково. Однако это все может себе позволить не каждая организация. Оценка и мониторинг помогают руководителям не биться с выбранного пути и выбрать правильное направление движения проекта.

Литература

1. Системы управления эффективностью бизнеса: учебное пособие / Н.М. Абдикеев, С.Н. Брускин, Т.П. Данько и др.; Под научн. ред. Н.М. Абдикеева и О.В. Китовой. М., 2015. 282 с.
2. Брускин С.Н. Системы поддержки принятия решений в корпоративном планировании с использованием информационной

бизнес-аналитики: практика и перспективы/ / Современные информационные технологии и ИТ-образование. Т. 1 (№ 11), МГУ им. М.В. Ломоносова. М., 2015. С. 593-598.

3. Брускин С.Н., Китова О.В. Информационная бизнес-аналитика в задачах корпоративного управления: подходы и инструменты //Международная научная конференция «Ломоносовские чтения-2016. Экономическая наука и развитие университетских научных школ»: Сборник статей / Под ред. А.А. Аузана, В.В. Герасименко. М.: Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, 2016. с. 1349-1358.

4. Брускин С.Н. Перспективные подходы и практика разработки моделей финансовой эффективности корпорации на базе многомерных динамических объектов // Научные труды вольного экономического общества России. Том 186. 2014. С. 159-164.

5. Китова О.В., Нефедов В.В., Старовойтов А.В. Имитационная модель развития розничной торговой сети на платформе IBM Cognos TM1 // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2015. № 3. С. 99-105.

Андреев А. А.

Научный руководитель: Буланов В. В.

*Тверской государственный медицинский университет
Министерства здравоохранения Российской Федерации,
г. Тверь, Россия*

НАСТУПЛЕНИЕ «ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ» В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕОЦЕНКИ ЦЕННОСТЕЙ

В настоящее время во всём мире под влиянием технического прогресса происходит изменение условий существования человека в обществе, называемое «цифровой эпохой», или «цифровым веком». Несомненно, «цифровая эпоха» оказывает влияние на внутренний мир человека и его поведение.

Цель исследования: определить, в чём выражается переоценка человеком конкретных жизненных ценностей в условиях наступления «цифровой эпохи».

Результаты и обсуждение: посредством анализа научной литературы было выявлено, каким образом по мере наступления «цифровой эпохи» происходит изменение поведения человека в обществе, а также трансформация его жизненных ценностей.

«Цифровая эпоха» является следствием так называемой «цифровой революции», которая связана с «цифровизацией»

общественных процессов и производства и которая обусловлена различными техническими достижениями человечества за последние десятилетия: появлением умных устройств и промышленных объектов, внедрением нейротехнологий и киберфизических систем с новыми механизмами взаимодействия человека и созданными им устройствами, развитием социальных сетей и различных сервисов в цифровой среде Интернета и так далее [1].

По мере наступления «цифровой эпохи» в мировой общественности происходит изменение поведения людей, которое может проявляться в следующих формах: высокая социальная мобильность, постоянное подключение к Интернету, вовлечение в процессы взаимодействия общества и окружающей среды и др. Появляются также изменения в особенностях психики человека [2]. Под влиянием изменений в поведении и психике некоторых людей происходит переосмысление ими жизненных ценностей [3].

Затрагивая вопрос о влиянии социальной и технологической среды «цифрового века» на переоценку человеком установившихся в обществе жизненных устоев, следует рассказать о трансформации семейных ценностей, своеобразном понимании карьеры и несоответствии патриотическому долгу, характерных для некоторых современных людей.

Семья является важной социальной структурой в жизни общества и государства. Количество детей в каждой семье влияет на уровень рождаемости в стране. XXI век считается временем низкой рождаемости. Изменения в количестве и структуре семей в «цифровую эпоху» связаны с усилением роли личности в современной социальной жизни, нарастанием эгоистических, индивидуалистических настроений у человека [2]. Это происходит за счёт чрезмерного увлечения некоторых представителей мировой общественности компьютерными и коммуникационными технологиями, в результате чего происходит трансформация сознания [4]. Такие люди утрачивают желание думать о своём будущем, в частности, о создании семьи. Данная современная тенденция является противоположностью традиционным представлениям о моральных семейных ценностях, о структуре семьи и её значении в обществе.

В настоящее время наряду с традиционными вариантами возникают нетрадиционные модели семьи. К таким вариантам семейно-ролевой структуры относятся, например, материнская семья, семья-конкубинат, групповой брак [2]. Эти модели семьи могут возникать в результате увлечения молодёжи идеями о свободе жизненного выбора человека и о толерантном отношении к свободе выбора других людей.

Подобные идеи пропагандируются преимущественно через Интернет – основной источник информации «цифрового века» [5].

Современные прогнозы развития модели семьи показывают увеличение числа разводов, что неблагоприятно отражается на здоровье членов семьи, в первую очередь, детей, на преобладании неполных «материнских семей», а также семей с людьми преклонного возраста [2].

Различные кризисные ситуации в семье способны привести к росту эмоционального напряжения и ухудшению здоровья, в частности, психического. Психическое здоровье людей отчасти зависит от их способности приспосабливаться к определённой социальной среде (в данном случае это семья) [6].

Несомненно, в «цифровом веке» живут люди, родившиеся до его наступления. Таких людей называют «цифровыми кочевниками» [2]. Их появление есть один из результатов технического прогресса. «Цифровые кочевники» являются также своеобразными показателями увеличивающегося разнообразия внутри мирового сообщества [7]. Эти люди уже реализовали себя в семье и приспосабливаются к социальной среде «цифровой эпохи».

Следует отметить, что в настоящее время, как и прежде, в поведении здорового человека, вопреки влиянию на него компьютерных и коммуникационных технологий, преобладает желание создать традиционную семью, поскольку нет оснований предполагать, что потребность в продолжении рода у современных людей постепенно исчезает. Поэтому молодое поколение «цифровых кочевников» стремится создавать свои семьи в своих социально-психологических условиях [2].

В современном мире многие люди всё чаще ощущают себя погружёнными в техногенную сферу [8]. «Цифровая эпоха» требует новых специалистов с высоким уровнем общей и профессиональной культуры и высоконравственным сознанием. Таким специалистам должна быть свойственна готовность к профессиональной мобильности, к техническим и социальным преобразованиям. Им следует понимать окружающий мир как фундамент, с помощью которого они смогут быть причастными к общественной жизни, принимая во внимание личностные особенности и конкретные условия жизнедеятельности.

В настоящее время наиболее востребованы специалисты, имеющие высшее образование. По мнению исследователей, студенты вузов должны быть с самого начала получения высшего образования нацелены на профессиональное развитие, овладение навыками

построения и развития карьеры [9].

Во время «цифрового века» зона европейского высшего образования рассматривается в качестве основного пути развития профессиональной мобильности граждан. Узнавая о перспективах учёбы и работы в европейских странах в основном через Интернет, некоторые представители молодёжи из России уезжают учиться и работать за границу [10].

Многие молодые специалисты, востребованные в «цифровую эпоху», высоко оценивая значимость своей работы на благо обществу и предаваясь карьеризму, не желают заводить семью. Это связано с тем, что такие люди склонны к индивидуализму и полагают, что стремление к карьерному росту может удовлетворить их желание не быть одинокими [11].

Подводя итоги, следует отметить, что во время «цифрового века» человек начинает переоценивать жизненные ценности, в частности, семейные, карьерные и патриотические. Погружаясь в техногенную сферу, некоторые современные люди начинают забывать о важности семейственности в своей жизни и судьбе общества. Они считают, что стремление к карьерному росту легко заменит им семью – данная тенденция свидетельствует о трансформации карьерных ценностей, а именно об усилении роли карьеры в жизни людей. Более того, в настоящее время прослеживается увеличение числа разводов, а также возникновение нетрадиционных моделей семьи в результате увлечения молодёжи идеями о свободе жизненного выбора человека, которые пропагандируются в основном через Интернет. Безусловно, всё это негативно отражается на демографическом положении государств.

Однако, стоит упомянуть, что в настоящее время, как и прежде, в поведении здоровых людей, вопреки влиянию на них техногенной сферы, преобладает желание создать традиционную семью.

В период «цифровой эпохи» некоторые представители молодёжи, осведомляясь преимущественно через Интернет о перспективах учёбы и работы за рубежом, уезжают учиться и работать за границу, забывая о патриотическом долге жить в том государстве, в котором они родились.

Литература

1. Карцхия А.А. Цифровая революция: новые технологии и новая реальность // Правовая информатика. 2017. № 1. С. 13–18.
2. Гуткевич Е.В. Психолого-генетический профиль «цифрового кочевника»: реальность, риски и перспективы семьи «человека цифровой эпохи» // III Международная трансдисциплинарная научно-практическая WEB-конференция «Connect-Universum – 2016» на тему

«Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд» : материалы научно-практической конференции (24–26 мая 2016 года). Томск, 2016. С. 103–110.

3. Шелковая Н.В. Восток и Запад: культура сердца и культура разума // Соловьёвские исследования. 2017. № 2 (54). С. 143–151.

4. Холод А.М. «Новая электронная культура», цифровой нomaдизм и трансформация сознания // III Международная трансдисциплинарная научно-практическая WEB-конференция «Connect-Universum – 2016» на тему «Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд» : материалы научно-практической конференции (24–26 мая 2016 года). Томск, 2016. С. 283–290.

5. Якушина, О.И. Репрезентация культурного разнообразия: идентичность, мультикультурализм, образование // Теория и практика общественного развития. 2015. № 17. С. 21–26.

6. Семке, В.Я. Кризисные явления и психическое здоровье // Сибирский вестник психиатрии и наркологии. 2010. № 3 (60). С. 5–8.

7. Ключко, В.Е. Проблема цифровых кочевников: трансдисциплинарный подход // III Международная трансдисциплинарная научно-практическая WEB-конференция «Connect-Universum – 2016» на тему «Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд»: материалы научно-практической конференции (24–26 мая 2016 года). Томск, 2016. С. 144–150.

8. Фугелова Т.А. Профессиональная мобильность как способ социального функционирования человека // III Международная трансдисциплинарная научно-практическая WEB-конференция «Connect-Universum – 2016» на тему «Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд»: материалы научно-практической конференции (24–26 мая 2016 года). Томск, 2016. С. 276–283.

9. Фугелова, Т.А. О взаимосвязи профессионального самоопределения, профессиональной идентичности и профессиональной мобильности личности специалиста // Педагогический журнал Башкортостана. 2011. № 2 (33). С. 25–31.

10. Кердяшева, О.В. Готовность к профессиональной мобильности как основа профессионального образования в вузе на современном этапе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2010. № 4 (48). С. 20–23.

11. Якушев П.А. Брак как социальный и правовой институт: эволюция в призме традиционных ценностей // Вестник Владимирского юридического института. 2018. № 2 (47). С. 198–202.

Битихова Д. А.
*Кабардино-Балкарский государственный
университет им. Х. М. Бербекова, г. Нальчик, Россия*

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ТИПОЛОГИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПОТЕНЦИАЛ

Одной из основных тенденций в сфере рыночных отношений является переход от традиционного маркетинга к маркетингу взаимоотношений, ключевой целью которого является построение долгосрочных и взаимовыгодных отношений с потребителями. В связи с этим в современном мире одной из важнейших задач, стоящих перед любой компанией, становится поиск путей удержания клиентов и формирования их лояльности к продукции компании.

Лояльность потребителя проявляется в стабильности и длительности его взаимоотношений с фирмой, а также в приверженности ценностям организации.

Построить долгосрочные и взаимовыгодные отношения с покупателем можно с помощью внедрения программы лояльности, которая состоит из определенных действий компании, направленных как на стимулирование клиентов к покупке, так и на удовлетворение их требований.

Программа лояльности является своего рода программой вознаграждения, создаваемой компанией для потребителей, совершающих покупки на регулярной основе. Важно помнить о том, что основная цель данной программы состоит не в только том, чтобы клиент покупал больше товаров и услуг, но и в том, чтобы он не менял компанию на какую-либо другую [1, с.25].

Перед внедрением программы лояльности следует провести аудит маркетинговой системы, уже имеющихся программ дополнительного взаимодействия с покупателями, каналов коммуникации компании и ее CRM-системы.

К основным целям внедрения программы лояльности можно отнести:

- получение стабильных конкурентных преимуществ;
- сбор информации о клиентах;
- улучшение имиджа и репутации компании на рынке;
- увеличение существующей клиентской базы;
- привлечение внимания новых покупателей;
- уменьшение чувствительности покупателей к цене;
- совершенствование коммуникаций с потребителями;

– улучшение финансовых показателей деятельности компании.

Существует несколько основных видов программ лояльности, используемых как крупными, так и мелкими компаниями.

Дисконтная программа поощрения предполагает получение фиксированной или накопительной скидки при покупке товаров и услуг компании. Преимущество данной программы состоит в том, что она обеспечивает непрерывное предоставление льгот потребителям, что может служить причиной постоянного посещения клиентом данной торговой точки.

Однако применение одной лишь программы дисконтных карт считается нецелесообразным, поскольку многочисленные исследования показали, что покупатели часто пренебрегают скидками в размере ниже 10%. Поэтому, если компания не имеет возможности предоставить большие скидки, ей следует искать другие пути повышения лояльности своих клиентов [2, с. 54].

Бонусная программа поощрения подразумевает накопление клиентом специальных баллов, которые можно обменивать на дополнительные товары или подарки.

Для клиента участие в данной программе выгодно только тогда, когда ему предоставляется возможность обмена накопленных им баллов на то, что составляет для него определенную ценность. По этой причине компании часто сталкиваются с проблемой необходимости вывода из своего оборота части популярных товаров с целью их последующей бесплатной раздачи в качестве бонуса. Нельзя предлагать покупателям подарки низкого качества, так как это может привести к утрате привлекательности программы и даже потере клиента.

Выгодное отличие бонусной программы от дисконтной состоит в том, что клиентам обычно хочется проверять свои накопления, совершать повторные покупки и тратить бонусные баллы, что помогает сформировать более устойчивую связь потребителя с компанией [1, с.31].

Программа поощрения коалиционного вида обеспечивается рядом компаний, функционирующих на разных рынках и не являющихся друг другу конкурентами.

Объединение баз данных предоставляет возможность планирования совместных акций с использованием товаров партнеров в качестве подарков для клиентов в обмен на накопленные баллы или бонусы.

Построение данной программы может быть основано как на бонусных, так и на дисконтных схемах. Но более эффективным считается применение бонусных механизмов, поскольку их

использование помогает достичь большей вовлеченности клиентов и высокой прибыли [1, с. 32].

Эффективность программы розыгрыша призов может быть достигнута лишь при условии полного доверия клиента компании и прозрачности проведения конкурса. Для установления победителя розыгрыша используются специальные программы, о которых должны быть осведомлены покупатели.

Разрабатывая программу розыгрыша призов, компания закладывает в нее определенный материальный компонент, однако ее основу составляет эмоциональная выгода, связанная с получением покупателем положительных эмоций при выигрыше [1, с.33].

Самой распространенной программой лояльности является простая система баллов. Покупатели зарабатывают баллы, за которые они позднее могут получить вознаграждение. Несмотря на простоту механизма, многие компании делают программу запутанной и слишком сложной для восприятия. Поэтому данную программу следует делать максимально простой и понятной для клиентов.

Уровневая система награждения покупателей предполагает поощрение первоначальной лояльности и большого числа покупок. Данная система предусматривает получение клиентом небольшой награды за первую покупку, чтобы он вошел в определенную программу, и последующее поощрение приверженности к компании.

Стоимость поощрения увеличивается по мере того, как покупатель движется вверх по системе лояльности. Многоуровневая система награждения ориентирована на извлечение долгосрочной выгоды. Ее применяют авиакомпании, предприятия гостиничного бизнеса и страховые компании [1, с.38].

Неденежные программы лояльности основаны на организации непосредственных встреч с целевой аудиторией. Примером может служить проведение рестораном дегустации новых блюд, кулинарных изделий и напитков.

Положительные и отрицательные стороны различных видов программы лояльности отражены в табл.1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки различных видов программы лояльности (авторская разработка на материалах [1])

| Вид программы лояльности | Преимущества | Недостатки |
|--------------------------|--|--|
| Дисконтная программа | -простота организации; -не требует больших финансовых вложений; | -широкое распространение; -высокие потери доходности; |

Окончание табл. 1

| | | |
|-----------------------------------|---|---|
| Дисконтная программа | -привлечение новых клиентов; -возможное увеличение среднего чека; -обеспечение непрерывного предоставления льгот клиентам. | -отсутствие возможности анализа потребительского поведения; -отсутствие механизма; влияния на поведение потребителей; -отсутствие коммуникации с потребителями. |
| Бонусная программа | -высокий фактор стимулирования к покупке; -привязка клиента к накоплению баллов; -предоставление возможности анализа потребительского поведения; -повышение устойчивости к ценовым предложениям конкурентов; -эмоциональное вовлечение клиента. | -высокая стоимость реализации; -длительный срок реализации; -необходимость в долгосрочном планировании; -высокие операционные издержки. |
| Розыгрыш призов | -привлечение новых клиентов; -стимулирование продаж; -эмоциональное вовлечение клиента; -вырабатывает доверие клиентов к компании в случае удачного проведения розыгрыша; -персонализированный подход к клиентам. | -краткосрочный эффект; -может требовать больших логистических затрат; -требует тщательного планирования; -чаще всего привлекают нелояльных клиентов; -требует предоставления качественных призов. |
| Коалиционная программа лояльности | -взаимовыгодное сотрудничество компаний; -увеличение среднего чека; -привлечение новых клиентов; -совместное планирование акций; -использование партнерских товаров и услуг в качестве подарков в обмен на баллы. | -высокий имиджевый риск; -сложность технической интеграции; -требует больших финансовых затрат; -возможные трудности в процессе переговоров с партнерами; -отсутствие партнеров, желающих сотрудничества. |

После внедрения любой программы лояльности необходимо провести анализ ее эффективности по степени и типу изменения поведения клиентов, сопоставление финансовых показателей компании до и после введения программы. Оцениваться должны как количественные, так и качественные показатели поведенческой и воспринимаемой лояльности.

Наиболее успешными считаются программы лояльности, нейтрализующие эффективность подобных программ конкурентов и увеличивающие ценность товаров и услуг для потребителей.

Разработка и внедрение программы лояльности являются довольно затратными инструментами борьбы за удержание постоянных клиентов. Опасность заключается в том, что не все программы способны полностью себя окупить и принести какую-либо пользу.

Однако успешные программы лояльности могут обеспечить компании высокую прибыль и создание устойчивой базы приверженных покупателей.

Литература

1. Акулич М. В. Лояльность клиента. Понятия, программа, анализ, примеры, способы повышения. М.: Издательские решения, 2014. 190 с.

2. Васин Ю.В., Лаврентьев Л.Г., Самсонов А.В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. 152с.

Вавилова С. А., Амзорова К. Ю., Зайцева Т. С.

*Сибирский государственный университет путей сообщения
г. Новосибирск, Россия*

КАЧЕСТВО И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

На современном рынке проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, а также безопасности в экономической, социальной и экологической сфере.

Качество – совокупное понятие, которое характеризует эффективность деятельности всех сторон, а именно: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и другие.

Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности [3].

В конце 80-х годов первая редакция международных стандартов ИСО наметила выход международной стандартизации на качественно новый уровень. Эти стандарты проникли определенно в процессы производства, сферу управления, а также установили конкретные требования к системам обеспечения качества. Это стало началом сертификации систем качества. Параллельно этому возникло самостоятельное направление менеджмента – менеджмент качества. В настоящий момент ученые и практики связывают популярные методы менеджмента качества с методологией TQM (Total Quality Management)

[2].

Качество можно представить в виде пирамиды. На самом верхнем уровне находится TQM. Это всеохватывающий, тотальный менеджмент качества, который рассчитывает высокое качество всей работы для реализации нужного качества товара или услуги. Последующий уровень качество фирмы – главный вид деятельности для всего персонала, начиная от руководителя, заканчивая конкретным исполнителем. Третий уровень пирамиды – качество работы включает обоснованность принимаемых решений и систему планирования. Особое значение имеет этот уровень, так как он напрямую связан с выпуском продукции. К этому относится контроль качества технологических процессов, а также своевременное выявление брака. Качество продукции является завершающим уровнем пирамиды. А это значит, что этот уровень является составляющей и следствием качества работы. На этом этапе оценивается качество готового продукта, мнение потребителя, и конечно же, анализируется реклама [4].

Основное назначение международных стандартов – это процесс создания на международном уровне единой методической основы для создания новых и совершенствования уже действующих систем качества и их сертификации.

Рассмотрим основные направления деятельности в области качества. Первое направление – это планирование качества. Данное направление содержит в себе определенные требования к качеству продукции, ее оценку, развитие положений по усовершенствованию качества, оснащение программы качества, планирование затрат на реализацию необходимого уровня качества, контроля, проверок системы качества и другое [3].

Следующее направление – управление качеством, главной функцией которого является выявление каждого отклонения от установленных требований к качеству, обусловленное проектированием продукции, соответствием продукции и материально-техническим обеспечением [3].

Третье направление включает в себя деятельность по созданию уверенности в выполнении требований к качеству продукции у руководителя, а также в деятельности, направленной на обеспечение уверенности потребителей. Все элементы системы качества должны функционировать в управляемых условиях. Данное направление называется обеспечение качества [3].

В настоящее время управление качеством состоит из того, что деятельность по управлению качеством не является эффективной после того, как продукция была произведена. Данная деятельность должна

осуществляться в ходе производства продукции. Также нужно отметить, что деятельность по обеспечению качества, которая предшествует процессу производства тоже важна [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что понятие качества постоянно развивается и уточняется. Проблема качества и управления качеством не может быть решена без участия ученых, инженеров и менеджеров, а также без рассмотрения некоторых факторов на рынке. Нужно учитывать гармонию всех составляющих профессионального влияния на качество [4].

Литература

1. Grandars: официальный сайт URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/ponyatie-kachestva.html> (дата обращения 09.04.2020)
2. Studbook: официальный сайт URL: https://studbooks.net/1314300/menedzhment/amerikanskaya_shkola_upravleniya_kachestvom (дата обращения 08.04.2020).
3. Понятие качества: официальный сайт URL: http://www.kursach.com!/mehedjment/1_3_2.htm (дата обращения 08.04.2020).
4. Теоретические подходы к определению понятия «Качество» : официальный сайт URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya-kachestvo> (дата обращения 08.04.2020).

Васильченко Т.И.

Научный руководитель: Чижов С.Ф.

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия

РИСКИ ПРИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

На пути к цифровой трансформации каждому предприятию предстоит пройти три этапа.

На первом из них все технические устройства объединяются в единую сеть для того чтобы они могли обмениваться данными между собой и была возможность осуществлять мониторинг их состояния. На втором этапе этот интернет вещей интегрируется с ERP-системами и ЕАМ-системами для того, чтобы можно было полностью автоматизировать управление бизнес-процессами организации. На третьем этапе реализуются технологии машинного обучения, когда

устройства учатся как на своём опыте, так и на опыте других устройств, что позволяет исключить участие человека в принятии решений. На текущий момент технологически и технически существует возможность осуществить масштабную цифровую трансформацию промышленного предприятия, что доказывает успешный опыт как зарубежных, так и российских компаний, но есть и свои препятствия, которые проявляются в ходе этого процесса [14].

Оцифровывание предприятия создает параллельно объектам и процессам материального мира, которые функционируют и развиваются по своим законам, нематериальный образ организации, существующий в информационном поле, где действуют уже иные законы и закономерности. Такая двойственность имеет как свои положительные аспекты, так и негативные. С одной стороны, в частности, появляется возможность моделировать поведение объектов и протекание процессов, не прибегая к натурным испытаниям, что дает колоссальную экономию средств. С другой стороны, цифровой двойник предприятия позволяет переместить центр принятия решений, касающихся его деятельности, в любую точку мира, а, значит, существует возможность дестабилизации или перехвата управления организацией злоумышленниками. Таким образом, с ростом уровня цифровизации предприятия наблюдается и рост уровня киберфизических рисков, т.к. все большая доля решений становится прерогативой вычислительной техники, а не человека. Вместе с тем кадровые риски не исчезают, а видоизменяются. Как показано в работе [4] невысокий уровень готовности низкотехнологичного сектора промышленности России (пищевая промышленность, легкая промышленность и пр.) к цифровизации обусловлен, прежде всего, низкой цифровой грамотностью персонала.

На сегодняшний день проблема цифровой грамотности стоит достаточно остро.

По данным международного индекса глобальной конкурентоспособности (GCI –The Global Competitiveness Index 2019) Россия заняла 54 место из 141 участника по фактору «Навыки» субиндекса «Инфраструктура» с отмеченным снижением позиций по сравнению с предыдущим годом (исследование выполнялось по данным 2018 года, предыдущий год - 2017).

Текущие позиции по оценке навыков рабочей силы (49 ранг) распределились так [13]:

- степень подготовки персонала получила оценку 3,9 (из 7 возможных), что составляет 74 позицию (48,7 из 100);

- качество профессиональной подготовки получило оценку 4.1 (из

7 возможных), что составляет 76 позицию (50.9 из 100);

- набор навыков выпускников получил оценку 4.0 (из 7 возможных), что составляет 77 позицию (50,1 из 100).

По первым двум факторам отмечено снижение в сравнении с предыдущими значениями, по третьему наблюдается тенденция возрастания. Лучшей страной по данным показателям признана Швейцария.

Цифровые навыки среди активного населения получили оценку 4.9 (из 7 возможных) с рейтингом 27 (65.8) и тенденцией к росту в сравнении с предыдущим значением показателя. Это самая высокая позиция России по фактору «Навыки», но оценка была дана на текущий период. Прогноз по развитию навыков будущего дает только 63 место с тенденцией снижения по сравнению с 2017 годом [5].

По российским статистическим данным, опубликованным в 2019 за 2018 год [8], РФ находится на 34 месте (из 38 выделенных стран) с общей долей специалистов в сфере ИКТ в 2,2% от общей численности занятых. На сферу информации и связи приходится 32,6% от общей численности специалистов по ИКТ. А из них только 14,1% отдано обрабатывающей промышленности, 6,2% - транспортировке и хранению, 2,4% - строительству, 1,3% - добыче полезных ископаемых.

Тем не менее проблема цифровой грамотности, в целом, устранима за счет усиления подготовки в области информационных технологий в учебных заведениях и непосредственно на рабочих местах (доля специалистов по ИКТ, прошедших переподготовку или повышение квалификации в 2018 году варьируется от 7,0% до 12,2% от численности специалистов по ИКТ разных групп занятий) [21]. Значительно труднее изменить психологию сотрудников, которым придется смириться с тем, что с определенного момента все их действия фиксируются и оцениваются с точки зрения полезности для организации. Вполне возможно, что работодатель придет к выводу о необходимости расстаться с неэффективным сотрудником. В качестве предупредительных мер такой работник постарается всячески дискредитировать саму концепцию цифровизации данного предприятия и будет саботировать конкретные мероприятия в ее рамках для сохранения своего рабочего места. В истории человеческой цивилизации не раз были ситуации противостояния людей и машин, например, можно вспомнить о луддитах, которые ломали ткацкие станки, чтобы сохранить свои рабочие места. В конечном счете, машины брали верх, но достигалось это ценой социальных потрясений.

Цифровая трансформация промышленных предприятий, функционирующих на потребительских рынках, обострит проблему

информационных рисков, т.к. наряду со своими собственными секретами, необходима защита персональных данных покупателей. Кастомизация производства продукции, выражающаяся в ее индивидуализации, вынуждает предприятия собирать как можно больше данных о своих потребителях. Учитывая тенденцию постепенного исчезновения посредников между производителем и конечным потребителем и то, что крупные компании создают свои торговые сети, можно констатировать установление весьма тесных связей с интенсивным инфообменом между их участниками [12].

Утечка личной информации, такой как, например, данные банковских карт может привести к оттоку клиентуры, а также повлечь за собой судебные тяжбы.

Сохранение своих собственных секретов становится для предприятия все более сложной задачей по мере роста уровня его цифровизации [3]. Так как в процессе ее осуществления создается «озеро данных», из которого можно извлечь практически любую информацию о деятельности предприятия. Доступ к этому хранилищу похитители секретов могут получить как путем взлома информационной защиты, так и за счет покупки информации у сотрудников организации, имеющих соответствующий уровень доступа.

Секреты предприятий интересуют в большей степени конкурентов и спецслужбы иностранных государств. Помимо кражи коммерческой тайны есть и другие информационные риски [18].

Сравнительно недавно у кибермошенников появились новые приемы, основанные на внедрении вирусов-шифровальщиков, которые блокируют доступ к данным, а разблокировка возможна только после перечисления денежных средств злоумышленникам. С появлением криптовалют этот преступный бизнес получил дополнительные возможности: отследить получателя средств, как это возможно с фиатными деньгами, в данном случае невозможно, а значит, он остается безнаказанным [20].

Блокировка данных для промышленного предприятия означает остановку работы [16], а каждый час простоя – это значительные убытки, так как прекращается процесс создания добавленной стоимости, ведущий к нарушению обязательств перед клиентами и, соответственно, приводящий к финансовым санкциям.

Выше уже было отмечено, что одним из этапов цифровизации для промышленных предприятий является объединение всех имеющихся информационных систем в единое информационное пространство для повышения эффективности его деятельности через упорядочение,

стандартизацию и автоматизацию бизнес-процессов организации [9]. С одной стороны, выполнение таких работ всегда происходит для блага и исходя из необходимости развития (по мнению, всех участников данного процесса) предприятия, с другой, содержит в себе значительные риски.

Прежде всего, рассматриваются риски проектов цифровизации предприятия, затрагивающие процесс внедрения ERP-систем. В этом плане риски несут все участники хозяйственной деятельности: от собственников до государства. Собственники промышленных предприятий с разной долей участия государственного капитала и производственных компаний в основном вынуждены нести финансовые риски, поскольку внедрение систем управления предприятием уровня ERP сопряжено со значительными финансовыми вложениями. Уровень расходов зависит от размера предприятия, сложности и масштаба выполняемых работ, и, в среднем, достигает 3,6% годовой выручки [19]. По данным бельгийской компании Odoo S.A, производящей системы класса ERP, 54% проектов по внедрению ERP-систем выходят за рамки бюджетов [4]. Исследования международной компании Panorama Consulting, подтверждают превышение суммы изначально заложенного бюджета у 74 % опрошенных заказчиков. Тем не менее собственники, осознают значительные преимущества цифровизации и оценивают риски, сопровождающие данный процесс, к которым можно отнести возможную неэффективность деятельности предприятия за счет недостаточной проработанности целей осуществления процесса и согласованности их со стратегией компании в целом, или за счет общих ошибок допускаемых при организации проектного управления. Затягивание процесса внедрения проекта (по данным международной исследовательской компании Panorama Consulting, у 59 % опрошенных при внедрении системы наблюдалось увеличение плановых сроков внедрения [19]) приводит к возрастанию финансовых рисков за счет того, что выходя за рамки установленных временных параметров, предприятие сознательно идет на сокращение сроков получения эффекта от проекта цифровизации. Скорость обновления информационных технологий, и, как следствие, устаревание информационных систем, достаточно высока на современном этапе. Вполне может оказаться, что к моменту своего полного внедрения, построенная система уже будет морально устаревшей и потребует модернизации с привлечением дополнительных финансовых вложений.

Также указанное выше сопротивление отдельных участников трудового коллектива подобным процессам приводит к снижению текущих результатов работы предприятия и повышает риски

собственника.

Немалые риски несет топ-менеджмент промышленных предприятий и организаций. Нацеленный на решение текущих задач, он, в отличие от собственника, оперирующего стратегическими позициями предприятия, вынужден заниматься непосредственно построением схем цифровизации, выбором конкретных воплощений в виде информационных систем, поиском компаний, осуществляющих проекты по построению и внедрению таких систем. Топ-менеджмент ориентирован на получение экономического эффекта от проекта внедрения информационных систем, и область его рисков касается, прежде всего, потери возможности эффективного управления. С внедрением таких ERP-решений ряд привычных инструментов управления теряет свою актуальность. Часть управленческих функций и задач, успешно решаемых топ-менеджментом, будут переданы информационной системе [17]. Например, задачи распределения логистических потоков внутри предприятия, контроля за исполнением заказов, формирования и согласования договоров могут эффективно решаться информационными средствами. Следовательно, для повышения своей эффективности и эффективности промышленного предприятия (организации), топ-менеджменту необходимо не только приобретать новые знания в области ИКТ (хотя бы для того, чтоб уметь разговаривать с компаниями, внедряющими цифровые решения в деятельность предприятий на одном языке), но и осваивать новые технологии управления, основанные на использовании тех же ИКТ.

Персонал среднего и низшего звена также подвержен риску при внедрении проектов цифровизации. Перевод отдельных структур или всей деятельности промышленного предприятия в информационную плоскость неизбежно вызывает сокращение персонала и повышение требований к его квалификации [6].

Профессиональное обучение и переобучение, организация собственных учебных центров, нацеленность на повышение уровня профессиональных знаний и умений, возврат к принципам наставничества могут минимизировать потери от реализации таких рисков [7].

Процесс цифровизации затрагивает перестройку бизнес-процессов промышленного предприятия, а, значит, требует осознания и управления рисками самих бизнес-процессов. Данная категория в рамках операционных рисков, куда также входят кадровые и информационные угрозы, является в деятельности промышленных организаций одним из слабых звеньев. Неся на себе основную нагрузку процесса цифровизации деятельности (без выделения бизнес-процессов

предприятия невозможна его автоматизация), правильно описанные и построенные бизнес-процессы обеспечивают как раз ту самую эффективность цифровых проектов. Следовательно, все угрозы в виде недостаточной формализации описываемой технологии в виде бизнес-процессов, несоответствия реального процесса технологии его реализации в виде бизнес-процесса, отсутствия или недостаточности необходимых ресурсов для построения эффективной схемы бизнес-процессов и прочее тут же превращаются в соответствующие риски с высокой степенью потерь [10].

Отдельно стоит отметить непривычный в целом для деятельности промышленных предприятий модельный риск [1].

Как правило, понятие модельного риска связано с потерями, возникающими вследствие неправильного подбора моделей для описания деятельности. Поскольку при реализации проекта цифровизации на промышленных предприятиях достаточно часто создаются системы поддержки принятия решений (СППР), содержащие в себе банк моделей для решения оперативных задач производства, ситуационные комнаты для выработки решений в режиме реального времени, так называемые «цифровые двойники» отдельных процессов или продуктов, состоящих в основном из математических и информационных моделей, модельный риск становится частью процесса внедрения цифровых проектов [11].

Модельный риск может рассматриваться в нескольких плоскостях. С одной стороны, мы действительно можем неправильно построить модель, описывающую реальную задачу оперативного управления. Причем эта «неправильность» не будет касаться математических или информационных методов реализации, а сопровождается отсутствием корректных знаний о моделируемой предметной области и недостаточными знаниями в области моделирования (на современных предприятиях не всегда имеются высококвалифицированные кадры, одновременно знающие и способы моделирования, и предмет моделирования) [2].

Отдельным моментом, порождающим модельный риск, могут стать данные. Сбор, накопление, обработка и хранение данных, особенно в виде «озера данных» возвращает нас к проблеме киберзащиты и управления информационными рисками. Появление новых бизнес-моделей и совершенствование уже существующих в процессе цифровизации промышленных предприятий способно добавлять новые аспекты, привносящие новые виды рисков не только модельного характера.

В целом процесс цифровизации промышленного предприятия

(организации) сопровождается значительным спектром рисков, в основном носящих операционный характер, и связанных именно с трендом самой цифровизации [15]. Порожденные самой сутью процесса цифровизации и обусловленные проблемами внедрения цифровых технологий и решений, такие риски требуют разработки соответствующих программ управления ими наравне с самими проектами цифровизации.

Отсутствие грамотного управления процессом цифровизации в части мониторинга его рисков на уровне промышленного предприятия может свести к нулю тот широкий спектр возможностей, который потенциально заложен в процессе перевода деятельности современных промышленных организаций на цифровые рельсы.

Литература

1. Ал Каисси Разан, Чижов С.Ф. Особенности управления рисками в управлении организацией // Приоритеты мировой науки: эксперимент и научная дискуссия: сборник материалов III Международной научно-практической конференции. Кемерово: Западно-Сибирский научный центр, 2019. С. 66-68.

2. Бабушкин В.М. Оценка рисков проекта цифровой трансформации производства промышленного предприятия // Инновационное развитие экономики. 2018. № 4(46). С. 27-35.

3. Варданян Т.Н. Цифровая трансформация предприятия и её риски // Экономика и предпринимательство. 2020. № 4(117). С. 87-91.

4. Во что обойдётся комплексное внедрение ERP-системы? [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://odoo.ru/blog/2/post/erp-68>.

5. Головина Т.А., Суханов Д.А. Риск-ориентированное управление в условиях цифровизации экономических процессов // Менеджмент в России и за рубежом. 2020. № 2. С. 59-66.

6. Дорофеев А.Н., Курганов В.М. Цифровая трансформация предприятия // Информационные технологии и инновации: материалы VI Международной научно-практической конференции. Орёл: Изд-во Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева, 2020. С. 8-12.

7. Захаров В.Я., Фролов В.Г. Управление рисками цифровой трансформации компании // На страже экономики. 2020. № 1(12). С. 37-43.

8. Индикаторы цифровой экономики 2019: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т № 60 «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2019. 248 с.

9. Ильина Е.Н. Особенности управления рисками в условиях цифровизации // Цифровая экономика и финансы: материалы III Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург: Астерион, 2020. С. 54-58.

10. Логунцов А.Е. Оценка рисков при цифровизации бизнес-процессов компании, как элемент системы риск-менеджмента // Студенческий вестник. 2020. № 22-5(120). С. 56-58.

11. Мамонова В.И. Методы анализа инновационных рисков в цифровой экономике // Кластеризация цифровой экономики. Глобальные вызовы: сборник трудов национальной научно-практической конференции с зарубежным участием. Санкт-Петербург: Политех-Пресс, 2020. С. 247-253.

12. Половинкина Т.С., Купченко А.А. Риски внедрения цифровизации в современной экономике // Цифровая экономика. 2019. № 1(5). С. 71-81.

13. Посталюк М.П., Посталюк Т.М. Цифровизация российской экономики: потребности, возможности и риски // Наука и образование: проблемы и перспективы. 2017. № 1. С. 229-235.

14. Савин А.В. Оценка готовности низкотехнологичных отраслей российской промышленности к процессам цифровизации [Электронный ресурс] // Московский экономический журнал: электронный журнал. 2019. № 12. Режим доступа: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-12-2019-20/>

15. Савич Ю.А. Цифровая трансформация и влияние её на конкурентоспособность предприятий // Экономинфо. 2018. № 4. С. 44-48.

16. Скруг В.С. Цифровая экономика и логистика // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2018. № 5. С. 138-143.

17. Фролов В.Г., Павлова А.А. Анализ рисков в инновационной деятельности предприятия // Экономика и предпринимательство. 2017. № 10-1(87). С. 880-886.

18. Чижов С.Ф., Божков Ю.Н., Брежнев А.Н., Ряпухина В.Н., Малыгина И.О. Риск-менеджмент: учебное пособие. Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2018. 225 с.

19. Шабалкина А.А. Необходимость внедрения ERP-системы на российских предприятиях // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки». 2018. № 3(19). С. 498-501.

20. Янюшкин В.А. Вызовы и риски цифровизации для российской экономики // Экономика и предпринимательство. 2019. № 10(111). С.

208-211.

21. Ярмоленко Л.И., Демура Н.А. Особенности развития цифровой экономики в Российской Федерации // Научное издание «Инновации и технологии: сборник по материалам Международной научно-практической конференции». Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2019. С. 141-145.

Верес Т. С.

Научный руководитель Севастьянова О. В.,

*Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского. г. Симферополь, Россия*

РОЛЬ ПЕРСОНАЛА В ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Успешное функционирование предприятий в современной цифровой экономике во многом определяется информационной составляющей экономической безопасности. Главенствующей по отношению к другим компонентам системы безопасности предприятия является безопасность, связанная именно с персоналом, так как сотрудники имеют прямой доступ к конфиденциальной информации, которая обеспечивает предприятию способность участвовать в конкурентной борьбе с другими организациями.

Информационная безопасность гарантирует непрерывное развитие предприятий за счёт способности сотрудников поддерживать информационную систему в таком состоянии, при котором достигаются цели организации.

Целью исследования является определение роли персонала в информационной безопасности предприятия.

Результаты исследования. Под информационной безопасностью понимают защищённость данных, которые подвергаются обработке, хранению и передаче, от незаконного ознакомления, преобразования и уничтожения, и защищённость информационных ресурсов от влияния, направленного на нарушение их работоспособности [1, с. 20].

Поддержание высокого уровня надёжности персонала с точки зрения обеспечения информационной безопасности предприятия является приоритетным направлением в достижении стабильности и развитии не только одного предприятия или их группы, но и в целом экономической системы государства [3, с. 213].

Следовательно, основой обеспечения информационной безопасности предприятия является решение проблемы защиты

информации от воздействия внутренних и внешних факторов, приводящих к потере конфиденциальности информации, таких, как утечки, включающие в себя разглашение, несанкционированный доступ и т.п.

Под утечкой понимается бесконтрольный процесс передачи конфиденциальной информации за пределы предприятия или круга лиц, не имеющих официальный доступ к ней. Утечки в основном случаются по таким причинам, как разглашение данных конкурентам, текучесть кадров, командировки, сотрудничество с другими предприятиями, использование сложных ИТ-инфраструктур, поломки технического оборудования и использование некачественного программного обеспечения, применение незащищённых технических каналов утечки данных [4].

Разглашением называется событие, которое приводит к получению конфиденциальной информации субъектами, не имеющими соответствующих прав, в результате преднамеренных или непреднамеренных действий сотрудников предприятия. Оно включает в себя передачу, сообщение, пересылку, публикацию, утерю данных впоследствии посещения деловых встреч и совещаний или же личных встреч и выставок, ведения переписок, использования средств массовой информации. Разглашение конфиденциальной информации чаще всего происходит из-за некомпетентности персонала, не следования правилам защиты корпоративных сведений, неосторожности.

Под несанкционированным доступом понимается умышленное действие, которое направлено на получение конфиденциальной информации лицом или группой лиц, не имеющих соответствующих прав доступа к ней. Оно совершается благодаря различным методам, включающим подкуп, насильственное склонение к сотрудничеству, шантаж персонала и т.д.

Как отмечает Н.А. Фокина – наиболее часто встречающаяся причина преднамеренных действий, которые создают угрозу информационной безопасности предприятия, – месть так называемых «обиженных» сотрудников и деятельность сторонних лиц с намерением заполучить конфиденциальную информацию или посягнуть на её целостность и доступность ради самоутверждения. К таким действиям относится фальсификация информации, внесение неправильных данных, удаление информации, установка вредоносного программного обеспечения и т.д. Особая опасность от «обиженных» сотрудников заключается в том, что они знакомы с организационными порядками и конфиденциальной информацией, поэтому могут нанести больший ущерб, чем те же сторонние лица [2, с. 70].

Анализ данных, представленных в открытых источниках и средствах массовой информации, который проведён Аналитическим центром InfoWatch за 2017–2019 гг. действительно помогает понять, что во всём мире инциденты, связанные с утечкой конфиденциальной информации как на коммерческих предприятиях, так и в государственных организациях, в большей степени происходят по вине штатных сотрудников. Соответствующий анализ представлен на рисунке 1.

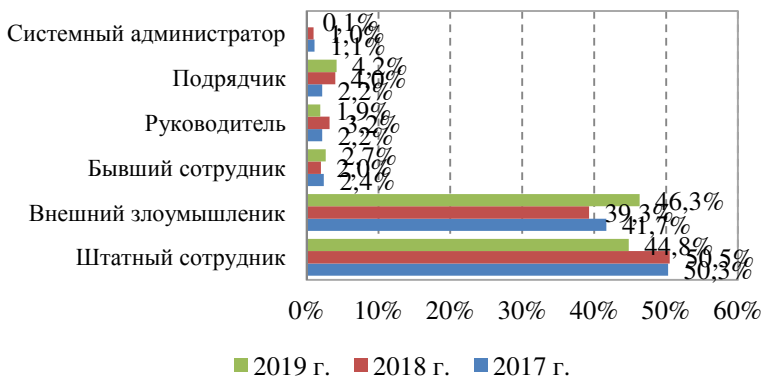


Рисунок 1 – Виновники утечек информации по результатам аналитики Info Watch с 2017 по 2019 гг.

Источник: составлено авторами по материалам [5]

Следует отметить, что утечка конфиденциальной информации может происходить изнутри предприятия неочевидно, и выяснить факт нарушения информационной безопасности в таком случае особенно сложно.

Исходя из всего вышеизложенного, чтобы предотвратить потерю конфиденциальной информации, предприятия с помощью службы безопасности должны предпринимать такие меры по обеспечению информационной безопасности:

- тщательно отбирать кандидатов на вакантные места;
- заключать соглашение о неразглашении конфиденциальной информации, нарушение которого будет нести административную и уголовную ответственность;
- получать законными способами информацию о персонале, составляющем потенциальную угрозу информационной безопасности;
- предоставлять сотрудникам охрану;
- определять границы доступа персонала разного уровня к

ресурсам, требуемым защиты;

- обеспечивать контроль исполнения установленных мер безопасности;

- создавать и поддерживать здоровый эмоциональный и нравственный климат в коллективе;

- формировать лояльность сотрудников с помощью предоставления им возможности повышения квалификации и профессионального роста, обучения современным методам информационной безопасности, улучшения системы мотивации и условий труда, обеспечение определённых социальных гарантий.

Как показывает практика последних десятилетий, персонал существенно влияет на информационную безопасность предприятия. Проведённое исследование показало, что большая часть случаев утечки информации происходит со стороны действующих сотрудников предприятия, поэтому, для того, чтобы предприятию избежать финансового ущерба и потери авторитета на рынке, ему необходимо непрерывно осуществлять меры по улучшению системы информационной безопасности. Приверженность сотрудника предприятию является одним из ключевых условий обеспечения информационной безопасности организации.

Литература

1. Родичев Ю. А. Информационная безопасность: нормативно-правовые аспекты: учебное пособие / Ю. А. Родичев. – СПб. : Питер, 2008. – 272 с.

2. Фокина Н. А. Персонал как источник угроз информационной безопасности предприятия / Н. А. Фокина // Проблемы информационной безопасности: труды V Всероссийской с П781 международным участием научно-практической конференции, (Симферополь-Гурзуф, 14-16 февраля 2019 г.) / под редакцией профессора Бойченко О. В. – Симферополь: ИП Зуева Т.В., 2019. – 180с.

3. Морозова А. М. Кадровая безопасность в системе обеспечения экономической безопасности предприятия / А. М. Морозова, А. О. Лысенко // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 3. – С. 213–216. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovaya-bezopasnost-v-sisteme-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya/viewer> (дата обращения: 10.06.2020).

4. Причины утечки информации // SearchInform. Informationsecurity: сайт. – URL: <https://searchinform.ru/analitika-v-oblasti-ib/utechki-informatsii/prichiny-utechki-informatsii/> (дата обращения: 10.06.2020).

5. Аналитика // Группа компаний InfoWatch. – URL:

<https://www.infowatch.ru/analytics/reports> (дата обращения: 10.06.2020).

Гладышева Д. А., Гранкина В. В.

Научный руководитель: Лопатина И. Ю.

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия*

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

В современном мире туризм – не только одна из наиболее динамично развивающихся сфер в международной торговле услуг, но и одна из самых высокодоходных отраслей экономики. С каждым годом среднегодовые темпы прироста числа прибытий иностранных туристов в мире превышают предыдущие показатели, а многие специалисты утверждают, что такая тенденция сохранится и в дальнейшем.

Так или иначе, туризм и сфера гостиничного бизнеса неразрывно связаны друг с другом: туризм влияет на развитие гостиничного дела, а уровень гостиничного сервиса, в свою очередь, определяет уровень развития туризма. Сейчас в 90% случаев туристы пользуются услугами гостиниц. Данные Всемирной туристической организации, свидетельствующие о 16 млн отелей по всему миру, говорят нам о том, что гостиничная индустрия на сегодняшний день является одной из самых грандиозных и привлекательных сфер для развития бизнеса [4, с. 10-12].

Притягательность индустрии означает, что на сегодняшний день эта сфера находится в жестких конкурентных условиях, поэтому каждый экономический субъект в этой отрасли обязан крайне стремительно реагировать на внешние изменения, инвестировать в развитие персонала и расширять базу предоставляемых услуг. Особое внимание требуют управленческие способности и компетенции, которые при правильном подходе помогут вывести предприятие на абсолютно новый уровень развития. Одним из наиболее важных механизмов развития предприятия является умение эффективно использовать человеческие ресурсы и стимулировать их для достижения поставленных целей.

Управление гостиничным предприятием требует от менеджера умения планировать удовлетворение потребности предприятия в людских ресурсах, а также правильно набирать персонал. Для этого часто приходится разграничивать гостиничные службы на уровни в зависимости от частоты контактов с гостями. На практике зачастую

службы разграничиваются на два уровня: первый уровень (контактные службы) – такие службы, контакт которых с гостем постоянный; второй (неконтактные службы) – службы, персонал которых практически не контактирует с гостем. Такое разграничение персонала помогает определять требования, эффективно оценивать и отбирать кандидатов на рабочие места, использовать различные механизмы мотивации. Например, к необходимым требованиям для персонала контактных служб относятся: профессиональная подготовка, соответствующая уровню предоставляемых компанией услуг; знание иностранного языка, уровень которого зависит от статуса гостиницы (так, для категорий «3 звезды» и «4 звезды» всему персоналу, контактирующему с проживающими, необходимо знание минимум двух иностранных языков в достаточном объеме; для «5 звезд» необходимо свободное владение минимум тремя языками); правила поведения; медицинские показания и требования; обязательное ношение безупречной и опрятной фирменной одежды.

На предприятиях гостиничного бизнеса менеджер особое внимание уделяет системе обучения персонала, ведь грамотное планирование – это основа функционирования любого предприятия. В некоторых компаниях вновь принятые сотрудники в обязательном порядке посещают вводные лекции и тренинги. Также менеджер обязан проконтролировать социализацию работника на первых этапах его профессиональной деятельности. Многие управленцы выбирают для новичков менторов, которые знакомят их с особенностями функционирования гостиницы.

Несомненно, обучение сотрудника гостиницы – основа, которой необходимо уделять особое внимание и организовать индивидуальный подход. В процессе обучения зачастую выделяют два приоритетных направления: профессиональное обучение и обучение, направленное на личностный рост сотрудника. Нельзя недооценивать какой-либо из этих аспектов, поскольку каждое из них создает модель компетентного профессионала. Следовательно, к части обучения персонала менеджмент гостиницы должен подходить крайне ответственно, ведь для того, чтобы гостиница была конкурентоспособной, необходимо, чтобы все сотрудники без исключения постоянно занимались повышением квалификации.

В настоящий момент во многих гостиничных предприятиях распространена практика тренингов с психологами, которые обучают сотрудников основам конфликтологии. Это связано с тем, что наиболее частая претензия клиентов в гостиницах высокого ранга – неулыбчивый персонал. Также в последнее время многие отельные дома для обучения

сотрудников создают собственные школы. Например, на сегодняшний день насчитывается 12 академий, принадлежащих французской цепи отелей Accor.

Организация процесса обучения персонала гостиницы может быть дифференцирована. Одним из наиболее популярных является метод «guestexperience» (почувствуй себя на месте клиента)[2, с. 198]. Такая методика распространена во многих мировых отельных домах, в том числе в Inter Continental Hotels Group и Accor. Суть заключается в том, чтобы «новичок» ознакомился с гостиничным бизнесом изнутри, используя при этом различные услуги отеля, а затем приступал непосредственно к учебе. В некоторых отелях новым сотрудникам предоставляют лишь часть услуг. Например, в Holiday Inn новички имеют возможность поужинать в ресторане и оценить с точки зрения клиента оформление, блюда и сервис.

Еще одной популярной методикой является «ролевая игра», цель которой заключается в моделировании ситуации для получения практического опыта межличностного общения [2, с. 199]. Считается, что сотрудник, примеряя роль раздраженного, усталого или навязчивого гостя, лучше понимает, какого поведения от него ждет гость и какую модель отношения лучше всего применить к такого рода посетителю.

Практически во всех сферах менеджерам необходимо не только контролировать деятельность сотрудников, но и мотивировать их для эффективного выполнения поставленных начальством задач и целей. В основе работе с персоналом должен лежать принцип: «Позаботься о своих сотрудниках, и они позаботятся о твоих клиентах». Эта фраза стала девизом отельной империи Marriott. В гостиничном бизнесе уже многие мировые дома признали, что именно сотрудники составляют основной капитал отеля.

К системе мотивации следует отнести следующие механизмы: прямая материальная мотивация, которая подразумевает под собой систему оплаты труда; косвенная мотивация, включающая систему бенефитов и нематериальную мотивацию.

В российской практике система косвенной мотивации включает как обязательные бенефиты, регламентирующиеся трудовым законодательством (оплата больничных листов, ежегодных отпусков, обязательное медицинское страхование, отчисление на обязательное пенсионное страхование), так и добровольные бенефиты (например, страхование жизни работника и членов его семьи за счет отеля, оплата дополнительных выходных (компания предоставляет один оплачиваемый день в месяц) и другие привилегии).

Эффективную систему оплаты труда не стоит недооценивать, поскольку она играет значительную роль в управлении персоналом гостиницы. На сегодняшний день системы мотивации персонала активно развиваются, а зарубежные технологии эффективно внедряются в российскую практику управления. Так, например, одной из наиболее распространенных технологий является мотивация и оценка персонала с помощью показателей эффективности KPI (Key Performance Indicators). Такая система позволяет оценить не только производительность отеля, но и отдельного подразделения или даже сотрудника организации.

Однако практика показывает, что в процессе управления персоналом использовать какой-то один механизм стимулирования недостаточно, так как больший эффект достигается при комплексном использовании всех механизмов. Немаловажную роль играет и нематериальная система мотивации, включающая в себя социальную политику гостиницы, корпоративную культуру, коммуникацию и экономическое соревнование. Многие специалисты считают, что дух соперничества позволяет сотрудникам реализовать свои естественные потребности, а менеджменту – найти лучших работников и наградить их.

Например, гостиницы сети Marriott устраивают подобные конкурсы, в которых имеются следующие номинации:

— «лучший работник месяца» - выбираются два лучших сотрудника («лицо гостиницы» (взаимодействуют с клиентами) и «сердце гостиницы» (инженеры, повара, администраторы и т.д.)). После подведения итогов, победители получают приглашение в ресторан и денежную премию;

— «лучший сотрудник года» - по итогу конкурса победитель получает приглашение в ресторан и поездку в Европу на неделю, включая проживание в пятизвездочном отеле сети Marriott.

При попытке замотивировать сотрудника необходимо учитывать его личные интересы и подходить индивидуально. Более того, стоит учитывать, что материальные вознаграждения должны предшествовать нематериальным, поскольку только после удовлетворения своих основных потребностей, человек способен задуматься о самореализации и развитии. Доказано, что одним из самых эффективных инструментов мотивации является принадлежность к команде, поэтому перед менеджером стоит непростая задача – построить конкурентоспособный коллектив, в котором каждый сотрудник работает во благо гостиницы. Такой фактор способствует удержанию сотрудника от поиска нового места работы и стимулирует

его к повышению собственной эффективности. Но при этом, при необоснованном и бессистемном подходе к мотивации персонала, можно получить и обратный эффект. Поэтому необходимо внедрять систему мотивации в гостиницу исключительно по итогам проведенной диагностики потребностей персонала.

Эффективное управление требует компетентности со стороны менеджера. Для эффективного управления важно, чтобы в гостинице была разработана четкая стратегия ее развития, определена и оптимизирована организационная структура и налажено управление на основе критериев эффективности. Такие элементы при комплексном подходе позволят создать эффективную систему мотивации персоналом и обеспечить правильный управленческий подход к каждому сотруднику, обеспечив при этом качественные и финансовые результаты деятельности гостиницы.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что гостиничный бизнес на сегодняшний день все еще остается наиболее перспективной отраслью экономики, поскольку, ориентируясь на мнение экспертов, насыщенность рынка высококачественных гостиничных услуг произойдет еще не скоро. К тому же, в России рентабельность гостиниц примерно в 2,5 раза выше, чем в европейских странах, где показатель рентабельности составляет порядка 10%. Все это свидетельствует о важности индустрии гостиничных услуг, а, следовательно, о необходимости подготовки высококвалифицированных управленческих кадров, способных эффективно координировать имеющиеся ресурсы, в том числе человеческие. Святой Франциск Ассизский однажды сказал: «Каждый святой сумеет сотворить чудо, но не каждый сможет прилично управлять гостиницей».

Однако на пути к эффективному управлению возникают многие препятствия. Например, одной из самых выраженных на сегодняшний день проблем является низкий уровень оплаты труда. Ранее в статье было рассмотрено, что одним из инструментов мотивации является материальная система оплаты труда. Однако, сейчас в индустрии средняя оплата труда традиционно ниже, чем в других областях. Это создает дополнительные препятствия для менеджмента гостиниц в процессе привлечения талантливых сотрудников. Еще одним неблагоприятным фактором являются условия труда – ограниченные возможности для карьерного роста, частые сверхурочные часы отпугивают амбициозных и способных работников.

Из всего вышесказанного ясно одно – человеческий фактор в гостиничном бизнесе незаменим. Профессиональному подбору и расстановке кадров необходимо уделять как можно больше времени,

ведь они составляют основу гостиничного предприятия. Профессор Ренахан, известный организатор индустрии гостеприимства США, справедливо отметил, что уровень отношений между потребителем и служащим и их характер в своей совокупности составляют, наряду с другими элементами этих отношений, сущность того феномена, который и называется «обслуживанием». А обслуживание на высоком уровне свидетельствует об эффективной политике менеджмента и его профессионализме.

Литература

1. Технология и организация гостиничных услуг: учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. Москва: ИНФРА-М, 2019. 320 с.
2. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела: учеб. пособие Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. 432 с.
3. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000); [пер. с англ. А.В. Павлов]. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 239 с.
4. Тимохина Т. Л. Организация гостиничного дела: учебник для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 331 с.
5. Ефремова, М. В. Управление качеством гостиничных услуг: учебник и практикум для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 350 с.
6. Чуваткин П. П., Горбатов С.А. Управление персоналом гостиничных предприятий: учебник для вузов /под редакцией П. П. Чуваткина. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 280 с.

Глухова А. М.

Научный руководитель: Чижов С. Ф.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Цифровая экономика развивается быстрыми темпами. Она влияет на организации независимо от их размера, географического положения или сектора. Цифровая экономика была порождена радикальными изменениями во всех аспектах бизнеса и коммерции за последние два десятилетия. Эти изменения гораздо более значительны, чем развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые в значительной степени способствовали развитию самой цифровой экономики [11].

Модернизация традиционных производственных отраслей на фоне проникновения информационных технологий и цифровизации экономических процессов создает основу для формирования новых рынков, а также новых подходов к аналитике, прогнозированию, принятию управленческих решений, а также возникновению новых рисков для компаний.

Управление рисками является чрезвычайно важным аспектом в нашем современном и быстро меняющемся мире.

Каждый сектор бизнеса стал свидетелем изменений в конкурентной структуре рынка, потребительских предпочтениях, покупательских привычках, маркетинговых и рекламных стратегиях, производственных операциях, системах внутреннего управления и механизмах цепочек поставок. Риск-менеджеры признают, что неопределенность и риски в управлении бизнесом в результате таких изменений значительно выше, чем раньше [8].

Информация может рассматриваться как инструмент снижения риска, исходя из того, что более полная и качественная информация приведет к улучшению процесса принятия решений и более эффективному управлению рисками. Цифровые преобразования в риске могут создать реальную ценность для бизнеса за счет повышения эффективности и качества принимаемых решений.

На данный момент ключ к выживанию в цифровой экономике лежит в способности риск-менеджеров эффективно использовать ИКТ для управления рисками. Управление рисками в ходе цифровой трансформации будет существенно видоизменяться [1].

Хотя многие технологические риски уже давно известны, ставки серьезно выросли, так как внедрение цифровых технологий повышает риски, не связанные с технологиями как таковыми. Учитывая расширившийся спектр новых угроз, руководители компаний и советы директоров хотят быть уверенными в том, что все риски учтены и соответствуют допустимому уровню. Эффективное управление рисками, означает попытку контролировать, насколько это возможно, будущие результаты. Таким образом, эффективное управление рисками позволяет снизить как вероятность возникновения риска, так и его потенциальное воздействие [5].

Правительство должно играть жизненно важную роль в максимизации преимуществ цифровизации при одновременной минимизации связанных с этим рисков, таких как нарушение конфиденциальности, формирующиеся олигополии и финансовые риски [15].

Управление рисками - это спланированный и структурированный

процесс принятия решений, включающий рассмотрение политических, социальных и экономических факторов с соответствующими оценками рисков, связанных с потенциальной опасностью, с тем чтобы разработать, проанализировать и сравнить варианты регулирования и выбрать оптимальный вариант для обеспечения безопасности.

Профессия риск-менеджера - одна из самых молодых на российском кадровом рынке. Однако она очень востребована: способность обнаруживать в ежедневной деятельности компании всевозможные риски, оценивать и снижать их негативные последствия ценится очень высоко в различных сферах бизнеса [21].

Риск обычно возникает из-за неопределенности. В организациях риск может быть связан с неопределенной ситуацией на рынке (спрос, предложение, фондовый рынок), провалом проектов, авариями, стихийными бедствиями и т. д. Существуют различные инструменты борьбы в зависимости от вида риска [9].

Управление рисками может означать различные процедуры в разных типах проектов. В крупномасштабных проектах стратегии управления рисками могут включать обширное детальное планирование для каждого риска, чтобы обеспечить наличие стратегий смягчения последствий в случае возникновения проблем. Для небольших проектов управление рисками может означать простой перечень рисков с высоким, средним и низким приоритетом.

Квалифицированные специалисты в структуре управления рисками должны просчитывать неопределенности и прогнозировать их влияние на бизнес. Следовательно, в результате возникает выбор между принятием риска или отказом от него [4].

Сложность управления большим количеством постоянно изменяющихся рисков очевидна. Невозможно быстро и точно оценивать риски и реагировать на них вовремя без использования автоматизированных систем. Специализированное программное обеспечение для управления рисками весьма востребовано в корпоративном секторе. На сегодняшний день одними из лучших на рынке считаются такие, как: SoftExpert ERM, Atlassian Trust Management System (ATMS) и KG Risk.

Управление рисками является важным процессом, так как с помощью него возможно адекватно выявлять потенциальные риски и справляться с ними. Развитие организации и ее успех на рынке невозможен без стабилизации ее бизнес-процессов. Для компании оценка и управление рисками — это лучший способ подготовиться к событиям, которые могут возникнуть на пути развития компании. Оценка риска приводит к стабильной деятельности предприятия,

способствующей его устойчивому развитию [19]. Когда компания оценивает свой план по борьбе с потенциальными угрозами, а затем разрабатывает методы и структуры для их устранения, она повышает свои шансы остаться на плаву. Результатом является хорошо детализированный план, который может быть выполнен, как только возникнет необходимость. После того, как риск был идентифицирован, его можно смягчить. Кроме того, руководство будет иметь необходимую информацию, которую они смогут использовать для принятия обоснованных решений и обеспечения того, чтобы бизнес оставался прибыльным [12].

Методы управления рисками подразделяются на:

- Уклонение: компания стремится устранить определенный риск, избавившись от его причины.
- Локализация: используется в редких случаях только для угроз, которые легко предугадать и можно в какой-то степени изолировать. Действия, направленные на уменьшение вероятности, негативных последствий или обоих этих факторов, связанных с риском.
- Диверсификация: предполагает распределение существующих угроз между бизнес-партнерами [10].
- Компенсация: связана с созданием механизмов предупреждения опасности. Методы компенсации рисков более трудоемки и требуют обширной предварительной аналитической работы для их эффективного применения

Выбор конкретного метода управления является задачей, которую решает риск-менеджмент организации, зависит от стадии жизненного цикла, на которой находится фирма, уровня ее финансового состояния, выбранной стратегии [13].

Цель управления рисками заключается в том, чтобы избежать проблем и негативных явлений, а также необходимости антикризисного управления. Для управления рисками необходим анализ рисков.

Анализ рисков — это качественный подход к решению проблем, который использует различные инструменты оценки для разработки и ранжирования рисков с целью их оценки и разрешения. С помощью анализа рисков выявляется степень опасности (угрозы), с которой сталкивается организация, насколько высока вероятность возникновения угрозы и какое влияние она может оказать на организацию. Только постоянно проводя анализ рисков возможно выработать систему мер, не допускающих, предотвращающих или снижающих возможный ущерб для организации [17].

Управление рисками состоит из четырех взаимосвязанных этапов, а именно: идентификация рисков, оценка рисков, управление рисками

(или их снижение) и мониторинг рисков [6].

1. Идентификация рисков в основном включает мозговой штурм. Компания собирает своих сотрудников вместе, чтобы они могли проанализировать все различные источники риска. Следующий шаг – упорядочить все выявленные риски в порядке очередности. Поскольку невозможно смягчить все существующие риски, расстановка приоритетов гарантирует, что те риски, которые могут существенно повлиять на бизнес, будут устранены в более срочном порядке.

Идентификация рисков проводится на протяжении всего жизненного цикла проекта уделяя большее внимание на ключевых этапах [14].

2. Во многих случаях решение проблемы включает в себя определение проблемы, а затем поиск подходящего решения. Однако, прежде чем решить, как лучше всего справиться с рисками, компания должна определить причину рисков, задав вопрос: «Что вызвало такой риск и как он может повлиять на бизнес?»

Как только риски определены, они анализируются для определения качественного и количественного воздействия риска на проект, чтобы можно было предпринять соответствующие шаги для их смягчения [2].

3. После того как хозяйствующий субъект приступит к оценке возможных средств правовой защиты для снижения выявленных рисков и предотвращения их повторения, ему необходимо задать следующие вопросы: «Какие меры могут быть приняты для предотвращения повторения выявленного риска?» «Кроме того, что лучше всего сделать, если это повторится?»

4. На этом этапе варианты, которые были признаны лучшими для снижения рисков формируются в ряд задач, а затем в планы действий на случай непредвиденных обстоятельств, которые могут быть произойти в будущем. Если возникают риски, заранее подготовленные планы могут быть приведены в действие [18].

Кроме того, разрабатываемые подходы по минимизации рисков должны базироваться не только на традиционных методах предупреждения случайных событий, но и применять новейшие достижения в области исследования потоковых процессов и IT-технологий и др. [3].

В небольших организациях ответственность за управление рисками сосредоточена на уровне руководителей, поскольку неэффективно нанимать специального штатного риск-менеджера. В средних и крупных организациях ответственность распределяется между отдельными руководителями. Крупные организации и

организации, работающие в условиях повышенного риска (банки, страховые компании, нефтехимическая и энергетическая промышленность, аэрокосмическая промышленность и др.), имеют квалифицированного специалиста (риск-менеджера). Почти всегда управление рисками связано с ролью финансового директора (Chief Financial Officer), так как воздействие рисков (ущерба), может быть финансово выражено и оказывать влияние на финансовое планирование [7].

Цифровая экономика привела к фундаментальным изменениям в характере рисков и повысила вероятность того, что рынок останется нестабильным, подверженным риску. Компании теперь должны своевременно выявлять, анализировать и управлять рисками. Цифровая экономика и связанные с ней ИКТ расширяют возможности для обеспечения эффективного управления рисками. Цифровизация позволяет эффективно сравнивать, и сопоставлять то, что раньше невозможно было связать между собой [20].

Таким образом, благодаря внедрению цифровых технологий повышается оперативность реагирования, способность прогнозирования и вовлеченность в работу компании функции управления рисками. По мере внедрения новых технологий производства и сложных финансовых моделей, разрабатываются более совершенные методы прогнозирования и минимизации рисков, которых с каждым годом становится всё больше и больше [16].

Литература

1. Аронов А.М. Управление рисками корпорации: учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. 289 с.
2. Багаутдинова Н.Г., Багаутдинова Р.А. Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации // Инновации. 2018. № 8. С. 80-83.
3. Белов П. Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование в 3 ч. Часть 3: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2019. 272 с.
4. Белов П. Г. Системный анализ и программно-целевой менеджмент рисков: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2019. 289 с.
5. Вяткин В. Н., Гамза В. А., Маевский Ф. В. Риск-менеджмент: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2019. 365 с.
6. Головенчик Г. Теоретические подходы к определению понятия «цифровая экономика» // Наука и инновации. 2019. N 1. С.54-59.
7. Доможирова О. В., Подолянко О. Ю. Роль риск-менеджмента в управлении и оценке риска при осуществлении предпринимательской

деятельности // Белгородский экономический вестник. 2019. № 4. С. 69-73.

8. Евдокимова Л.А. Финансовый менеджмент: учебник. М.: МГИУ, 2019. 216 с.

9. Жуковский В. И., Салуквадзе М. Е. Оценка рисков и многошаговые позиционные конфликты: учеб. пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2019. 305 с.

10. Иванов В. В., Малинецкий Г. В. Цифровая экономика: от теории к практике // Инновации. 2017. № 12. С. 3-12.

11. Касьяненко Т. Г., Маховикова Г. А. Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2019. 381 с.

12. Коровин Г. Цифровизация промышленности в контексте новой индустриализации РФ // Общество и экономика. 2018. № 1. С.47-66.

13. Кузнецова С. А., Маркова В. Д. Цифровая экономика: новые аспекты исследований и обучения в сфере менеджмента // Инновации. 2017. N 7. С.20-25.

14. Пименов Н. А. Управление финансовыми рисками в системе экономической безопасности: учебник и практикум для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2019. 326 с.

15. Рягин Ю. И. Рискология в 2 ч. Часть 2: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2019. 275 с.

16. Селиванова М. А., Тюнин Д. А., Богданова М. М. Применение новых технологий в финансовой сфере в современных условиях // Финансовый бизнес. 2018. № 6. С. 27-32.

17. Сергеев Л. И., Юданова А. Л. Цифровая экономика: учебник для вузов; под редакцией Л. И. Сергеева. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 332 с.

18. Устюжанина Е. В., Сигарев А. В., Шеин Р. А. Цифровая экономика как новая парадигма экономического развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2017. Т.13, № 10. С.1788-1804.

19. Чижов С.Ф., Семирна О.К. Проблемы и перспективы развития корпоративного риск-менеджмента в России // Экономика. Общество. Человек. Вып. XXXVII., Белгор. гос. технол. ун-т им. В.Г. Шухова; Белгор. регион. отд-е РАЕН. Белгород: Изд-во БГТУ, 2019. Т. 2. С. 226-230.

20. Шарандина Н. Л. Цифровая экономика как приоритетная национальная цель развития Российской Федерации: правовой аспект // Финансовое право. 2018. № 9. С.15-19.

21. Щетинина Е. Д., Борченко Ю. А. Риск-менеджмент как способ повышения конкурентоспособности предпринимательских структур // Белгородский экономический вестник. 2018. № 4. С. 73-77.

Голованева Н. М.

Научный руководитель: Секирина Н. В.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ С ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Законность осуществления операций с денежными потоками регламентируется законодательством и определяется на основе нормативно-правовых документов. На современном этапе функционирования экономики происходят существенные сдвиги, приводящие к изменениям в введении бухгалтерского учета. Это, прежде всего, связано с попыткой приблизить национальные Положения (стандарты) бухгалтерского учета к международным стандартам. Рассмотрим особенности нормативного регулирования операций с денежными средствами, как основу для ведения их учета.

Государственный уровень нормативного регулирования состоит из четырех подуровней: первый представляет государственные исходные правовые нормы, которые имеют наивысшую юридическую силу, а именно: Налоговый кодекс, Хозяйственный кодекс, Гражданский кодекс и Законы. Так, в частности, Хозяйственный кодекс регулирует договорные отношения между субъектами хозяйствования, ответственность за невыполнение договорных обязательств, а также регламентирует поведение субъектов при осуществлении внешнеэкономической деятельности. В нем также предусмотрено, что субъекты внешнеэкономической деятельности после уплаты налогов и сборов самостоятельно распоряжаются валютной выручкой от проведенных ими операций, кроме случаев, определенных нормативной базой.

Гражданский кодекс регулирует вопрос об использовании денежных средств, находящихся на банковских счетах, а также вопрос о сроке исковой давности дебиторской задолженности. Согласно ст. 1070 за пользование денежными средствами, находящимися на счете клиента, банк должен платить проценты, сумма которых зачисляется на счет клиента, если иное не установлено договором или Законом [8]. В Законе «О системе налогообложения в ДНР» раскрыта сущность

понятия "средства" и указано, что положительная курсовая разница от изменения курса включается в состав доходов, а отрицательная – в расходы. В п. 4.2 ст. 135 указано, что доходы по кредитно-депозитным операциям включаются в состав налогооблагаемого дохода предприятия [2].

Согласно ст. 1 Закона ДНР "О регистрации расчетных операций при осуществлении наличных и (или) безналичных расчетов № 177-ІНС от 06.05.2017, применять регистраторы расчетных операций обязаны все юридические лица (их филиалы, отделения, подразделения), а также физические лица – субъекты предпринимательской деятельности [1]. Согласно требованиям статьи субъекты хозяйствования, которые осуществляют расчетные операции в наличной и/или безналичной форме (с платежных карт, платежных чеков, жетонов и т. п.), при продаже товаров (предоставлении услуг) в сфере торговли, общественного питания и услуг, обязаны проводить расчетные операции на полную сумму покупки через зарегистрированные, опломбированные в установленном порядке и проведенные в фискальный режим регистраторы расчетных операций с распечаткой соответствующих расчетных документов, подтверждающих выполнение расчетных операций.

Основными нормативными документами, регламентирующими бухгалтерский учет операций с безналичными средствами, есть Законы, и в первую очередь, Закон "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в ДНР". Как отмечает Г.П. Голубничая, «Четкая организация процесса формирования учетно-аналитической информации на этапах выявления, измерения, регистрации, накопление, обобщение обеспечивается соблюдением принципа подчинения (взаимозависимости). Применение этого принципа дает возможность учитывать границы и структуры конкретных локальных учетных систем, что непосредственно влияет на объемы и качество самой информации» [5, с. 29].

Третий уровень – подзаконные акты, а именно Положения (стандарты) учета). П(С)БУ 1 «Общие требования к финансовой отчетности» определяет содержание и форму отчета о движении денежных средств и общие требования к раскрытию его статей. Операции со средствами в иностранной одной из важнейших составляющих монетарных активов, регламентируются. В П(С)БУ 21 "Влияние изменений валютных курсов" раскрыта сущность монетарных активов, однако отсутствуют критерии отнесения к ним отдельных экономических категорий. Еще одним существенным недостатком этого стандарта является его распространение на те

монетарные активы, которые выражены в иностранной валюте, в частности: на средства на валютном счете и наличность, непогашенную дебиторскую задолженность иностранного покупателя, векселя и финансовые инвестиции, если предполагается их погашение денежными средствами. Детальный анализ основных положений П(С)БУ 21 "Влияние изменений валютных курсов" и МСФО 21 "Влияние изменений валютных курсов", установил отсутствие существенных различий между этими стандартами, потому, что в основу национальных стандартов положены международные. Выявлены схожие черты, в частности в сущности термина "монетарные активы" и их составляющих, оценке монетарных активов в иностранной валюте на дату первоначального признания и необходимости определения курсовых разниц на отчетную дату и на дату осуществления расчетов. Наряду с этим выявлено, что отличительной чертой является то, что международный стандарт позволяет также применять курс, который приближается к фактическому валютному курсу на дату осуществления операции. Например, для всех операций, которые были осуществлены в иностранной валюте в течение недели или месяца, можно применить средний валютный курс этой валюты. В П(С)БУ 21 такого положения не предусмотрено.

Положение (стандарт) бухгалтерского учета 22 «Влияние инфляции» определяет порядок корректировки финансовой отчетности, которая обнародуется, на влияние инфляции.

Четвертый уровень освещает инструкции, которые выдаются на государственном уровне. Относительно нормативного регулирования безналичных расчетов, то основным документом, регулирующим механизм безналичных расчетов, их формы, стандарты документов и документооборот, является Закон ДНР "О регистрации расчетных операций при осуществлении наличных и (или) безналичных расчетов № 177-ІНС от 06.05.2017. Кроме этого Закона, существуют положения (в том числе и П(С)БУ 21), каждое из которых регулирует порядок осуществления расчетов с помощью векселя, чека, аккредитива и платежных карт.

Методические рекомендации по заполнению форм финансовой отчетности рассматривают вопрос раскрытия информации по статьям баланса (отчета о финансовом состоянии), отчета о финансовых результатах (отчета о совокупном доходе), отчета о движении денежных средств, отчета о собственном капитале [6]. Методические рекомендации по проверке сопоставимости показателей финансовой отчетности определяют сопоставимость данных финансовой отчетности между собой.

Таким образом, на основе проведенного исследования определено, что основными проблемами формирования качественной учетно-аналитической информации в бухгалтерском учете денежных средств и их потоков являются: отсутствие нормативных актов, регулирующих бухгалтерский учет монетарных активов, несовершенство нормативного регулирования бухгалтерского учета составляющих монетарных активов, что приводит к искажению информации о монетарных активах в национальной валюте. В настоящее время существует достаточно много нормативно-правовых актов, регламентирующих учет денежных средств и их потоков. Поэтому для более эффективной организации учета необходимо осуществить гармонизацию национального законодательства в соответствии с требованиями МСФО

Литература

1. Закон ДНР "О регистрации расчетных операций при осуществлении наличных и (или) безналичных расчетов № 177-ИНС от 06.05.2017, в редакции по состоянию на 17.12.2019.

2. Закон ДНР «О налоговой системе» № 99-ИНС от 25.12.2015, действующая редакция по состоянию на 01.05.2020.

3. Коблянская О. И. финансовый учет: учебное пособие / Коблянская О. И. 2-е изд., исправ. и допол. К.: Знание, 2007. 471 С. 694 «Молодой ученый». № 2 (54), февраль, 2018.

4. Гура Н., Кащенко Е. Порядок заполнения отчета о движении денежных средств прямым методом // Бухгалтерский учет и аудит. 2011. № 1. С. 25-30.;

5. Ивахив Ю. Финансовая отчетность как система раскрытия информации. [Электронный ресурс];

6. Пархоменко В. Представление информации о движении денежных средств // Бухгалтерский учет и аудит. 2010. № 8. С. 20.

Гречух С. И.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ДОХОДНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Проблема эффективности и доходности предприятий промышленного сектора является актуальной. Риск снижения доходности в условиях защитных мер и распространения

коронавирусной инфекции оказывает влияние на результаты работы и принятие решений руководством промышленных предприятий.

Промышленный сектор как совокупность промышленных предприятий имеет определяющее значение для экономики России. Это предприятия, которые занимаются добычей сырья (добыча нефти, газа), производством сырья (листовой металлопрокат, полипропилен), производством оборудования (станки, машины), переработкой сырья и материалов (в том числе других отраслей, сельского хозяйства) и изготовлением готовой продукции (потребительских товаров: хлеб, холодильник, мягкая игрушка).

Промышленный сектор несмотря на ускоряющийся рост сектора услуг в развитых и развивающихся странах, продолжает оставаться основными звеном экономики. На долю обрабатывающего производства в России приходится в среднем около 65% промышленного сектора. В каждой отрасли промышленности может быть свой средний уровень рентабельности, доходности производственно-хозяйственной деятельности.

Оценка эффективности и доходности производственно-хозяйственной деятельности важна не только для отдельного предприятия, но и для всего промышленного сектора экономики, так как эффективность промышленных предприятий в целом во многом определяет конкурентоспособность экономики России, развитие экспортного потенциала для «правильного» не сырьевого экспорта. В настоящее время в непростых условиях российской и мировой экономики в целом, особенно важно объективно оценивать эффективность и доходность производственно-хозяйственной деятельности предприятий промышленности.

Понятие «доходность» чаще применяют в отношении финансовых активов, инструментов фондового рынка, как показатель эффективности вложений. Для предприятий промышленности больше применимо понятие «эффективность» и «рентабельность».

Эффективность в широком смысле рассматривается как отношение результатов и затрат. Затраты промышленного предприятия связаны с использованием платных ресурсов для производства, таких как основной капитал (оборудование подвергается износу), трудовые ресурсы (рабочие, специалисты, руководители получают заработную плату), сырье и материалы. Следовательно, можно определить, сколько прибыли предприятие получило на каждый рубль затрат при использовании данных ресурсов. Кроме того, можно определить отношение полученного результата к общей стоимости имущества предприятия и к отдельным составляющим стоимости имущества –

рентабельность оборотных средств, рентабельность активов. Имущество предприятия формируется из разных источников, одним из которых является собственный капитал (уставный, резервный, добавочный, нераспределенная прибыль). Рентабельность собственного капитала важна для принятия решений в процессе стратегического инвестирования в финансовом менеджменте.

В публикациях специалисты рассматривают вопросы анализа эффективности использования ресурсов (основных фондов, оборотных средств, материальных затрат, трудовых ресурсов), эффективности производственной деятельности предприятия, эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия; в рамках анализа организационно-технического уровня предприятия затрагиваются вопросы оценки уровня управления хозяйственной деятельностью. Среди перечисленных и рассмотренных в научной литературе методик анализа оценке эффективности управленческой деятельности обособленного внимания не уделяется.

Методики оценки экономической эффективности можно разделить на группы, представители которых определяют методы оценки экономической эффективности с помощью: показателей; комплексной оценки эффективности (с расчетом и без расчета единого интегрального показателя); только оценки экономической эффективности производства.

Показатели первой группы: показатели эффективности использования производственных ресурсов: основных средств, материальных оборотных средств, средств в расчетах, трудовых ресурсов; показатели эффективности использования ресурсов, отражаемых в балансе; показатели эффективности финансовых вложений; показатели рентабельности – всего свыше 20 показателей расчета экономической эффективности.

Комплексная оценка эффективности предполагает использование групп методов: 1) без расчета интегрального показателя (эвристические методы), используется динамическое сравнение (горизонтальный анализ) показателей; пространственное сравнение; группировки показателей по разным признакам и др.; 2) комплексный показатель рентабельности активов.

Производственная эффективность основана на обобщающих показателях эффективности производства — индекса затратноотдачи, фондоотдачи, трудоотдачи (производительности труда).

По типу критериев и показателей методики оценки эффективности можно классифицировать следующим способом:

- методики на основе анализа стоимости капитала компании (её

рыночной капитализации);

- методики на основе анализа финансово-экономических показателей деятельности предприятия.

С позиции оценки эффективности управления (менеджмента, организации) В. А. Абчук [1] предлагает различать внутреннюю и внешнюю эффективность. Внутренняя эффективность - это экономичность управления, т. е. способность наилучшим (оптимальным) образом распределять и использовать имеющиеся ресурсы. Внешняя эффективность - результативность менеджмента, характеризующаяся степенью достижения организацией ее цели. Таким образом, критериями эффективности будут выступать количественные показатели (числа), характеризующие его результативность и экономичность.

Для оценки эффективности менеджмента В. А. Абчук предлагает использовать показатели дохода, прибыли, рентабельности, а также коэффициенты эффективности деятельности компании.

Г. Б. Казначевская, И. Н. Чуев, О.В. Матросова [4] понятие эффективности раскрывают следующим образом:

- способность достигать намеченных целей в запланированные сроки;
- цена ресурсов, затраченных на достижение цели;
- степень удовлетворения интересов различных групп и организаций.

Так, в компании «Газпром» определяются отраслевые и финансово-экономические КПЭ (ключевые показатели эффективности) (табл. 1).

Таблица 1 - Целевые и фактические значения КПЭ на 2019 г. [5]

| Наименование КПЭ | Целевое значение | | Степень достижения | | Причины отклонений фактических значений КПЭ от целевых |
|--|------------------|------------|----------------------|------------------------------|---|
| | Первоначальное | Уточненное | Фактическое значение | КПЭ, в% от целевого значения | |
| Финансово-экономические КПЭ | | | | | |
| Удельные затраты по бизнес-сегменту «Добыча», руб. за т у. т. | 926,5 | 869,27 | 873,24 | 99,5% | Снижение фактических объемов добычи газа относительно плановых на 0,2 % |
| Удельные затраты по бизнессегменту «Транспортировка», руб. на единицу товаро-транспортной работы в | 69,32 | 68,12 | 67,43 | 101% | Снижение фактических затрат газотранспортных дочерних обществ |

| тыс. м ³ на 100 км | | | | | |
|--|-------|---------------|-------|------|--|
| Окончание табл. 1 | | | | | |
| Снижение операционных расходов (затрат), % | 2 | Без изменений | 2,78 | 139% | Снижение контролируемых операционных расходов |
| Рентабельность инвестиций акционеров | 0,10 | Без изменений | 0,783 | 783% | Рост рыночной капитализации ПАО «Газпром» |
| Рентабельность акционерного капитала, % | 6 | Без изменений | 8,78 | 146% | Рост доходов от курсовых разниц, отраженных в составе финансовых доходов |
| Производительность труда, тыс. руб./человеко-час | 81,42 | 73,16 | 75,66 | 103% | Снижение расходов на приобретение газа на 8,3 % |

Целевые значения ключевых показателей эффективности (КПЭ) общекорпоративного уровня отражают наиболее важные параметры эффективности и результативности работы Компании в краткосрочном периоде и также подлежат утверждению Советом директоров.

Таблица 2 - Целевые значения КПЭ общекорпоративного уровня на 2020 г. [5]

| Наименование КПЭ | Целевое значение |
|--|------------------|
| Финансово-экономические КПЭ | |
| Удельные затраты по бизнес-сегменту «Добыча», руб. за т у. т. | 924,31 |
| Удельные затраты по бизнес-сегменту «Транспортировка», руб. на единицу товаротранспортной работы в тыс. м ³ на 100 км | 71,62 |
| Снижение операционных расходов (затрат), % | 2 |
| Рентабельность инвестиций акционеров | 0,10 |
| Рентабельность акционерного капитала, % | 6 |
| Производительность труда, тыс. руб./человеко-час | 75,19 |

Сложность данной оценки вызвана тем, что в настоящее время не существует единой методики оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности. Таким образом, каждая компания на свое усмотрение формирует ряд показателей, по которым оценивает эффективность деятельности в каждом периоде.

Литература

1. Абчук В. А. Менеджмент: учебник. СПб.: Издательство «Союз», 2002. 463 с.
2. Афанасьева А. А. Оценка эффективности деятельности

нефтегазодобывающего предприятия по системе ключевых показателей эффективности (KPI) // Молодой ученый. 2017. №31. С. 27-30.

3. Илюшина О. С., Стуколова Ю. К. Анализ методических подходов к оценке экономической эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый. 2017. №19. С. 127-131.

4. Казначевская Г. Б., Чуев И. Н., Матросова О. В. Менеджмент. Ростов н/Д: Феникс, 2013. 368 с.

5. Годовой отчет ПАО «Газпром» за 2019 год//<https://www.gazprom.ru/f/posts/77/885487/gazprom-annual-report-2019-ru.pdf>

6. Щербакова Н. С. Оценка эффективности деятельности предприятий ТЭК в современных экономических условиях // Вопросы экономики и управления. 2016. №5. С. 119-128.

Демин Д. А. Коротаева Т. В

*Самарский государственный экономический университет,
г. Самара, Россия*

ВЛИЯНИЕ СМИ НА СТРУКТУРУ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

На счёт воздействия СМИ на подрастающее поколение сообщают на сегодняшний день и заявляли гораздо раньше ученые различных профессий – социологи, культурологи, философы, психологи и другие. В области этой темы проводилось большое количество экспериментов и исследований. С трудом можно точно сказать, в достаточной степени ли обширно исследовано воздействие СМИ на развитие ценностных ориентаций, всё же данное явление более чем стремительно формируется. За предыдущие 20 лет СМИ возросли в охвате и заинтересовали большую аудиторию. Фактически у любого -и у подростка, и у взрослого постоянно рядом с собой то или иное СМИ – смартфон с доступом в интернет, возможность слушать радио и смотреть телепрограммы. Не говоря о телевизорах и компьютерах, имеющиеся в любом доме [1].

Ценностные ориентации – сложное общественное явление, характеризующее сосредоточенность и содержание деятельности человека, являющееся элементом структуры связей личности, определяющее общий подход человека к миру, к себе, вносящий смысл и направленность индивидуальным позициям, поведению, поступкам. Классические ценностные ориентации возникли на основании межличностной коммуникацией между людьми, их контакта с

коллегами, родственниками, в путешествиях, тем не менее, на данный момент с целью поиска и приобретения данных нет необходимости в выходе из дома. Фактически у каждого имеется Интернет, где информация изменяется и становится актуальной, по сути, каждую минуту, к тому же данные приносят телевидение и радио, множество газет, журналов. Тем не менее, необходимо устанавливать, что под влиянием СМИ встречается небрежное отношение к базовым информационным потребностям молодежи в пользу развития низменных интересов, не способствующие формированию социально активной, гуманистически ориентированной, образованной личности.

СМИ проявляют большое воздействие на молодых людей, по большей части образуя их жизненную позицию, жизненный уклад и культуру. Вместе с тем сведения, поступающие из телевизора и газет, не всегда оказываются правдивыми или безвредными. На молодое поколение, посредством телевидения, радио, Интернет, прессу и остальные СМИ, в обилии демонстрируется жестокость, насилие, порнография, скандалы и сплетни. Пропагандируется решение вопросов при помощи грубой силы, устремленность к большому материальному богатству и недобросовестному заработку, минуя применение необходимого труда. При помощи многих фильмов, текущими героями зачастую оказываются циничные и жестокие люди. В конечном итоге под воздействием отдельных новейших передач у молодого поколения развиваются ошибочные ценностные установки. Подрастающему поколению нравится осуществлять досуг в клубах, с намерением расслабиться, большое количество алкоголя и курения оказывается необходимостью современного веселья (2).

Большинство стремятся стать образованными, ноне все собираются смотреть, например, канал «Культура» по прошествии трудного рабочего дня, когда хочется элементарно «отключить» мозг? Передачи, совмещающие в себе развлекательные, информационные и аналитические основы, – решение в данной ситуации. Публика, принимающая обычное «Ток-шоу» может приобретать самому себе значительную информацию, находиться осведомленным в происходящих социальных процессах и в тоже время испытывать наслаждение от увиденного. Заряжаясь эмоциями передачи, человек переключается от своих проблем.

СМИ прямым и скрытым способом навязывают молодёжи понятие о досуге, интересах, потребностях, таким образом, воздействуя на развитие ценностей молодого поколения.

За последние 20 лет структура ценностей в российском социуме поменялась под влиянием политических, экономических, социальных

изменений. Переход к рыночной экономике вызвал отречение от бывшего мировоззрения, значит, и к переменам ценностных ориентаций. Структура неуправляемой социализации, содержащая, в числе прочего воздействие СМИ, привлекают молодёжь в информационное поле, таким образом, организуя новую иерархию нужд, интересов, в дальнейшем и изменённую систему ценностей. Об этом доказывают итоги исследований, показавшие, что, к примеру, «зарубежье» для подрастающего поколения наиболее интересна. По этой причине возникает стремление приобрести образование за границей либо в престижных вузах России, обладающих связями с иностранными ВУЗами [3].

Возросло количество дифференцирующих ценностей: «ложь во спасение», «яркая индивидуальность», «оценка своей жизни по индивидуальным критериям», «свобода выбора собственного пути». Дифференцирующие ценности невозможно определить как «отрицательные», однако такие ценности не помогают, ни внутри поколенной интеграции, ни диалогу поколений.

Формирование информационно - технической основы государства вызвало, в некотором роде, к присоединению России в мировое информационное пространство, представляющее из себя один из важных составляющих современной цивилизации, и стало одним из важных факторов в развитии личных характеристик молодого человека, из которых достаточно крупное значение имеют ценности [4].

СМИ обладают потенциалом введения в общественное сознание чуждых образов культуры и перемену поведения людей, социальных групп и некоторых народов в соответствии с целями использующих подобные технологии организаций и государств. Допустимость повиновения технологично прогрессивным странам формирующихся социальных систем вызывается политическим, экономическим и идеологическим направлением этих стран. Учитывая структурный функционализм Парсонса, отстранение от ценностей влекут к нарушению, в отдельных случаях и развалу системы. Ценности молодого поколения, как высшие принципы, основываясь на которых предоставляется согласие, как в малых социальных группах, так и в социуме в общем, перенося давление и трансформацию со стороны СМИ, обладающие частично западным направлением, содействуют деформации государственной системы. Следственно, требуются общественный контроль, препятствующий общественным отклонениям в системе, который вместе с процессами социализации подрастающего поколения гарантирует вхождение личность в социум.

Последние 5 лет молодое поколение проживает в

медиагизированном пространстве, составляющее его современное место проживания, реалии текущей культуры. СМИ, новейшие технологии – забралась в каждую сферу жизни. Медиа оказались существенной системой производства новейшей культуры, а не исключительно передаточным устройством. Попытка формирования «нового общества» посредством принуждения к идеалам, ценностям и нормам не характерных русской культуре, осуществляется при помощи распространения интернациональными кампаниями единого послания во всем мире. Мировые маркетинговые агентства обладают возможностью выполнения кампаний, во время которых любому рынку, в независимости от его географического места, распространяется одинаковое сообщение. Неадаптированные рекламные послания обладают большим влиянием на молодое поколение благодаря своей притягательности, применения иноязычных слов, нетрадиционным музыкальным сопровождением, необычность сюжета и т.д. Включается, как говорится, эффект повторения несущий за собой поставленные результаты достижения желанного [5].

Получается, молодёжи необходимо самостоятельно решить, что имеет наибольшую ценность. Скорое обогащение, какими угодно способами либо получение высшего образования, обеспечивающее способностью адаптации к актуальным социально - экономическим условиям, отвержение ранее ценных нравственных норм или же гибкость, приспособляемость к новой действительности, безграничная свобода межличностных отношений или традиционная семья как опора и т.д.

СМИ содержит молодое поколение в осведомлённости во всех возникающих событиях, именно поэтому, убирая "информационный голод"; СМИ увеличивает коллективную, включая и политическую культуру жителей; предназначается для совместного осведомления властей и населения; убирают общественную напряженность.

На данный момент вместе с видеоиграми распространённым досугом оказывается компьютерная сеть Интернет. Одним из отрицательных действий Интернета представляется обширная пропаганда разнообразной информации не надёжной значимости. Необходимо отметить о существовании информационных воздействий, напрямую угрожающие психическому или физическому состоянию человека. Нередко они образуют морально-психологическую обстановку в социуме, снабжают преступное общество и содействуют повышению количества психологических заболеваний.

Подросток имеет возможность по ошибке залезть на сайт, где будет расписано, как восхитительно кружат голову наркотики, какие

чудеса творит с организмом алкоголь или каким образом дома можно сделать настоящую взрывчатку. Даже на обычных, по первому впечатлению, сайтах во всплывающих рекламных окнах может быть представлена фотография обнаженного тела. О подобных подробностях должны быть в курсе и педагог и родители любого подростка, чей компьютер имеет доступ к Интернету. Учебное заведение гораздо чаще, чем родители, применяет программу, которая ограничивает использование детей Интернетом. Потому то, что благоразумно запрещается подросткам в школе, они легко могут получить дома в силу недостатка заинтересованности со стороны родителей к этому вопросу.

Достоинства Интернета заключаются в том, что там предлагается образовательный и полезный опыт, должное применение которого улучшает успеваемость в школе или институте. Однако и здесь имеются свои изъяны, к примеру, это ложная информация.

Принимая во внимание всё вышесказанное, возможно сделать заключение: потенциал СМИ велик: пропаганда, внушение, управление и тому подобное. С недавних пор СМИ представляются многими специалистами как известный неисчерпаемый ресурс всего негативного, стабильно воздействующий на ценности молодого поколения. Однако необходимо не забывать и о позитивных моментах: наличие познавательных телеканалов, знакомящих нас с миром прекрасного, о печатных изданиях, повествующих об искусстве во всех его проявлениях, несущих массу позитива.

Литература

1. Хаптаев Ф.Р. Роль СМИ в социальной работе. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.spf.bsru.ru>
2. Борухов Б.Л. Культура зеркал и зеркала культуры // Человек и мир. Саратов: Изд-во СИМСХ. 2010. С.79-32.
3. Киямова Л. У. Влияние СМИ на развитие мировоззрения молодежи // Актуальные проблемы филологии: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). Пермь: Меркурий, 2012. С. 96-97. [Электронный ресурс]. URL <https://moluch.ru/conf/phil/archive/128/2747/>
4. Влияние СМИ на формирование личности подростков как педагогическая проблема // Материалы IV Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. URL: <https://scienceforum.ru/2012/article/2012002509>
5. Андреев К.А. Влияние сми на сознание современной молодежи // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11.

[Электронный ресурс]. URL: <https://sibac.info//archive/humanities/11.pdf>
Дроздовская П. А., Жулин И. В., Савельева М. А.
Научный руководитель: Хомутова Н. Н.
*Северо-Западный государственный медицинский университет
имени И. И. Мечникова. г Санкт-Петербург, Россия.*

ФИЛОСОФИЯ ПОСТУПКА М. БАХТИНА КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Понятие «гражданское общество» тесно связано с категорией «общество» в качестве человеческой общности, как отмечает К.С. Гаджиев, однако эти термины не тождественны. Несомненно, развитие обоих явлений идет параллельно со становлением понятия «государство», но гражданское общество – исторический феномен, появившийся на определенном этапе уже существующих концепций государства и общества. Для утверждения этой концепции К.С. Гаджиев предлагает проследить формирование и развитие гражданского общества от его истоков.

Понятие гражданское общество коррелируется с естественным правом, выраженным в идее полиса. Эта проблема интересовала Аристотеля и Цицерона. В понимании античных философов, этот термин был равнозначен политическому обществу или государству. Равноценны были и статусы члена политики или государства, гражданина, так как эти положения человека подразумевают законную жизнедеятельность каждого участника общества. Законность охватывает все сферы жизни гражданина и, таким образом, достигается отсутствие возможности нанесения вреда одного человека другому. В Средневековье и Новое время начинает развиваться идея национального государства, которая формирует первые предпосылки к несоответствию статусов субъекта политического общества и гражданина. С развитием европейской философской мысли в области общества и политики во второй половине XVIII в. под государством и неотделимым от него гражданским обществом начинает подразумеваться институт, целью существования которого является преодоление естественного состояния. У Гоббса – как прекращение «войны всех против всех», у Локка – как разрешение споров по поводу того, что «никто не имеет больше другого», у Руссо – как урегулирование конфликтов о распределении частной собственности. Парадоксально при этом то, что законы государства, соблюдение которых способствует бессловесной договоренности, в то же время

препятствует полноценной индивидуализации субъектов. Проблема свободного волеизъявления, обусловленная чрезмерным развитием государства без отделения от него понятия гражданского общества, ставит под вопрос возможность самореализации. С этого этапа начинается закрепляться необходимость различения понятий государства и гражданского общества.

Интересен подход к данной проблеме таких мыслителей, как Алексис де Токвиль и Джон Стюарт Милль. Они находят полное разделение понятий государства и гражданского общества необходимым для достижения «по-настоящему демократической и социальной системы, в которой производительная собственность, статус и прерогативы принимать решения не подвластны частной сфере» [6, с. 22]. В этом случае проблема индивидуальности субъектов не поднимается, что делает подобный подход противоречащим необходимому индивидам самовыражению. К.С. Гаджиев, анализируя это направление, находит его угнетающим по отношению к личности и останавливается на концепции «государства против гражданского общества» Иеремии Бентама, Лоренца фон Штейна и Гегеля. В ней также различаются эти понятия, но присутствуют как сама проблема самовыражения, так и тенденции к ее преодолению. Очевидно, что гражданское общество не может существовать мирно без высшего надзора государства, так как субъекты во многом несопоставимы. При этом гражданское общество – намного более сложное единство, нежели совокупность индивидов, подчиненных моральным или государственным законам. Его нельзя назвать ни семьей, ни сугубо политической системой отношений. Гегель приходит к выводу об «абсолютном божественном принципе государства», которое призвано управлять своими гражданами, не ограничивая их свободу. Гражданское общество можно охарактеризовать как парадоксально свободное за счет подчинения государству социальное явление, представляющее собой намного более сложное единство, нежели регулируемый институт индивидов в естественном состоянии.

Развивая мысль Гегеля, Гаджиев уточняет момент, с которого об обществе можно говорить, как о гражданском. Политолог утверждает, что при принятии комплекса своих законных прав и свобод гражданин должен осознавать свою индивидуальность. Связь этих понятий проходит через следующую зависимость: самобытность индивида реализуется в свободе выбора его пути, в каждом поступке. На этом моменте Гаджиев окончательно проясняет взаимоотношения государства и гражданского общества, указывая на то, что гражданин свободен благодаря государству, однако им же неограничен. Это

происходит из-за ответственности за поступки перед другими субъектами, которая возлагается на каждого гражданина при совершении им любого действия.

Говоря о самореализации человека через его поступки, идеи Гаджиева перекликаются с идеями Михаила Михайловича Бахтина, создателя направления «философия поступка». Проблема поступка выступает центральной категорией нравственной философии Бахтина. По представлению мыслителя, человек по своей природе является «поступающим» созданием. Индивид не может иметь «алиби в бытии», то есть каким-либо образом суметь избежать выбора действия, потому что бездействие, ускользание от поступка, выбор «не выбирать» — это тоже поступок. Таким образом, не совершать поступок человеку возможно лишь находясь за пределами бытия, то есть не существуя, что априори невозможно [10, с. 36].

Кроме того, считая человека «этическим существом», философ приписывает ему свойство индивидуальной аксиологической и гносеологической реализации через свои деяния. В поступке формируется способ существования человека. При этом поступок не определяется установленными обществом этическими нормами - вся ответственность возлагается исключительно на самого человека: он сам решает следовать правилам или нет. В вопросах влияния на поступок жизненные обстоятельства, иначе говоря судьбы, мыслитель выступает противником фатализма: «Человек или больше своей судьбы, или меньше своей человечности» [3, с. 595]. Таким образом, человек – единственный «строитель» своего определяемого чередой поступков бытия. Обобщить вышесказанные идеи Бахтина можно приведя лаконичную цитату нашего современника, русского философа Б.В. Емельянова: «человеческое “я” приходит в бытие через поступок, и всё происходящее в мире есть результат человеческих деяний в каждом конкретном случае “участно ответственных”» [7, с. 595].

Однако нельзя сказать, что проблему поступка М. Бахтин рассматривал только в ключе отдельно взятой личности («я-для-себя»). Мыслитель выводит эту проблему на глобальный уровень путём разработки проблем «я-для-другого» и «другой-для-меня», где существенное место занимает феноменологический аспект «причастной вне находимости к чужому сознанию», «участное внимание к другому». Таким образом, «философия поступка» автора тесно связана с проблемой ответственности.

Ответственность хоть и является субъективным, но имеет вполне реальные и объективные основы. По Бахтину, признание своего «не-алиби» в бытии, то есть принятие на себя ответственности за поступки

всегда имеет в виду Другого: человек «бросает себя на самую свою собственную способность стать виновным» - способность отвечать за себя в бытии с другими [10, с. 36]. Здесь заложена этическая проблематика, определяющая формы и сущность взаимоотношений в обществе в целом.

Также автор не отрицает долг и рациональность, но для него они вторичны и привнесены извне. Так, например, долг для Бахтина выступает в роли формы осознания ответственности индивида за свой поступок. Философ говорит о «двусторонней ответственности»: «ответственности акта за свое содержание (“специальная ответственность”) и ответственности акта за свое бытие (“нравственная ответственность”）」 [11, с. 75]. И именно ответственность важна для содержания и понимания самого поступка для индивида.

Свобода и ответственность хоть и тесно связаны между собой имеют разное выражение в человеке. Свободу индивид может проследить в собственной независимости, а вот чувство ответственности приводит его к тому, что этот поступок, за который человек будет нести ответственность, может совершить только он сам. Такое понимание ответственности по философии поступка можно найти у М.М. Бахтина.

Философ пишет: «Я причастен бытию единственным и неповторимым образом, я занимаю в единственном бытии единственное, неповторимое, незаместимое и непроницаемое для другого место» [2, с. 112]. Из этого тезиса вытекает постулат уникальности поступка: мыслитель настаивает, что любое деяние, которое человек может совершить, является исключительным и бесподобным, «поступок... никем другим и никогда не может быть совершен». Отсюда резонно следует аксиома Бахтина: «единственность наличного бытия принудительно обязательна» [2, с. 126]. То есть уникальность действия индивида априорна, это следствие человеческой онтологии.

Через призму такого мировоззрения мыслитель критически оценивал окружающую его действительность: его крайне волновала потеря индивидуальности личности как следствие развития массовой культуры и диктатуры вышестоящих. При жизни Бахтина к его работам на данную тему власть относилась настороженно, в наше нынешнее время эта проблема приобретает новую форму и значимость. «Если в качестве субъекта ответственности выступает организация или целая сфера деятельности, то с индивида снимается всякая ответственность» [9, с. 131]. Превращение человека в элемент системы, в крупной корпорации или как обезличенная часть большого общества в

тоталитарном государстве, приводит к тому, что происходит рассредоточение ответственности каждого и обесценивание в их понимании собственных поступков. В итоге отсутствие ответственности ведет к деградации индивида до своеобразных простых актов жизнедеятельности, которые уже нельзя будет назвать поступками, так как если твой выбор ни на что не влияет, следовательно, наличие этого выбора иллюзорно, и у тебя его просто нет. При отсутствии выбора любое действие человека теряет свою ценностную ориентацию и уже просто не может быть поступком. Также, по мнению М.М. Бахтина, стереотипирование, создание моделей поведения и стандартизация делают человека экземпляром, приравнивая его к неодушевленной вещи. Это Бахтин считает недопустимым, так как факт лишения человека души приравнивается к прекращению «человеческого существования». Таким образом, умозаключению философов Бахтин и Гаджиева снова перекликаются: на этот раз в отрицательном отношении к попытке угнетения самовыражения человека.

Решить проблему обезличивания, по мнению М. Бахтина, возможно благодаря существованию в обществе множественности мнений, которое можно достигнуть путём диалога. По его словам, диалогические отношения «глубоко своеобразны и не могут быть сведены ни к логическим, ни к лингвистическим, ни к психологическим, ни к механическим, ни к каким-либо другим природным отношениям» [4, с. 303].

Человек представляется Бахтиным носителем некой идеи, своеобразным микрокосмом. Диалог есть не что иное, как столкновение мировоззрений, противостояние «Я» и «Другой»; это самое настоящее «бытие-событие». По мнению мыслителя, диалог, то есть плюрализм мыслей, строго обязателен для полноценного существования идеи. Иными словами, любая зародившаяся в сознании человека идея приобретает аксиологическую значимость лишь в процессе «эмоционально-волевого интонирования» как проявления «участного сознания» - то есть диалога. В результате идея утверждается как истинно ценная: из абстрактной формы она переходит во весьма конкретную, становясь общезначимой и приобретая свойство должностующе общего. Это позволяет ей закрепиться в рамках конкретного пространственно-временного промежутка [2, с. 136].

Стоит отметить особенности бахтинского диалога. Диалог представляется противостоянием с целью противостояния, динамичным духовным событием, не приводящим ни к какому устойчивому, конкретному предметному результату - он беспредметен

и бесконечен.

По мнению Бахтина, диалогические отношения – всесторонне охватывающий общественную жизнь феномен. Он пишет: «Диалог – это почти универсальное явление, пронизывающее всю человеческую речь и все отношения и проявления человеческой жизни, вообще се, что имеет смысл и значение» [1, с. 208]. Таким образом, Бахтин наделяет диалог гносеологической функцией: он способствует познанию сущности всех окружающих человека явлений.

Так и гражданская ответственность, являясь философской и этической категорией, представляется в форме диалога. «В идеале гражданское общество и государство должны работать в тандеме для одной цели...» [5, с. 73]. Диалог может происходить между индивидами одной социальной группы, между индивидом и целой группой, между группами, между группой и социальным институтом, между всем обществом и государством и так далее. Сама по себе гражданская ответственность подразумевает под собой необходимость соблюдение неких правил, норм, принципов. Выбор каждого индивида следовать или нет указанным требованиям подразумевает под собой выражение своего отношения к представленным к нему требованиям. В ответ от государства или общества он получает санкции, которые могут быть как положительными, так и отрицательными. Далее индивид снова становится перед выбором, подразумевающим то, как ему отнестись к этой санкции. В зависимости от того, как происходит каждая из частей диалога и отношения к ним социума или государства происходит внутренняя саморегуляция гражданского общества путем поиска компромисса на основе учета множественности мнений и поступков индивидов. Тут и осознание собственной ответственности индивида приобретает более важное значения, так как для корректного диалога и понятия сторон друг друга - нужно четко осознавать и свои действия, и свою ответственность за эти действия, а также иметь способность оценить поступки других индивидов.

Таким образом, М. Бахтиным были заложены основы глобального понимания диалогических отношений. По современным представлениям, понятие «диалог» зачастую отождествляется с «дипломатией», интерпретируемой как процесс переговоров, обязательно приводящий к результату, так или иначе удовлетворяющему интересы всех участников дискуссии. Становится очевидным, что неотъемлемой частью процедуры демократизации общественных отношений выступает именно публичный диалог, позволяющий прийти к согласию между государственными органами и представляющими интересы граждан общественными институтами. [8,

с. 13-15]. В современных дискуссиях о гражданской ответственности личности, вопрос самоопределения личности и нацеленности на гармоничное развитие связан с ее «социальной креативностью», коммуникацией [12] и развитием «ценностных оснований» и ориентаций в обществе [13, с. 77].

Таким образом, социальный диалог – это средство, позволяющее через совместное обсуждение насущных вопросов преодолеть пропасть: прийти от неизбежно приводящих к конфликту разногласий к взаимопониманию и, как следствие, к сотрудничеству.

Литература

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. Москва: Советская Россия, 1979. 318 с.

2. Бахтин, М.М. К философии поступка // Философия и социология науки и техники: ежегодник. 1984-1985. Москва: Наука, 1986. С.83-118.

3. Бахтин, М.М. Эпос и роман СПб.: Азбука, 2000. 300 с.

4. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. Москва: Искусство, 1979. 424 с.

5. Виттенберг Е. Я. Социальная ответственность гражданского общества: дискуссионные вопросы теории (Часть 1) // Социологическая наука и социальная практика, 2017. Т. 5. № 2. С. 63-76.

6. Гаджиев К.С. Концепция гражданского общества: идейные истоки и основные вехи формирования // Вопросы философии. 1991. № 7. С. 19-35.

7. Емельянов Б.В. Три века русской философии: Русская философия XX века. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2003. 692 с.

8. Зайцев А.В. Философия диалога и диалогика гражданского общества: истоки и сущность // Философская мысль. 2012. № 4. С. 1–53.

9. Исаев Д.И. Социальная ответственность в контексте идей М. М. Бахтина // Регионоведение. 2013. № 1 (82). С. 129-133.

11. Кривошеев А.В. Феноменологическая аналитика участного сознания М.М. Бахтина: «не-алиби в бытии» и «диалог» // Вестник Томского государственного университета. Томск, 2010. № 339. С. 36–42

12. Матвеев П.Е. Философия поступка М.М. Бахтина (опыт этической интерпретации) // Этическая мысль 2016. Т. 16. № 2. С.70–83.

13. Хомутова Н.Н. «Креативность» и «творчество» личности в обществе инноваций // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. 2012. № 3 (18). С. 92-97.

14. Хомутова Н.Н. Роль самосознания личности в становлении гражданственности // Вестник Волгоградского государственного

университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 2. С. 73-78.

Ерофеев Е. А.

Научный руководитель: Балаева А. Ю.

*Самарский государственный экономический университет
г. Самара, Россия.*

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ

После проводившейся приватизации предприятий в 90-е годы в России начала формироваться своя собственная система управления, которая вбирала в себя качества трёх основных моделей управления корпорациями. Как и у всех других моделей, российская модель также имеет ряд недостатков, одной из которых является отсутствие грамотной и эффективной дивидендной политики в связи с тем, что доминирующий собственник желает получить максимальную прибыль [1, с. 54].

Любой стиль управления компанией важен для дальнейшего его финансового состояния. Использование модели корпоративного управления — значит использование всего комплекса методов, которые позволяют использовать такие важные функции как контроль, планирование и организация компаний. Влияние корпоративного управления основывается на увеличении развития стратегических и оперативных решений компании для дальнейшего увеличения финансового состояния и его длительном существовании.

Одними из самых ярких примеров российской модели корпоративного управления являются ОАО «Ростелеком» и ПАО «МТС».

Рассмотрим российскую модель корпоративного управления на примере ОАО «Ростелеком».

Корпоративное управление ОАО «Ростелеком» – это целый организм, поддерживающий баланс между правами акционеров и действиями совета директоров и исполнительных органов в процессе управления компании.

Работа совета директоров компании направлена на увеличение прибыли Компании и её стоимости, обеспечение защиты прав и интересов её законных акционеров, а также обеспечение полной, достоверной и объективной публичной информации о компании. Члены совета директоров избираются ежегодно на общем собрании

акционеров компании посредством процедуры кумулятивного голосования.

Основные показатели 2019 г., млн руб.

| <i>млн руб.</i> | 2019 | 2018 | <i>Изменение</i> |
|--|---------|---------|------------------|
| Выручка | 337 421 | 320 239 | 5% |
| OIBDA | 106 526 | 100 900 | 6% |
| <i>% от выручки</i> | 31,6% | 31,5% | - |
| Операционная прибыль | 33 852 | 35 800 | (5%) |
| <i>% от выручки</i> | 10,0% | 11,2% | - |
| Чистая прибыль | 16 474 | 15 012 | 10% |
| <i>% от выручки</i> | 4,9% | 4,7% | - |
| Капитальные вложения без учета госпрограмм | 71 787 | 58 993 | 22% |
| <i>% от выручки</i> | 21,3% | 18,4% | - |
| Чистый долг | 212 748 | 186 712 | 14% |
| Чистый долг/OIBDA | 2,0 | 1,9 | - |
| FCF | 22 810 | 14 751 | 8 059 |

Рисунок 1 - Финансовые показатели «Ростелекома»

В феврале 2020 года «Ростелеком» представил аудированные финансовые результаты деятельности. Выручка компании увеличилась на 5% по сравнению с предыдущим годом, в 2019 году достигла 337,42 млрд рублей. «Ростелеком» завершил 2019 года с чистой прибылью в размере 16,47 млрд. рублей, что на 10% превосходит прибыль годичной давности. Чистая прибыль составила 4,9% от выручки против 4,7% в 2018 году [2].

В ходе исследования влияние корпоративного управления на примере ОАО «Ростелеком» было выявлено, что компания имеет стабильную ситуацию, прибыль растёт, прибыль по акциям увеличивается. Таким образом, российская модель корпоративного управления работает успешно, несмотря на то что всё же имеются свои

недостатки.

Рассмотрим также российскую модель корпоративного управления на примере ПАО «МТС».

Благодаря высокому потенциалу системы корпоративного управления, она постоянно развивается и ей удаётся поддерживать баланс интересов акционеров и руководства, а также осуществляет взаимодействие между ними на основе доверия, что показывает безупречная деловая репутация компании ПАО «МТС».

Показатели отчета о прибылях и убытках за 2018 и 2019 годы приведены с учетом деkonsолидации результатов бывшей дочерней компании МТС в Украине

| Ключевые показатели Группы МТС (млрд руб.)* | 4 кв. | 4 кв. | Изменение, % | 2019 | 2018 | Изменение, % |
|--|-------|-------|-----------------|-------|-------|-----------------|
| | 2019 | 2018 | | 2019 | 2018 | |
| Выручка | 127,1 | 122,0 | 4,1% | 476,1 | 451,5 | 5,5% |
| в том числе: Россия | 126,2 | 121,5 | 3,9% | 472,6 | 448,1 | 5,5% |
| Скорректированная OIBDA | 51,6 | 51,1 | 1,0% | 210,3 | 204,6 | 2,8% |
| в том числе: Россия | 53,3 | 53,0 | 0,5% | 214,6 | 209,2 | 2,5% |
| Операционная прибыль | 27,3 | 27,1 | 0,9% | 114,2 | 109,0 | 4,7% |
| Прибыль, относящаяся к акционерам Компании | 5,5 | 14,2 | -60,8% | 54,2 | 6,8 | 7,9x |
| Капитальные затраты | | | | 91,5 | 86,5 | 5,8% |
| Чистый долг ¹ | | | | 280,5 | 232,8 | 20,5% |
| Чистый долг / LTM | | | | 1,5x | 1,2x | н/п |
| Скорректированная OIBDA ² | | | | | | |
| Операционный денежный поток | | | | 106,7 | 154,4 | -30,9% |
| Свободный денежный поток | | | | 55,4 | 54,8 | 1,1% |
| Свободный денежный поток без учета выплат SEC/DOJ и денежных поступлений от продажи «ВФ Украина» | | | | 73,6 | 54,8 | 34,3% |

Рисунок 2 - Финансовые показатели МТС

Главным фактором системы корпоративного управления компании является система обеспечения соблюдения законодательства и иных требований. Компания постоянно совершенствует систему корпоративного управления, используя опыт других компаний, обращает внимание на последние изменения законодательства и передовых стандартов в этой области и вносит эти изменения в свою систему корпоративного управления. В рамках таких изменений в отчётном году была утверждена новая редакция Устава ПАО «МТС», новые редакции в положения всех процессов корпоративного управления.

В 2019 году выручка увеличилась на 5,5% по сравнению с предыдущим годом компания МТС достигла 476,1 млрд. рублей. МТС завершила 2019 год с чистой прибылью почти в 8 раз больше прибыли предыдущего года в размере 54,2 млрд. рублей. В России чистая прибыль поднялась на 45,3% до 99 млрд. рублей [3].

В ходе исследования влияние корпоративного управления на примере ПАО «МТС» было выявлено, что компания имеет стабильную ситуацию, выручка компании растёт медленными темпами, бизнес стабилен и особых драйверов для прорывного роста нет, компания стабильна. Модель корпоративного управления работает успешно, несмотря на то что всё же имеются свои недостатки.

Корпоративное управление направленно на долгосрочное развитие бизнеса, введение единых правил работы, вне зависимости от должности, строгую отчётность руководителей в рамках каких-то определённых задач, введению доверительных отношений между советом директоров и акционерами, в особенности для миноритарных акционеров. Правильное управление компанией минимизирует любые стратегические риски и тем самым компания более стабильна. Такой должна быть российская модель корпоративного управления.

Рассмотрев два ярких примера российской модели корпоративного управления можно заметить, что обе компании постоянно развивают корпоративный уклад своих фирм, поддерживают баланс между акционерами и руководством, ведут открытую экономическую политику тем самым привлекая внимание иностранных инвесторов. Обе компании уже существуют почти 30 лет и с каждым годом показатели компаний продолжают расти, это показывает слаженная работа сотрудников, благодаря единым правилам и нормам корпоративного управления.

Таким образом, ОАО «Ростелеком» и ПАО «МТС» это одни из тех компаний, которые постоянно совершенствуют свою систему корпоративного управления и тем самым развивают свои компании и обеспечивают им стабильность.

Литература

1. Экономика, управление, финансы: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2018 г.). Краснодар: Новация, 2018. 94 с.
2. Финансовые и операционные результаты деятельности «Ростелекома» за IV квартал и 12 месяцев 2019 г. [Электронный ресурс]. URL: https://www.company.rt.ru/ir/news_calendar/d454205/.
3. Финансовые показатели МТС [Электронный ресурс]. URL: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Финансовые_показатели_

МТС.

Заря А. С.

Научный руководитель: Севастьянова О. В.
*ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского»; г. Симферополь, Россия*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Управление персоналом представляет собой практическую деятельность, связанную с руководством людьми. Основным направлением такой деятельности является достижение целей и решение задач компании при помощи эффективного использования человеческих ресурсов, их способностей, талантов, опыта. Персонал – это личный состав организации, включая совместителей и сезонных работников, состоящий с организацией в отношениях договора о найме. Кадры же – это постоянный состав организации без совместителей и сезонных работников. Следовательно, понятие «персонал» более широкое, чем «кадры», так как обозначает социальную общность работников [4, с. 160].

Помимо этого, термин «персонал» отличается тем, что необходимо обращать внимание на личность человека, как работника. Суть управления персоналом состоит в обеспечении кадрового потенциала. Важность персонала на предприятии трудно переоценить, так как зачастую именно работники обеспечивают прибыль предприятию. Поэтому от их деятельности и заинтересованности в ней зависит состояние и дальнейшее функционирование всей организации.

В последнее время все чаще поднимается вопрос о повышении роли персонала организации в его успешной работе. Сейчас перед многими российскими предприятиями стоит ряд проблем, связанных с управлением персоналом, и от того, как они будут решены, во многом зависит будущее не только этих предприятий, но и всей экономики России [3].

Рассмотрим основные тенденции в управлении персоналом. Работник при выполнении своих обязанностей нацелен в первую очередь на получение необходимых ему благ: финансовых, материальных, духовных и т.п. Исходя из этого руководитель стремится увеличить заинтересованность сотрудников компании в получении нужных ему благ, и тем самым, повысить производительность персонала и его труда. Для этого руководители используют различные способы стимулирования и повышения мотивации работников к труду

- это одна из основных тенденций развития управления персоналом. Также повышению производительности труда и, как следствие, улучшению адаптационной способности предприятия к условиям современной рыночной экономики способствует неформальное общение руководителей со своими подчинёнными [7, с. 17]. Наличие неформального общения также рассматривается, как один из современных трендов в работе с персоналом.

Помимо этого, выделяют следующие современные тенденции:

- работа вне офисов и удаленное управление персоналом – один из новейших трендов, включающий в себя коммуникации и контроль за работой персонала. При удаленной работе персоналу необходимо быть более активным для создания грамотной и эффективной коммуникации. Поэтому компании, грамотно создающие условия для удаленной работы, уже сейчас демонстрируют показатели текучки на 25% ниже остальных [8];

- создание благоприятной обстановки внутри коллектива, позволяющей мотивировать сотрудников. Данная тенденция включает в себя повышение доверия к руководству и ответственности персонала;
- наличие развлекательной активности (проведение корпоративных праздников, что приводит к сближению коллектива организации);

- увеличение темпов автоматизации;
- цифровая трансформация специальностей;
- гибкая оплата труда, как способ мотивации к повышению производительности;

- создание цифровых рабочих мест. Преимущества данной тенденции в следующем: развитие инноваций, стимулирование креативного мышления персонала, увеличение продуктивности сотрудников, привлечение и удержание сотрудников, возможность работы вне офиса, повышение комфортности работы персонала.

Для успешной работы предприятия руководителю необходимо учиться грамотно управлять трудовыми ресурсами, так как они являются частью кадровой политики. В настоящее время выходцы из структур кадрового менеджмента в основу современной концепции управления в первую очередь ставят человека. В ближайшем будущем считается, что управленцы и персонал будут занимать лидирующие позиции в управлении. Другими словами, каждый директор – это директор по кадрам, каждый управляющий – это управляющий персоналом [1].

Таким образом, управление персоналом должно базироваться на рациональном и четком управлении человеческими ресурсами

предприятия, на стимулировании и повышении его мотивации к труду. Процесс развития управления персоналом и становления специализированных служб, которые постепенно приобретают значимость и влияние внутри самой организации, зачастую происходит противоречиво [2, с. 94]. Основными трудностями, с которыми сталкиваются руководители при управлении персоналом на предприятии являются:

- отсутствие финансовых ресурсов,
- низкая заработная плата на предприятии,
- высокое предложение рабочей силы,
- отсутствие четкой структуры организации,
- отсутствие квалифицированных специалистов,
- непонимание важности управления персоналом руководителями всех уровней на предприятии.
- конфликтные ситуации между сотрудниками,
- низкая эффективность персонала.

Существуют общие проблемы управления персоналом, присущие всем предприятиям, такие как: текучесть кадров, слабая система мотивации, организация работы сотрудников, низкая производительность труда [6].

За последнее десятилетие частой проблемой в сфере управления персоналом является недостаточное понимание социальной значимости организации ее сотрудниками и руководителями. Это приводит к тому, что стратегические цели организации не достигаются в должной мере. Также следует заметить, что непонимание персоналом своих обязанностей; ролей, которые они выполняют на предприятии; ответственности, которую они несут за выполнение или невыполнение действий приводит к столкновению интересов и конфликтным ситуациям внутри коллектива, что негативно сказывается на работе персонала и всей организации в целом.

Для решения данной проблемы руководителям необходимо: во-первых, работать с персоналом, пытаясь понять основные мотивы и причины их поведения, во-вторых, нужно относиться к персоналу, как к основному ресурсу предприятия, рационально управляя их знаниями и силами, так как благодаря их деятельности организация может достичь успеха во многих сферах.

Еще одной проблемой, связанной с работой персонала является непонимание различий между трудовыми и иными ресурсами предприятия. Главной особенностью персонала является его способность к постоянному развитию, самосовершенствованию, самореализации, а также, возможность его длительного сотрудничества

с фирмой. Учитывая всю специфику работы с персоналом руководство предприятия должно уделять всё больше внимания к эффективности использования человеческих ресурсов.

Наиболее перспективными направлениями развития управления персоналом в России являются внедрение оптимистичного и пессимистичного сценариев. При оптимистичном сценарии менеджеры по персоналу будут руководить сотрудниками и отвечать за результаты руководства. При таком сценарии важно обратить внимание на обучение персонала, так как знания, опыт, труд являются важнейшими элементами конкурентоспособности организации. Основная идея концепции – для эффективного управления персоналом менеджеру 21 века необходимо одно – быть лидером [5, с. 17].

При реализации оптимистичного сценария создается технологическая база для развития информационного общества. Главным преимуществом является творческий подход к выполнению обязанностей. Помимо этого, образование, повышение квалификации, увеличение заработной платы инициируют развитие управления персоналом в российских организациях.

При оптимистичном сценарии особое внимание уделяется совершенствованию системы стимулирования и мотивации персонала. Наиболее действенными способами стимулирования в РФ являются: проведение мероприятий для сплоченности коллектива; увеличение заработной платы; возможность профессионального роста и продвижения по карьерной лестнице.

При пессимистичном сценарии управление персоналом находится под контролем линейных менеджеров. Но при наличии конфликтных ситуаций между ними появятся разногласия между другими подразделениями предприятия. Такой сценарий управления персоналом мотивируется, в основном, личными и материальными потребностями персонала и менеджеров.

Управлением персонала называется целенаправленное взаимодействие руководителя с сотрудниками предприятия для достижения цели наиболее полного использования трудовых ресурсов и человеческого потенциала, что, в свою очередь, приведет к повышению эффективности работы организации. Любое предприятие сталкивается с проблемами в управлении персоналом. Трудностей в данной области может быть много и все они разнообразны.

При столкновении с ними руководителям необходимо понимать, что степень их развития и влияния на организацию разная, а человеческий труд – это ценный ресурс предприятия, помогающий ему конкурировать с другими предприятиями в современных условиях

рыночной экономики. Следует акцентировать внимание на том, что сотрудников нужно развивать в профессиональном плане, мотивировать их к улучшению своей деятельности. Заинтересованность руководителей своими подчинёнными достаточно повысит их мотивацию к труду. Перспективными направлениями развития управления персоналом являются пессимистичный и оптимистичный сценарии. Наиболее оптимальным считается оптимистичный. Основной его целью является повышение эффективности используемых методов для стимулирования труда и внедрение новых.

Литература

1. Бизнес-журнал «ChiefTime». [Электронный ресурс].URL: <http://www.chief-time.ru/index.php> (Дата обращения 12.06.2020 г.).

2. Денежкина А.В. Проблемы развития управления персоналом в организации // Вестник Омского государственного университета. 2004. С. 94-96.

3. Зайнагуднова А.Н., Галеева З.Ф., Егоров В.А. Проблематика управления персоналом организации в России // Научно-практические конференции ученых и студентов с дистанционным обучением. 2015.

4. Кузнецов Д.А. Управление персоналом организации: его сущность, основные проблемы и новые подходы их решения // Лидерство и менеджмент. 2016. Том 3. №3. С 159-170.

5. Сафоев Ф.Г. Перспективы развития управления персоналом в России // Челябинский гуманитарий. Челябинск: Южно-Уральский государственный университет. 2014. №1 (26). С. 17-20.

6. Сливка Е., Сидорец Л. Современные проблемы управления персоналом организации // Научная конференция. [Электронный ресурс]. URL:<http://oldconf.neasmo.org.ua/node/3011> (Дата обращения 12.06.2020 г.).

7. Современные проблемы и тенденции развития экономики, управления и информатики в 21 веке»: сборник научных статей по материалам научно-практической конференции с международным участием / под редакцией Шаминой Л.К., Шаш Н.Н., Соснило А.И., Соловьевой Е.О., Пузановой О.П., Креера М.Я., Чирковой М.Ю., Волокобинского М.Ю., Майоровой Е.Ю. СПб: Санкт-Петербургский филиал Финуниверситета. 2016. Т. 1. С. 279 – 282.

8. Усова А. Последние тренды удаленной работы с крупнейшей конференции по управлению удаленными командами RunningRemote 2019. [Электронный ресурс] URL:<https://vc.ru/hr/76799-poslednie-trendy-udalennoy-raboty-s-krupneyshey-konferencii-po-upravleniyu-udalennymi-komandami-running-remote-2019> (Дата обращения 14.06.2020 г.).

Идеменова О. С.
Научный руководитель: Измайлов А. М.
*Самарский государственный экономический
университет, г. Самара, Россия*

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Информационная разработка дает собой процесс, в котором используются механизмы и способы сбора, передачи и обработки данных, важных для получения инфы свежего важного значения об информационном продукте, коим имеет возможность быть процесс, объект или же появление. Ведущей целью информационной технологии считается передача инфы для ее анализа и выработка надлежащих заключений. Внедрение цифровых технологий значимо воздействует на конкурентоспособность фирм, значимо сокращает транзакционные потери, толика коих в структуре всех расходов фирм развитых государств оформляет больше 50 %, в РФ данный показатель ещё повыше.

Теоретической основой цифрового бизнеса считается реинжиниринг бизнес-процессов, допускающий важное сокращение расходов времени и человеческих ресурсов, подъем мобильности персонала, скорейшее внедрение свежих технологий и многое другое.

В нашей стране в настоящее время есть главные бумаги, которые определяют совместную стратегию становления экономики в рамках передовых цифровых технологий. К ним относятся: программка нашей страны «Информационное разговор (2011-2020 гг.)», Стратегия становления ветви информационных технологий в Русской Федерации на 2014-2020 гг. и в возможности до 2025 года. В плане располагается стратегия становления информационного общества в Русской Федерации.

В 2017 году Министерство коммуникаций и связи нашей страны подготовило программку «Цифровая экономика», направленную на то, дабы убавить отставание нашей страны в области больших технологий. Программой учтены надлежащие направленности: государственное регулировка, информационная инфраструктура, изучения и разработки, воспитание и кадры, информационная защищенность, государственное управление, мудрый мегаполис и цифровое здравоохранение.

Тест веяний становления цифровой экономики в иностранных государствах выделяет вероятность отметить ее главные направленности. К ним возможно отнести: большое воздействие

цифрового раздела экономики; общее втягивание людей в использование цифровых технологий; стимулирование бизнеса при применении цифровых технологий, тем более в социально важных отраслях; внедрение цифровых технологий в решении массовых задач, этих как экология, интернациональное сотрудничество; вербование населения к применению цифровых технологий и многое другое.

Всевозможные виртуальные цифровые ассистенты и собеседники. Например именуемые чат-боты уже в реальное время несомненно помогли фирмам значимо увеличить степень обслуживания в части сервиса покупателей. Чат-боты дают возможность изготавливать обычный сервис покупателей без использования человеческих ресурсов (что понижается издержки компании), нередко степень сервиса этих роботов на порядок повыше, чем сервис рядовым сотрудником. В последующем намечается сделать виртуальных помощников, которые готовы различить тон, оглавление воззвания и настроение покупателя для выстраивания действенной стратегии ведения диалога.

Самое большое использование в экономике цифровых технологий, возобновившиеся в конце 20 века, позволяют производить речь о «цифровой революции». Можно отметить подходящие характерные черты цифровых технологий:

- самые маленькие издержки на трансфер сетевого сигнала в масштабах сетевой организации;
- шанс возведения гибких многоуровневых систем, например, как в рамках цифровых технологий замен меж отдельными приборами оправдывается на основе стандартизированных протоколов;
- наличие большого числа сервисов для покупателей, комфорт интерфейсов;
- способность не лимитированного проигрывания сигнала без вреда для качества;
- наличие большего числа всевозможных типов информации;
- большой степень обработки, передачи и сбережения цифровых сигналов.

Абсолютными плюсами цифровых технологий считается то, собственно, что они быстро дают доступ к необходимой информации, обеспечивают вероятность розыска по нескольким показателям. Не считая такого, одновременный доступ к инфе имеют незамедлительно большущее количество людей. Благодаря этому, мы стали более развиты, а именно: больше читаем, познаем что-то новое, можно даже работать удаленно и это прекрасно. Так же есть много функций, мы можем сходить на виртуальную галерею или не выходя из дома заказать

еду, что не мене важно.

Исходя из такого, собственно, что цифровая экономика бесспорно считается новой фазой становления экономики, основанием которой работает группировка вещественных и цифровых объектов в общественно-экономической системе, возможно устроить вывод, собственно что как раз это группировка приводит к расширению сетевых коммуникаций и резвому объединению людей и явлений. Это важный элемент экономики и к нему нужно относиться серьезно.

Не обращая внимания на очень резвое становление, цифровая экономика располагается на стадии огромного развития, и в сфере бизнеса отсутствует целое представление о цифровизации в коммерциале. Проведенные южноамериканскими экономистами изучения, базирующиеся на основе выборочного опроса основных глав 50 больших вселенских фирм с оборотом от \$1 млрд. показали, что уровень применения ИТ-технологий варьирует от стадии развития до широкого применения. На базе выборочного опроса были уделены составляющие внедрения цифровых технологий в сферу бизнеса, разбитые на 3 группы.

К 1 группе возможно отнести:

- познание покупателя как клиенты, предполагающее, собственно что фирмы воплотят в жизнь инвестиция средств в компанию системы, осуществляющей сбор инфы о клиентах;
- контакт с покупателем, который достигается с поддержкой применения мобильных приложений для вербования покупателей, зрелищных демонстраций на мониторах в многолюдных пространствах, удаленного обслуживания;
- организация точек контакта с покупателями.

Для данных целей формируются аккаунты, особые группы в общественных сетях, веб-сайты, на коих исполняется заявка продуктов на дом.

2-ая группа подразумевает присутствие элементов, которые содействуют преобразованию операционных процессов фирмы. К ним относятся:

- ИТ-автоматизация;
- внедрение удаленного режима работы;
- реорганизация системы управления, связанная с тем, собственно что в итоге применения цифровых технологий главный персонал содержит вероятность,

3-я группа применения цифровых технологий подразумевает модификацию бизнес-моделей фирмы, осуществляемую по грядущим направленностям, а как раз:

- цифровая модификация бизнеса, к примеру, дублирование картонного документа его электрической версией в интернете;
- организация свежего цифрового бизнеса;
- цифровая глобализация, допускающая группировка интернациональных фирм в единственную массовую сеть с поддержкой ИТ-технологий.

Цифровые технологии базируются на обособленном варианте предоставления материала при помощи числа, которое по сути собственной считаются носителями материала. Внедрение технологий в медицине (называемое телемедициной). Это назначение, на которое уже успели направить забота вселенские фавориты в сфере предпринимательства (например, Amazon), считается одним из более быстрорастущих частей здравоохранения. Ведущей задачей технологии телемедицины считается стремительная предоставление врачебной инфы для телекоммуникационным каналам. В будущем намечается общее внедрение систем дистанционного исследования за прикованными к кровати, предложения консультаций как в режиме реального времени, например и отложенном режиме, проведение неотложных операций с поддержкой их трансляций искусным спецам в области медицины и получения консультаций от них.

В то же время, нужно обозначить, собственно что время от времени в РФ обычно есть неприятие цифровых технологий. Не считая такого, почти все главы фирм не желают от применения цифровых технологий по причине их стоимости, не беря в расплата выгоды, которые вполне вероятно получить от их применения.

Внедрение ИТ-технологий в бизнес делится на надлежащие рубежи:

- подготовка;
- размораживание;
- внедрение;
- укрепление.

В момент учебы главы фирмы проводят детализированный тест, определяют стратегии планируемых перемен, ассоциируют текущее положение фирмы с предсказуемыми впоследствии воплощения цифровой модификации.

В процессе размораживания случается подготовка служащих к планируемым переменам. Ассоциация с персоналом исполняется по грядущим направленностям:

- систематические контакты глав с серьезными за внедрение цифровых технологий и их пользователями;
- постоянное и непрерывное рассмотрение процессов применения

информационных технологий менеджерами и другими служащими;

Не сможете отыскать то, собственно, что для вас нужно? Вспомните обслуживание подбора литературы.

- проведение изучения служащих свежим технологиям;
- внедрение навыков умения иных фирм, имеющих навык умения внедрения цифровых технологий.

Важной гранью и рубежом внедрения ИТ-технологий считается их укрепление, заключающееся и основываясь в обосновании соотношения, несоответствия или же неполного выборочного соотношения цифровых технологий притязаниям фирмы.

Внедрение цифровых технологий организациями базируется на программном обеспечении и ИТ оснащения. Денежные и технологические наказания зарекомендовали сильную подневольность русской энергетики и банковского раздела от зарубежного программного обеспечения и ИТ оснащения. По воззрению создателя изучения, одним из приоритетных направлений в области разработки русского программного обеспечения. Цифровые технологии очень важны в наше время, без них не обойтись. Поэтому внедрение их в нашу жизнь благоприятно влияет на наше существование.

Числовые схемы – такая основная для шифровки и передачи информации разрывная система, позволяющая выполнять множество неоднозначных проблем после кратчайших интервалов времени. Собственно, быстроедействие и универсальность данной схемы приготовили ИТ-технологии сегодня востребованными.

Внедрение технологий в медицине (называемое телемедициной). Это назначение, на которое уже успели направить забота вселенские фавориты в сфере предпринимательства (например, Amazon), считается одним из более быстрорастущих частей здравоохранения. Ведущей задачей технологии телемедицины считается стремительная предоставление врачебной инфы для телекоммуникационным каналам. В будущем намечается общее внедрение систем дистанционного исследования за прикованными к кровати, предложения консультаций как в режиме реального времени, например, в отложенном режиме, проведение неотложных операций с поддержкой их трансляций искусным спецам в области медицины и получении консультаций от них.

Современный мир проворно развивается, технологии с любым годом делаются все больше безупречными, собственно, что отображается на мире кругом нас. Эти технологии заменяют обстоятельства жизни людей и их финансовое поведение, и, естественно, оказывают колоссальное воздействие на сферу

предпринимательства и бизнес в целом. И с любым годом уровень такого воздействия на жизнь населения земли станет возрастать все больше резвыми темпами. Одной из более проворно развивающихся областей науки считается область цифровых технологий.

Обилие числовых устройств в любом таунхаусе безостановочно увеличивается. Компьютеры, смартфоны, домашняя авто электроника – тягостно отрекомендовать сегодняшнюю действенность кроме сходственных гаджетов. Числовые схемы – такое неповторимое явление, что в последнее десятилетие абсолютно изменил жизненный стиль любого обитателя планеты. Экспериментаторы утверждают, что внедрение научно-технических новинок с каждым годом будет протесниться всегда больше прыткими темпами. На повсеместное распределение электричества в XX веке ушло 30 лет, а планшетные компьютеры поместились в обиход за 3-4 года.

Говоря о надобности и необходимости применения действенных цифровых технологий, нужно отметить, что интенсивное их внедрение в прогрессивной экономике тянет за собой и обеспечение их высочайшего свойства, а еще обеспечение изучения им служащих. В связи с этим следует отметить главные факторы, дозволяющие оценить удачи применения цифровых современных технологий. К ним относятся, во-первых, уровень распространения цифровых технологий, а, во-вторых, способности нахождения пропорции между цифровой и нецифровой экономикой, что во многом связано со складом ума отдельных групп населения и, нередко, необоснованно гигантскими расходами, связанными с внедрением и сервисом цифровых технологий.

На удачи или, напротив, на неуспехи применения цифровых технологий в значимой степени влияет конструкция финансов и вложений в ветхие технологии, налоговая система, квалификация персонала, система переустройства, происходящие в системе науки и образования.

Опираясь и базируясь на эксперименте развитых, коммуникационных государств возможно сконструировать моменты, способствующие развитию цифровых технологий. К ним возможно отнести:

- дополнение передовой и прогрессирующей инфраструктуры программным обеспечением;
- создание и строительство способностей применения цифровых технологий;
- побуждение и стимулирование духа творчества и предпринимательства в применении цифровых технологий;

- становление партнерских отношений.

Литература

1. Батоврина Е.В. Информационные технологии в управлении предприятием // Доктрина и практика управления: свежие расклады. М.: Институтский гуманитарный лицей, 2016. 217 с
2. Берестнева О.Г. Информационные технологии в науке, управлении, общественной сфере и медицине: сборник научных трудов Интернациональной научной конференции «Информационные технологии в науке, управлении, общественной сфере и медицине»/ Доля II / под ред. О.Г. Берестневой, О.М. Гергет; Государственный исследовательский Томский политехнический институт. Томск: Изд-во Томского политехнического института, 2017. 397 с.
3. Громов Ю.Ю., Дидрих И.В., Иванова О.Г., Ивановский М.А., Однолько В.Г. Информационные технологии: учебник. Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. 260 с.
4. Демьянова О.В. Информационные технологии // Трудности прогрессивной экономики. 2018. №1 (33).
5. Каткова Л.А. Информационно-технологическое перевооружение системы управления предприятием как момент увеличения конкурентоспособности фирмы. // Доктрина и практика социального становления. 2017. №8.
6. Котова В. А. Абстрактные и методические почвы реструктуризации бизнес модели промышленного фирмы: предпроектная стадия: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ Самарский. гос. эконом. ун-т, 2016. С. 171.
7. Круглова О.В. Информационные технологии в управлении: учебное пособие. Дзержинск: изд-во «Конкорд», 2016. 134 с.
8. Лбов Г.С., Полякова Г.Л. Информационные технологии в современной коммерции // Вестник Сибирского муниципального аэрокосмического института имени академика М.Ф. Решетнева. Красноярск, 2017. Т.31. №5. С. 42-45.

Кантеева А. А.

*Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал)
СКФУ, г. Пятигорск, Россия*

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ

Управление имеет важное значение для организованной жизни и необходимо для управления всеми видами управления. Хорошее

управление является основой успешных организаций. Управление жизнью означает выполнение задач для достижения жизненных целей, а управление организацией означает выполнение задач с другими людьми и через них для достижения поставленных целей.

Управление – это набор принципов, касающихся функций планирования, организации, управления и контроля, а также применения этих принципов для эффективного и действенного использования физических, финансовых, людских и информационных ресурсов для достижения целей организации [2, с. 28].

Многие управленческие мыслители определяют управление по-своему.

По словам Ф. У. Тейлора, «Менеджмент – это искусство знать, что делать, когда делать, и видеть, что это делается наилучшим и самым дешевым способом».

По словам Гарольда Кунца, «Менеджмент – это искусство делать вещи через людей и в формально организованных группах. Это искусство создания среды, в которой люди могут выступать и индивидуально, и могут сотрудничать для достижения групповых целей.

Использование технологий в управлении. Компании и сотрудники больше, чем когда-либо, полагаются на технологии, помогая создавать эффективные методы ведения бизнеса. Сегодняшним бизнес-менеджерам должно быть комфортно изучать новые технологии и развиваться с изменениями, такими как общение по электронной почте или Skype, если это необходимо.

По мере того как технологии продолжают развиваться, становится все меньше нецифровых альтернатив повседневной деятельности, которые позволяют предприятиям работать на конкурентной основе.

Современные технологии предлагают множество эффективных инструментов и приложений, которые менеджеры могут использовать при надзоре за коммуникацией или управлении и организации рабочих нагрузок персонала [5, с. 32].

Используя многие из этих бизнес-решений, сотрудники могут обучаться через онлайн-семинары и часто задаваемые вопросы, что облегчает внедрение, как никогда раньше, с минимальными простоями и, в конечном итоге, приводит к повышению производительности труда сотрудников.

Аналитика данных – это процесс выбора соответствующих данных с целью исследования и принятия решений на основе информации, которую она предоставляет. Этот анализ делается для того, чтобы подтвердить или опровергнуть текущие бизнес-предположения и

улучшить принятие решений в бизнес-среде, а также выполнить операции по обслуживанию бизнес-функций. Объем данных, которые бизнес имеет потенциал для агрегирования и использования для повышения эффективности, просто поражает – рыночные тенденции, поведение потребителей, демография, розничные продажи, цены конкурентов. Кроме того, разработка онлайн-аналитических систем обработки (OLAP), таких как OracleExpressServer, позволил более легкий доступ для просмотра и выбора данных, чтобы сравнить их с другими отчетами. Программное обеспечение Oracle также может хранить и сообщать файлы заработной платы для каждого сотрудника в дополнение к другим операциям с персоналом.

Пример ключевой области, в которой анализ данных может быть полезен, – управление рисками предприятия (ERM). Обладая необходимыми знаниями и опытом, руководство может устранить избыточные системы и другие факторы операционного риска, которые могут лишить прибыли, если их не заметить. Чтобы предоставить предприятиям возможность доступа к информации, информационные системы управления рисками используются для управления и обработки специализированных данных в попытке изучить контроль рисков и финансирование рисков. ERM также может помочь выявить упущенные возможности на рабочем месте или в отделах, где затраты на обслуживание превышают рентабельность.

В настоящее время многие люди работают на удаленке, следить за сотрудниками стало сложнее. Только с использованием технологий руководство может рассчитывать на получение точного барометра, с помощью которого можно измерить результаты работы удаленных работников или спутниковых офисов. TimeDoctor – один из примеров программы, используемой для отслеживания того, над чем конкретно работают сотрудники и сколько времени они потратили на выполнение этих задач. Чтобы расширить сотрудничество, TimeDoctor используется для управления посещаемостью и повышения производительности онлайн-персонала, чтобы помочь им стать высокоэффективными [5, с. 52].

Другой альтернативой является Toggl, онлайн-инструмент для отслеживания времени, который прост в настройке и использовании. Он интегрируется с инструментами управления проектами, такими как Basecamp, и может работать из любого места с доступом в Интернет. Этот инструмент позволяет легко создавать отчеты на основе времени, затраченного на конкретные проекты или команды сотрудников. Кроме того, он совместим с любой операционной системой, и есть приложение для пользователей iPhone и Android, если они должны быть вдали от

своих компьютеров.

Инструменты обмена также доступны для сотрудников, чтобы иметь возможность поделиться своим экраном с менеджерами, чтобы добавить визуальный аспект при объяснении определенных задач. Такие инструменты, как TeamViewer, дают менеджерам возможность лучше отслеживать прогресс и эффективность работы своих спутниковых сотрудников. Другие известные методы онлайн-сотрудничества включают в себя:

JingProject: обменивайтесь снимками экрана и видео на рабочих столах, которые могут включать закадровые комментарии или аннотации для обмена информацией, простое компьютерное приложение, которое требует единой установки

Диск Google: электронные таблицы в одном месте для одновременного извлечения несколькими людьми, альтернатива документам Excel или Word

Dropbox: простой способ делиться и хранить документы, к которым могут обращаться сотрудники

SharePoint от Microsoft: безопасное место для хранения, организации, обмена и доступа к информации практически с любого устройства

Управление проектом включает в себя множество аспектов, включая управление бюджетом и сроками, задачи отслеживания и оптимизацию коммуникации. Команды, независимо от того, где они находятся, имеют доступные технологии для организации и мониторинга жизненного цикла различных проектов. Чтобы эффективно использовать технологии для управления проектами, менеджеры должны иметь как деловой опыт для понимания процессов, так и технологическое обучение, чтобы понять, какие реализации программ сэкономят время и деньги[5, с.52].

Технология, используемая в Bascamp, онлайн-инструменте управления проектами, упростила управление проектами и коммуникациями, упрощая оптимизацию рабочих процессов. Менеджеры также могут отправлять внутренние сообщения, проводить обсуждения через Bascamp и автоматизировать определенные бизнес-процессы, что позволяет управлять проектами одним касанием.

Менеджеры также должны быть осведомлены об инструментах, которые могут помочь сохранить данные, а также об услугах автоматического резервного копирования, таких как Carbonite. Это эффективный продукт, который позволяет сотрудникам получать доступ к данным из любого места, в дополнение к резервному копированию жесткого диска каждого пользователя в облако, на случай,

если что-то произойдет или потребуется более старая версия.

Для современного бизнеса глобальная конкуренция является предметом обсуждения, и тем, кто намерен конкурировать, должно быть удобно использовать коммуникационные технологии в ситуациях, когда физическая встреча невозможна. Теперь люди могут общаться лицом к лицу в режиме реального времени с командой клиентов на другом конце света. Такие сервисы, как Skype или другие системы видеоконференцсвязи, помогают менеджерам поддерживать связь с удаленными работниками через Интернет. Эти программы позволили менеджерам иметь более личные отношения с персоналом, а не использовать предыдущие методы, такие как электронная почта или традиционные телефонные звонки [5, с.62].

Другие стратегии для поддержания связи между сотрудниками включают чаты, дискуссионные группы и форумы, а также видеовстречи в Google+.

Поддержание связи с командами, будь то удаленно или в офисе, является важным инструментом для руководителей компании. Менеджеры несут ответственность за внедрение соответствующих технологий для поощрения сотрудничества, максимизации эффективности, достижения наилучших результатов компании и надлежащего руководства работниками. Понятно, что в нашем современном деловом мире единственный способ направить компанию к успеху – это понять и управлять технологиями, которые способствуют этому успеху, и найти потенциальные подводные камни в этой технологии.

Маркетинг – это деятельность, набор учреждений и процессов для создания, обмена, доставки и обмена предложениями, которые имеют ценность для клиентов, клиентов, партнеров и общества в целом.

Определение маркетинговых исследований. Инновационный маркетинг не просто начать с выхода на рынок инноваций. Ведь, он отвечает за разработку подходящих стратегий и мер на всех этапах инновационного процесса, чтобы отфильтровать потребности клиентов и получить обратную связь. Это единственный способ обеспечить инвестирование в перспективные инновационные проекты и избежать провалов. Технология изменила маркетинг, сделав кампании более персонализированными и увлекательными для людей и создав экосистемы, более интегрированные и ориентированные на маркетологов. И это не только интерфейс между брендами и людьми, которые были преобразованы [4, с. 111].

Новые технологии в маркетинге проникли в инфраструктуру и системы, на которых строятся компании, обеспечивая ценность для

закупок и добавляя в итоге.

В 2013 году 47% маркетологов США сосредоточились на креативности, чтобы управлять маркетинговой стратегией. В прошлом году это число составило 29%. В 2022 году для 56% маркетологов креативность и технология будут играть одинаковую роль в определении того, где и как они взаимодействуют со своими клиентами. 30% будут отдавать предпочтение технологии над творчеством.

Чтобы лучше понять, почему это происходит, нам нужно только посмотреть, где люди получают информацию, желаемые способы развлечения и свои предпочтения в отношении покупок.

Возможность подключения: в Интернете около 4 миллиардов пользователей Интернета, что означает, что 50,8% населения мира подключено. В следующие три года Китай и Индия добавят больше интернет-пользователей, чем сегодня в США.

Мобильные: более 5 миллиардов человек имеют мобильные устройства, и более половины из этих подключений – смартфоны. Ожидается, что в этом году на мобильную рекламу будет потрачено 93 миллиарда долларов, что на 20 миллиардов долларов больше, чем на телевидение. Электронная коммерция. Ожидается, что в 2021 году более 2,14 миллиарда человек во всем мире будут покупать товары и услуги в Интернете.

Развлечения: треть интернет-активности тратится на просмотр видео в Интернете, причем полмиллиарда людей смотрят видео на Facebook каждый день.

Мы также можем посмотреть на то, что маркетологи хотят от брендов, чтобы понять, почему новые технологии, такие как блокчейн и чат-боты, растут в освоении и использовании. Таким образом, технология – это не просто передающее устройство, а инструмент для лучшей коммуникации.

Чтобы по-настоящему понять, как лучше всего применять новые технологии к бренду или продукту, маркетологам потребуется помощь технологических, информационных и юридических отделов своей компании.

Задача маркетологов не в том, что делать с собираемыми ими данными, а в том, как они их используют. У вас может быть самая сложная технология, но без маркетингового анализа, объединяющего понимание данных, технология не обеспечит ожидаемый возврат инвестиций [1, с. 22].

Стоимость инвестиций в новые технологии является общей проблемой для маркетологов, хотя, как и в случае со всеми технологиями, ожидается, что общие затраты снизятся по мере

экономии за счет масштаба и конкуренции между поставщиками услуг и платформами.

Расходы на маркетинговые технологии также могут возрасти по мере роста маркетинговых бюджетов. Какая технологическая категория получит больше всего инвестиций, зависит от типа компании и требуемого уровня внедрения. Некоторые технологии требуют минимальной интеграции с устаревшими системами, в то время как другие требуют обширной интеграции. Тем не менее, инвестиции оправдываются суммой доходов, которые эти технологии должны принести компаниям.

Более активное цифровое взаимодействие позволит генерировать больше наборов данных, что позволит ритейлерам лучше настраивать акции, цены и продукты для каждого покупателя динамически в режиме реального времени

Чтобы обеспечить успех инновации, компании должны разработать маркетинговые стратегии, которые изучают потребности клиентов и получают отзывы клиентов на ранней стадии инноваций, с одной стороны, и продвигают готовые инновации, с другой. Интегрированные маркетинговые платформы, Интернет вещей и социальные сети обеспечивают совершенно новую интенсивность сбора данных и взаимодействия с клиентами.

Те, кто серьезно относятся к оцифровке маркетинга и продаж, не смогут избежать интегрированных систем автоматизации маркетинга из-за богатства и сложности технологического ландшафта. Компании, которые не принимают это развитие во внимание, рано или поздно потеряют смысл существования.

Литература

1. Багиев Г.Л. Методы получения и обработки маркетинговой информации. СПб: СПбУЭФ, 2017. 52 с.
2. Базаров Т.Ю. Управление персоналом. М.: ЮНИТИ, 2016. 560с.
3. Басовский Л.Е. Маркетинг: курс лекций. М.: Инфра, 2017. 224с.
4. Бронникова Т.С., Чернявский А.Г. Маркетинг: учебное пособие. Таганрог.: ТРТУ, 2016. 103 с.
5. Василенко Л.А. Рынок информационных услуг: учебное пособие. М.: РАГС, 2017. 105 с.

Карпов В. А., Герасимов В. И. Балаева А. Ю.
*Самарский Национальный исследовательский университет имени
академика С. П. Королёва, г. Самара, Россия*

ВЛИЯНИЕ МЕР ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ COVID-19 НА РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ

Несомненно, противодействие COVID-19, наблюдаемое сегодня, ограничивает не только распространение заболеваемости, но и развитие экономики. В данной работе анализируется влияние пандемии на экономическую ситуацию в России.

В первом квартале 2020 года сложились предпосылки наступления глобальной рецессии, среди которых:

- снижение международной торговли;
- снижения цены и потребления стали и других металлов;
- повышения риска длинных денег (снизилась доходность 10-летних и 2-летних гособлигаций США);
- увеличение цены на золото, являющееся невалютным ликвидным активом;
- ускорение биржевых котировок.

На ухудшение российской экономики в 2020 году несомненно влияют санкции против РФ в виде ограничения доступа к рынкам капитала и технологиям, выход РФ из соглашения с ОПЕК; ограничения на ведение бизнеса, а также перемещения, что привело к сильнейшему снижению пассажирских перевозок всех модальностей, снижению Ногеса, специализированной розницы, Event-бизнеса, индустрии развлечений, туризма, спорта, рынка роскоши.

По результатам опроса разработчика ПО, для управления бизнеса «Мегаплан» (выборка из 1620 линейных сотрудников, наемных руководителей и предпринимателей сегмента малого и среднего бизнеса) более чем 75% представителей малого и среднего бизнеса РФ ожидают ухудшения экономической ситуации в 2020 году. Результаты проведенного опроса касаются отраслей и влияния на них кризиса, связанного с последствиями распространения коронавирусной инфекции, представлены в таблице 1.

Снижение цены на нефть и объемов производства может существенно сократить экспортный доход РФ и выручку нефтедобывающих, нефтесервисных и нефтеперерабатывающих компаний, а также привести к итоговой разбалансировке рынка углеводородов.

Таблица 1 – Результаты проведенного опроса о влиянии ограничительных мер по распространению коронавирусной инфекции на бизнес в РФ в 2020 году

| Доля опрошенных | Отрасль | Влияние |
|-----------------|------------------------------|-------------------------------|
| 82,9% | рестораны | больше всего пострадали |
| 61,6% | индустрия моды и красоты | |
| 48,5% | производственная сфера | |
| 81,5% | ИТ-индустрия | легче всего переживают кризис |
| 54,2% | телекоммуникационная отрасль | |
| 37,1% | медицина | |

40% компаний существенно ограничены решениями по борьбе с COVID-19 своих государств. При этом отмечается масштабное расширение опыта обращения к онлайн-торговле и сервисам в B2B и B2C.

По прогнозу аналитиков «АКБ Про» по изменению ВВП из 157 стран, переживающих ухудшение экономики в 2020 году, только 2 страны имеют шанс сохранить рост ВВП по результатам 2020 года – Китай и Индия. Сокращение мирового ВВП составит порядка 2%. В России падение ВВП ожидается от 6 до 9%. Фондовый рынок РФ, как и другие рынки с высокими страховыми рисками, потерял за 1 квартал 2020 года больше, чем рынок США и восстанавливает интерес инвесторов в данный момент медленнее.

По результатам Сберданных в апреле 2020 года наибольшее снижение выручки (на 60-100%) по сравнению с мартом наблюдается на рынках DutyFree, туризма, ювелирных сетей, авиаперевозок, одежды, салонов красоты, спорта, локального транспорта, развлечений, кафе/баров/ресторанов. Меньший удар по выручке (40-60%) приходится на цветы/подарки, канцтовары, книги, ремонтные услуги, автодилеров, мебель, такси.

При этом есть компании, осваивающие спрос, имеющие приемлемый уровень генерации выручки. К ним относятся производители продуктов питания и товаров массового спроса: аптеки, маркетплейсы и интернет-магазины, производители удобрений и кормов, операторы и салоны связи, производители и дистрибьюторы контента, онлайн-сервисы, ИТ-сервисы, обеспечивающие дистанционную инфраструктуру и автоматизацию процессов, сервисы доставки.

Важную роль играют реальные располагаемые доходы населения,

снижение которых по мнению директора НИИ «Управление цифровой трансформацией экономики» Н. Кузнецова в 2020 году по сравнению с предыдущим годом может составить от 13,5% до 25,5%.

Кроме того, на потребительский спрос влияют ожидания и настроения населения. По результатам исследований потребительских настроений Romir, за апрель 2020 года продолжает держаться высокий уровень обеспокоенности в связи с опасениями касаясь здоровья и располагаемых финансов. Это проявляется в предположениях 84% опрошенных об ухудшении или как минимум в отсутствии улучшений ближайшие месяцы.

Все это проявляется в переходе на режим существенной экономии, которая выражается в уменьшении спроса по 90% категориям продуктов и услуг, что больше, чем на других развивающихся рынках.

При этом на текущий момент уровень безработицы по официальным данным в России находится на уровне 4,7%, что является довольно низким показателем. Количество компаний, прекративших работу за февраль-апрель текущего года, на 61 000 меньше, чем за тот же период в предыдущем году, но при этом число сотрудников, которые в 2020 году прекратили работу на 31 000 больше.

В Российской Федерации изначально распределение средств между собственными и заемными всегда было с значительным перевесом в сторону собственных, т.е. государственный долг незначительный, а существенные сбережения находятся в Фонде национального благосостояния (ФНБ); остатки средств бюджетов на едином казначейском счете (ЕКС) и счетах в коммерческих банках, что несомненно говорит об высокой устойчивости государственных финансов.

Однако сколь бы то ни было значимого влияния экономических последствий вируса на резервы правительства и центрального банка, а также на рост премий за риск и, как следствие, некоторое повышения спреда между краткосрочными и долгосрочными доходностями государственного долга, можно теоретически ожидать лишь неблагоприятный сценарий затяжного выхода мировой экономики из спада, связанного с ограничительными мерами по борьбе с коронавирусом.

Однако, если восстановление мировой экономики начнется в третьем квартале 2020 года и будет сопровождаться ростом цен на нефть и другие российские экспортные товары, то можно ожидать положительного экономического роста по итогам года. Это представляется вероятным, поскольку между Россией и Саудовской Аравией сейчас заключено перемирие для установления цены на нефть.

Однако, если негативное влияние распространения коронавируса окажется более глубоким, а программы поддержки государств не будут достаточно эффективными, тогда Фонд национального благосостояния потребует значительного дополнительного финансирования, но даже при этом снижение составит порядка 3%.

Российское правительство рассчитывает на быстрый карантин. Российские власти считают, что шоковое состояние мировой экономики продлится недолго, и во второй половине года начнется быстрое восстановление. Альфа-банк считает, что Россия является чистым импортером услуг, а ее финансовый сектор не страдает от кризиса ликвидности и от роста процентных ставок.

Положительным моментом является то, что Россия является одной из стран с наименьшей задолженностью в мире, имеет четвертые в мире по величине иностранные резервы и обладает 30% мировых природных ресурсов. Именно финансовая осмотрительность и разумное управление перед лицом санкций и COVID-19 позволят увидеть, как быстро Россия сможет восстановиться.

Литература

1. Текеева А. Х. Макроэкономика. Часть I: Базовые экономические понятия. Рыночное равновесие в условиях совершенной конкуренции. Потребительский выбор // Экономист. 2017.

2. Глазьев С. Об альтернативной системе мер государственной политики модернизации и развития отечественной экономики // РЭЖ. 2011. №4. С. 68-86.

3. Romir. Результаты исследований потребительских настроений, апрель 2020. COVID-19 – срез потребительских настроений №1: Российские потребители – новая реальность.

4. <https://www.acra-ratings.ru> - Аналитическое кредитное рейтинговое агентство

5. <http://government.ru> - Сайт Правительства РФ

6. <https://arb-pro.ru>- стратегический и финансовый консалтинг

7. <https://www.sberbank.ru/ru/about/issledovaniya> - исследования на основании данных Сбербанка.

Коваленко А. А.

*Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

**РАЗРАБОТКА ПРОТОТИПА ПОРТАЛА СИСТЕМЫ
АСИНХРОННОГО ОБМЕНА СООБЩЕНИЯМИ**

Система асинхронного обмена сообщениями, предназначена для гарантированного обмена сообщениями между приложениями информационных систем различного уровня, эксплуатируемых на предприятиях железнодорожного транспорта. Она обеспечивает взаимодействие между собой прикладных систем - пользователей узлов дорожного, сетевого и линейного уровня.

Целью проекта является обеспечение стабильности встроенного веб-сервера и повышение эффективности работы сотрудников.

Предметом исследования является приложение для администраторов, диспетчеров и операторов по системе асинхронного обмена сообщениями.

Объектом исследования является технология, которая позволяет упростить работу системы асинхронного обмена сообщениями между приложениями информационных систем различного уровня.

Актуальность исследования и проектирования многофункционального портала асинхронного обмена сообщениями для администраторов, диспетчеров и операторов, заключается в том, чтобы облегчить процесс анализа и работы системы, а также повысить эффективность деятельности разных отделов.

Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи: провести анализ предметной области, смоделировать основные бизнес-процессы, реализовать прототип информационной системы.

Были выявлены проблемы текущей системы АОС: в процессе работы узла линейного уровня могут возникнуть сбои, медленная скорость работы системы, накопление очереди сообщений к абоненту своего узла АОС.

Пользователями проектируемой информационной системы являются: администраторы, диспетчеры и операторы.

Приложение работает с сервером, откуда берет данные [16 с.1]. Пользователь вводит запрос, далее приложение обращается к серверу для получения данных о нем и выводе на экран. Интерфейс АОС с прикладными задачами выполняется в адресном пространстве прикладной системы, для которой он обеспечивает информационное взаимодействие с АОС.

Для верстки страниц сайта будут использоваться технологии HTML и CSS. Интерфейс разрабатываемого плагина строится с помощью языка разметки веб-документов HTML. Интерфейс разбит на несколько страниц, каждая из которых отвечает за собственные функции. Интерфейс АОС с прикладными задачами выполняется в адресном пространстве прикладной системы, для которой он обеспечивает информационное взаимодействие с АОС.

База данных создана на платформе DB2. База данных АОС линейного уровня предназначена для хранения и архивирования сообщений и событий узла АОС, как связанных, так и не связанных с сообщениями. База данных АОС линейного уровня формируется в системе DB2.

Опишем функциональные особенности разрабатываемого приложения.

Функциональность системы:

- интерфейс взаимодействия информационных систем;
- сервисная обработка сообщений;
- контроль своевременной доставки сообщений;
- гарантированная доставка и целостность информации;
- регистрация событий, связанных с обменом информацией.

Необходимо следующее техническое обеспечение со следующими минимальными характеристиками.

Функциональные требования:

- система IBM WebSphere MQ версии 6.0 или выше, с последними обновлениями, далее WebSphere MQ;
- база данных IBM DB2 версии 9.1 или выше, далее база DB2.
- Система должна быть обеспечена каналами связи сети TCP/IP до центральных серверов всех взаимодействующих систем и рабочих мест.

Серверная часть будет написана на языке Java так, как платформа .NET позволяет легко работать с базами данных, построенными на платформе MS SQL Server. Java — язык программирования общего назначения. Java входит в тройку самых популярных языков программирования, он опережает по популярности PHP, C#, C++, TypeScript и другие востребованные языки [2, с.2].

В ходе выполнения данной работы была спроектирована и разработана информационная система портала «АОС» в виде приложения.

Литература

1. Сервер приложений [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/сервер_приложений (Дата обращения: 21.03.2020)

2. Язык программирования Java [Электронный ресурс]. - URL: <https://ru.hexlet.io/blog/posts/yazyk-programmirovaniya-java-osobennosti-populyarnost-situatsiya-na-rynke-truda/> (Дата обращения: 20.04.2020).

Колосова А. О., Стрижакова А. А.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

ИСКУССТВО УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТА

Международный и Российский опыт показывает, что безопасное и эффективное развитие бизнеса невозможно без активного использования управления рисками как неотъемлемой части системы управления организацией, независимо от размера, объема и спектра предлагаемых услуг. Так, в статье рассмотрено место риск-менеджмента в организациях, выявлены элементы процедуры риск-менеджмента, рассмотрены основные преимущества риск-менеджмента.

Деятельность любого предприятия неразрывно связана с той или иной степенью риска. Это обусловлено многофакторной динамикой объекта управления и его внешнего окружения, а также ролью человеческого фактора, возникающей в процессе воздействия. Понятие риска тесно перекликается с такими, как неопределенность, вероятность, условия неопределенности, условия риска.

Современное предприятие может эффективно осуществлять свою деятельность только с учетом всех возможных рисков, поскольку игнорирование или прогнозирование негативных последствий определенных действий может нанести непоправимый ущерб, как целям компании, так и бизнес-целям и ее репутации.

Рассматриваемая нами необходимость использования риск-менеджмента на предприятии любой сферы деятельности является ключевым моментом для грамотного построения его политики.

Целью любого предприятия является получение прибыли. Для того чтобы не отклоняться от запланированных показателей, управленцам следует брать во внимания всевозможные комбинации возможности возникновения какого-либо негативного события. Управление рисками - это процесс выявления, определения, идентификации и приоритизации, сопровождаемый эффективным использованием ресурсов для:

- контролирования и минимизирования вероятности и / или влияние неприятного события;
- максимизации реализации возможностей [4, с. 169].

Целью управления рисками является предоставление условий, при

которых неопределенность (с точки зрения риска) не сможет помешать реализации бизнес-целей, а ущерб будет сведен к минимуму. В большинстве случаев процедура управления рисками состоит из элементов, выполняемых приблизительно в следующем порядке:

1. Выявление, описание характера угроз;
2. Определение риска (т.е. предполагаемая вероятность и последствия конкретных видов воздействия на конкретные объекты);
3. Определение способов управления этими рисками;
4. Определение приоритетных мер по снижению риска на основе стратегии, разработанной компанией [4, с. 170].

Оценивать возможные риски следует уже на этапе планирования. Современные проекты отличаются открытостью, а вместе с ней и неполнотой информации. Менеджеры не имеют четкого понимания, что необходимо достичь в процессе реализации проекта, чего следует ожидать на каждом из этапов и как обеспечить наиболее устойчивые условия для осуществления его работы.

Идентификация рисков позволяет принимать решения в условиях неполноты информации, определять возможный ущерб и процедуры, необходимые для эффективного управления рисками, способные повлиять на успех проекта. Она заключается в систематическом выявлении и изучении рисков, которые характерны для определенного вида деятельности, подверженной риску влиянию. Ключевые из них приведены в таблице 1.

Методы идентификации рисков базируются на размере возможных потерь и вероятности их наступления. На их основании можно выявить природу риска и его основные параметры.

Таблица 1 - Идентификация рисков, возможный ущерб и процедуры риск-менеджмента

| Идентификация рисков | | | |
|---|--|--|--|
| Метод идентификации | Характеристика | Возможный ущерб | Процедуры управления рисками |
| Анализ финансовой и статистической отчетности | Состоит в анализе информации прошлых периодов на базе существующих массивов информации | Нарушения деятельности персонала, оборудования; несоблюдение технологии и системы управления | Исследование информации, касающейся основных показателей предприятия |

Окончание табл. 1

| | | | |
|--|---|--|---|
| Моделирование и анализ внешней среды | Основывается на исследовании моделей различных процессов и выявлении мест возможного возникновения рисков | Неэффективная деятельность системы, несоответствие предоставляемой продукции существующему на рынке спросу | Определение основных элементов среды, выявление «слабых мест», анализ рынка спроса |
| Анкетирование, интервьюирование, физический осмотр | Предполагает сбор информации, касающейся возможных проблем в будущем | Нарушения, возникающие под влиянием факторов внутренней и внешней среды. | Прогнозирование возможности возникновения сбоев вследствие неблагоприятного воздействия внутренней и внешней среды. |

Прямым следствием внедрения системы управления рисками в постоянной практике организации является стабильность ее развития, повышение обоснованности решений в опасной ситуации, улучшение финансового положения, а также контроль всех видов деятельности.

Методика управления рисками предназначена для обеспечения идеального баланса между прибылью и снижением затрат для компании, а также нацелена на интеграцию в общую систему управления компанией, ее деятельности.

В любых условиях необходимо управлять риском того или иного проекта, который включает разработку и реализацию рекомендаций и обоснованных мер для проекта, направленных на снижение исходного уровня риска до приемлемого уровня.

Основными правилами управления рисками проекта являются:

- необходимость оценить все возможные последствия риска;
- возможность убытков, вызванных возникновением события риска, которые не должны превышать величины собственного капитала для реализации проекта;
- прогнозирование убытков, которые может понести инвестор;
- принятие решения о реализации проекта после получения результатов, соответствующих критериям оценки эффективности инвестиций, с учетом возможного риска.

Если рискованные события ухудшают показатели эффективности до неудовлетворительных значений, от проекта следует отказаться [2, с.

60].

Одним из немаловажных факторов при проведении риск-менеджмента на предприятии является исследование методов управления рисками. Они позволяют более тщательно рассмотреть структуру системы и ее динамику, а также определить возможности для улучшения процессов организации. Методы управления рисками позволяют получить наиболее полную информацию о сложных системах, провести исследование взаимосвязи между различными уровнями и сделать необходимые выводы. На практике наиболее часто используются следующие:

- диверсификация инвестиций и видов деятельности означает, что ресурсы не полностью сосредоточены на одной сфере деятельности, едином рынке поставок и продаж;

- ограничение - установление предприятием максимально допустимой суммы средств, выделяемых на определенные операции, невозврат которых существенно повлияет на финансовое состояние предприятия;

- самострахование - это вложение средств, только если ожидаемая прибыль выше стоимости капитала плюс премия за риск. Этот метод эффективен, если у инвестора есть инвестиционный портфель и его риски распределены по разным сферам деятельности;

- страхование - метод, связанный с возмещением страховой компанией возможных убытков предприятия в связи с наступлением чрезвычайных ситуаций. Можно застраховать только те виды рисков, для которых существует статистическая модель возникновения, т.е. вероятность потерь [2, с. 61].

Оптимальная система управления рисками предполагает создание такой системы управления компанией, в которой основной задачей является предотвращение всех типов проблем. В такой системе необходимо четкое разграничение ответственности и полномочий, позволяющих принимать управленческие решения.

Топ-менеджмент несет основную ответственность за управление рисками в компании. Только на этом уровне руководства полномочия и обязанности распределяются между соответствующими сотрудниками.

Необходимо удостовериться, что все решения соответствуют требованиям законодательства и не отклоняются от корпоративных целей. Следовательно, основной задачей является поддержание оптимального баланса между принятием ответственности за риск и максимально возможным контролем.

Любая управленческая деятельность подвержена риску. Как говорилось выше, это обусловлено влиянием внешнего окружения,

человеческого фактора, а также многофакторностью факторов того или иного объекта. Риск - менеджмент - процесс, владение которым является необходимым для управления предприятия в современных условиях. Каждый менеджер должен уметь рассмотреть перспективу развития своего предприятия и выстроить грамотную политику по управлению. Каковы же положительные стороны риск-менеджмента?

Основные преимущества риск-менеджмента:

- уменьшение неопределенности;
- поиск перспективных путей улучшения;
- оптимизация планирования и повышение эффективности;
- экономия ресурсов;
- имидж и положение на рынке;
- точность и актуальность информации.

На основании приведенных данных можно сделать вывод, что управление рисками требует активного использования способности мыслить в будущем. Управление рисками - это предсказание того, чего следует ожидать и соответствующая подготовка к этому.

Эффективное управление рисками зависит от эффективности взаимодействия всех участников процесса управления рисками. Он одинаково важен как внутри организации, так и во внешней среде предпринимательства, что требует равного внимания как ко внутренним, так и ко внешним факторам [3, с. 273].

Оценка является основным этапом анализа риска, который позволяет определить его количественные характеристики, такие как вероятность неблагоприятных событий и возможную степень ущерба.

Литература

1. Бакеева Й. Р., Козлова А. А. Управление рисками при реализации инвестиционных проектов // Вестник академии знаний, Изд.: Академия знаний (Краснодар), 2018. С. 39-43.
2. Ваганова О. В. Экономическая оценка инвестиций: учебно-практическое пособие. Белгород: Изд-во БелГУ. 2019.
3. Понятова, Н. В., Кабаненко М.Н. Формирование системы риск – менеджмента на предприятии // Экономика и социум. 2017. № 1(32). С. 374 – 379.
4. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство: учебное пособие для студента / А.А. Энговатова, О.А. Алексеева, Е.Ю. Гаврилова, и др. СПб: Университет ИТМО, 2019. С.165-171.

Коночкина Е. А., Репина Е.А.
Южный Федеральный университет
г. Ростов-на-Дону, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РЕГИОНЕ НА ПРИМЕРЕ ПАО «МАГНИТ»

Эффективность продвижения торговых сетей в регионе проявляется через обеспечение сбалансированности финансовых, трудовых, управленческих, маркетинговых ресурсов, которые быстро адаптируются под политико-экономическую ситуацию в стране, под запросы клиентов, что приводит к наиболее лояльному отношению к компании со стороны потребителей и, как следствие, к эффективному функционированию организации.

На сегодняшний момент компании используют различные методы, технологии и стратегии развития своей продукции или товаров и услуг с целью «завоевания» большего охвата рынка. К таким современным тенденциям можно отнести: создание собственной торговой марки; логистическая доступность; рекламные компании с участие известных людей; активное ведение социальных сетей; розыгрыши, лотереи, конкурсы, акции и т. д.

Именно благодаря новым технологиям, маркетинговым каналам и способам продвижения торговые сети имеют возможность конкурировать, совершенствоваться и развиваться. Под торговой сетью законодательство РФ понимает – «совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным Законом "О защите конкуренции", или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации».[1, п. 8].

В современных реалиях динамично развивающийся рынок товаров и услуг характеризуется высочайшей конкуренцией. Одним из лидеров рынка и примером компании с эффективной стратегией продвижения, по праву, считается ПАО «Магнит». ПАО «Магнит» — российская холдинговая компания, занимающаяся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит». Всего «Магнит» насчитывает 20 497 торговых точек, число сотрудников около 300 тысяч. С учетом высокой конкуренции компания не «стоит на месте», а наоборот ведет активную

политику в сфере продвижения.

Основная задача компании базируется на комплексном продвижении бренда с целью завоевания основного сегмента рынка. Позиционируя себя как крупное торговое предприятие, компания хочет «стать главной потребительской площадкой и самым известным потребительским брендом РФ, поставив покупателя в центр стратегии и покрывая до 70% кошелька». По мнению компании, достижение поставленной цели возможно благодаря фокусированию деятельности ПАО «Магнит» на основных пяти направлениях. [2, с. 4].

Первое направление звучит так: «необходимо задать новый стандарт доступного потребления». Для эффективной реализации данного направления «Магнит» необходимо поднять качество продукции, расширить ассортимент с учетом сохранения действующей ценовой политики, создать линейку СТМ (собственная торговая марка). Расширение ассортимента и улучшение качества позволят охватить наибольшее число потребителей в разных ценовых категориях, тем самым увеличив продажи и лояльность клиентов к компании.

Создание линейки СТМ даст компании возможность получать больший контроль над производством, качеством товара, распределением и ценообразованием. Плюс ко всему, для осуществления заданного направления необходимо адаптировать ассортимент продукции под потребности людей в конкретной локации. В зависимости от географических, климатических условий спрос на ту или иную товарную категорию может изменяться.

Следующее направление, рассматриваемое компанией как эффективный рычаг по «завоеванию» главенствующей позиции на рынке базируется на создании позитивного покупательского опыта. Данное направление основывается на благоприятном восприятии компании со стороны потребителей.

Такого результата можно достичь с помощью различных методов управления: благоустроенных, оснащенных нужным оборудованием торговых точек; доступностью поиска товаров и корректностью цен; высокой квалификации персонала. Хороший ремонт, чистота помещения, оснащенность торговых позиций- это все задает имидж компании, влияет на восприятие бренда со стороны клиентов. Высокая квалификация сотрудников влияет на скорость и качество обслуживания, а как следствия на позитивное восприятие со стороны покупателей. Плюс ко всему, поведение торговой сети в период нестабильных социально-экономических ситуаций также является определяющим. Так, например, в период пандемии COVID-19 все магазины ПАО «Магнит» были оборудованы с учетом требований

Минздрава РФ, а сотрудники компании бесплатно раздавали маски людям, которым это было необходимо. Также на входе в магазин были смоделированы специальные стенды, места, в которых посетителя магазина могут пожертвовать денежные средства или продукты питания нуждающимся. Данные меры способствовали улучшению отношения клиентов к бренду. «Магнит» стал восприниматься как торговая сеть, которая заботится о здоровье и благополучии своих клиентов.

Удовлетворение самых важных потребностей покупателей семьей магазинов «Магнит»-следующая направленность компании. ПАО «Магнит» намеревается за счет расширения предложения в различных категориях: продукты питания, косметика, аптека, детские товары «обеспечить свое присутствие в 70% кошелька.

Концепция заключается в том, что все товары и услуги будут объединены в омниканальную экосистему под одним за брендом с общей уникальной программой лояльности.

Следующее направление развития «Магнит» заключается во внедрении клиентоориентированной операционной модели. Сущность данной модели заключается в обеспечении быстроты, оперативности принятия решений за счет перехода полномочий в другие регионы. Плюс ко всему, компания собирается инвестировать средства в современные технологии, которые в последствии выполняли ряд значительных задач: проводить сбор анализ большого количества данных, внедрять цифровой маркетинг, создавать уникальную аналитическую базу данных о потребителях.

Также ПАО «Магнит» ведет активную политику в области завоевания лидирующей позиции на рынке и охвата всех регионов РФ.С помощью сложившейся репутации бренда и качественно налаженных логистических сетей данное направление может быть достигнуто. Компания позиционирует себя как «Магнит у дома».

На сегодняшний момент это направление развития активно работает. Ежедневно появляются новые торговые точки компании, сеть магазинов становится более доступной во многих регионах России (даже в самых отдаленных), усиливается имидж «Магнит», улучшается отношение потребителей.

Таким образом, данная стратегия продвижения поможет достичь вышеупомянутые направлений, ускорить темпы развития компании. Нельзя не отметить и такой рычаг развития торговой сети «Магнит» как маркетинговое продвижение. Самый известные метод увеличения среднего чека - «мелочь у кассы». У кассы должны обычно располагаются стеллажи с многочисленными мелкими товарами:

шоколадные батончики, жевательные резинки, конфеты, мелкая косметика, детские товары, продукция по акции. Данный маркетинговый прием ориентирован на то, что покупатели, находясь в неспешно продвигающейся очереди, совершат эмоциональные, непредвиденные покупки. Так как очередь обычно движется неспешно, то человек все это время будет рассматривать товар рядом с собой. По статистике каждый десятый покупатель обязательно что-нибудь купит.

«Магия цифр» - следующий прием, которым активно пользуется компания. Часто на прилавках в «Магнит» можно увидеть ценники «99.99». С объективной точки зрения это почти тоже самое, что сто рублей, однако с точки зрения психологии потребители воспринимают этот ценник как «дешевосто с чем-то рублей». На подсознании остается чувство, что данная цена более тяготеет к 90 рублям и выглядит дешевле.

Следующий прием- регулярная смена стоек с продуктами и выкладкой товара. Так как большинство людей заходят в магазин, чтобы приобрести какой-то конкретный (основной) продукт, то у них «замыливается взгляд» и потребители, как правило, не обращают внимания на побочные товары.

Регулярная смена геолокации торговых стеллажей позволит увеличить время поиска необходимого товара, а, следовательно, повысит вероятность покупки дополнительной торговой единицы. Также с недавних пор в сети магазинов «Магнит» появилось нововведение: отдельный стеллаж с продукцией, у которой в ближайшее время заканчивается срок годности. Данные товары продаются со скидкой, по акции (два по цене двух), что пользуется спросом среди покупателей. Акции, скидки, товары дня- следующий прием, которым пользуется «Магнит» для увеличения объемов продаж. Стоит предложить покупателям купить этот же самый товар, но с условием, что купив два (четыре, пять и т.д.) – они получат значительную скидку, и продажи существенно возрастут.

Ориентация на детей. Детские игрушки, шоколадки на кассе; детские товары, находящиеся на уровне взгляда ребенка; лотереи, наклейки, собрав которые, можно получить подарок для ребенка-методы используемые компанией, направленные на воздействие на потребителей за счет детей. Известный факт, что ребенку достаточно трудно отказать в приобретении какого-либо товара, поэтому средний чек родителей в разы возрастает.

Следующий прием, который активно использует «Магнит»- дисконтные карты, розыгрыши по наклейкам. Когда человек получают скидочную карту, он начинает рассматривать данный магазин как

место, где можно приобрести товар дешевле. Конечно, скидка по дисконтной карте буде небольшой, но клиент на психологическом уровне, пытаясь сэкономить, предпочитает торговую точку, в которой у него дисконтная карта. Человек после получения дисконтной карты часто становится постоянным покупателем и в дальнейшем ходит именно в этот супермаркет, ведь считает, что здесь он экономит на покупках. Розыгрыши по наклейкам поддерживают интерес потребителей к «Магнит». Так как по условиям розыгрыша, чтобы получить приз, необходимо собрать определенной количество наклеек, то именно по этой причине ряд покупателей совершают покупки именно в этом магазине.

На сегодняшний день ПАО «Магнит» представляет собой динамично развивающуюся компанию с актуальными для рынка направлениями продвижения своей торговой сети. Благодаря правильно подобранным современным тенденциям и технологиям управления продвижением организации удалось завоевать большую часть рынка, обогнав своих конкурентов, что способствовало популяризации бренда в умах потребителей, увеличению уровня лояльности со стороны клиентов и способствовало росту экономической эффективности компании. У «Магнит» существует дальнейший план развития своего бренда на рынке РФ и есть абсолютно все возможности, чтобы занять ожидаемую нишу на рынке и укрепить лидирующую позицию в своем сегменте.

Литература

1. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 25.12.2018) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации". Ст. 2.
2. Электронный ресурс «Магнит» / Режим доступа: <https://magnit-info.ru/about/strategy/> (дата обращения: 07.12.2019).
3. Успенский И.В. Интернет – маркетинг: учебник. СПб.: Изд-во СПГУ ЭиФ, 2003.
4. Деловая психология. Маркетинговые приемы в супермаркетах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.b-sector.ru/psy/marketingovye-priemy-v-supermarketakh.html>. – (дата обращения: 07.12.19).
5. Интересный маркетинг: 7 методов маркетинга, применяемых в супермаркетах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biz-anatomy.ru/vse-stati/prodazhi-imarketing/230-interesnyj-marketing-7-metodov-marketinga-primenyaemykh-vsupermarketakh>. (дата обращения: 07.12.19).

Костицына К. Е., Чижов С.Ф.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова. г. Белгород, Россия.*

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК МЕТОД РАЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

Данный год оказался проверкой для многих предприятий, так как пандемия нанесла существенный урон экономике: среднегодовой уровень безработицы составляет 5,7 % ЭАН в сравнении 2019 г 4,6%, уменьшение ВВП во втором квартале 2020 г составляет 8,5 %.

Ситуация такова, что одно из самых непростых элементов в цепи управления являются риски. Это характеризуется отсутствием объединенной системы риск-менеджмента. Итогом является убыток, спад производственной мощности, банкротство. Чтобы избежать вышеперечисленных последствий, необходимо быстро и оперативно реагировать [4]. В этом может помочь диверсификация, как один из способов распределения капиталовложений между различными видами деятельности, что способствует в будущем получать стабильные финансовые показатели.

Управление рисками – главная составляющая успеха в мире финансов и инвестиций [17].

В настоящее время в России происходит усиление конкурентной борьбы, что принуждает управляющих организации устанавливать другие способы управления, а также рычаги конкурентоспособности.

Узкая специализация считается одним из главных факторов низкого уровня конкурентоспособности промышленности на внешнем и внутреннем рынках. В связи с этим, особого внимания заслуживает один из подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия – диверсификация производства. Диверсификация производства является одним из важных средств реструктуризации экономики.

Изучением проблем диверсификации производства занимались такие ученые, как И. Ансофф, Н. Фридмен, М. Портер, Ф. Котлер и другие. Они исследовали проблемы взаимосвязи диверсификации и уровня рентабельности производства, выясняли причины перехода к стратегии диверсификации.

Сложность и многоаспектность вопроса диверсификации обуславливает множественность понимания ее сущности, природы, структуры. В итоге проведения научных исследований диверсификация получила признание как стратегия. Предоставленная стратегия снижает риск рыночной деятельности в плохих обстоятельствах, следовательно,

повышает степень финансовой устойчивости предприятия.

Например, предприятие несет потери по одному из видов деятельности, то может получить положительный эффект за счет другого направления. Чем меньше пересекаются виды деятельности в других зонах риска, тем больше безопасность. При применении стратегии диверсификации как одного из главных методов минимизации рисков необходимо принимать во внимание:

- определение финансовых вложений;
- анализ предпосылок развития новой области в бизнесе;
- положительный экономический эффект (финансовый результат);
- максимальное использование ресурсов;
- гибкость направления и компании.

Одним из самых распространенных видов расширения производства является горизонтальный тип.

Горизонтальный тип позволяет предприятию расширить свой ассортимент благодаря типичности производственного цикла. Эта стратегия также требует финансовых вложений для запуска новой технологической линии производства.

Например, компания может работать с одними и теми же поставщиками сырья, клиентами, но сама продукция подвергается преобразованию, а именно, добавляют новые виды ассортимента. Например, завод по производству мороженого разрабатывает новый вид мороженого, появляется новый сорт.

При данном типе диверсификации можно работать в двух направлениях: разработать новую производственную технологическую линию на тех же мощностях или освоить новый рынок сбыта. В результате внедрения стратегии можно получить эффективность, если [14]:

- производство выпускает инновационную продукцию;
- производство продукта, которое уже получило популярность.

Горизонтальный тип требует дополнительных финансовых вложений, чтобы запустить новую линию производства для изготовления или усовершенствования продукции.

Процесс расширения производства прежде всего начинается с разработки бизнес-процесса. Создание стратегии прежде всего связано с предпринимательской деятельностью и влиянием различных факторов. Для установления роли диверсификации в системе данных методов управления рисками необходимо изучить факторы ее формирования:

- наличие финансового ресурса, который может быть использован для развития бизнеса;

- появление новых технологий – также один из факторов диверсификации производства, поскольку новые технологии открывают новый рынок. При насыщении спроса на продукты наступает стадия снижения спроса на данный вид продукции, следовательно, организация должна искать иные пути роста организации. Это характеризует фактор отсутствия возможности следования стратегии концентрации;

- снижение уровня риска характеризует стратегическое решение руководства о четком разделении ресурсов компании;

- высококвалифицированные кадры для ведения бизнеса.

Вышеперечисленные факторы оцениваются как затраты на их обслуживание, но с другой стороны, стратегия диверсификации является рискованной стратегией, так как является затратным и непростым методом управления рисками.

Расширение производства является «потребностью» в существующей экономической ситуации, где предприятия должны искать новые рынки сбыта и товары.

Диверсифицированный портфель-это хороший инвестиционный инструмент, который состоит из активов. В данном случае инвестиционным инструментом можно назвать все то, что дает потенциальную прибыль. Прибыль может выражаться в процентах, дивидендах или в виде прироста стоимости самих акций.

Любой бизнес связан с определенными рисками [9]. Следовательно, основная цель портфеля – это снижение риска не в ущерб прибыли.

Чтобы внедрить план диверсификации на производстве, необходимо много сил, времени и детального анализа. Расширение производства может повлечь за собой как прибыль, так и большие убытки (рис.1).



Рисунок 1 - Преимущества и недостатки метода диверсификации

Следовательно, необходимо рассмотреть все различные методы рационального управления рисками, как положительные, которые могут принести благоприятный эффект при минимальных издержках, так и отрицательные.

Немаловажным фактом является, что предприятия оборонно-промышленный комплекс (ОПК) Российской Федерации к 2030 г должны увеличиться на 50%. В настоящий момент действуют учреждения, которые занимаются поддержкой для предприятий, ставящие перед собой цель диверсифицировать производство [19].

С целью увеличения доли гражданских заказчиков корпорация Ростехнадзор содержит в себе концерн «Автоматика» и «Национальный центр информатизации» (НЦИ).

Концерн «Автоматика» начал делать первые шаги для выхода на рынок систем хранения данных, оборудования для цифровой маркировки товара, составляющих частей «умного» города.

НЦИ работает над гражданскими программами: автоматизация «почта России», развитие государственных информационных систем в сфере электронного здравоохранения.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Диверсификация является одним из главных элементов достижения результата компании, выступает своеобразной областью финансового инжиниринга, требующей высокого уровня знаний и особой подготовки специалистов.
2. Реализация стратегии диверсификации позволяет предприятию максимально использовать свои ресурсы, землю, рабочую силу.
3. Стратегия расширения производства дает шанс предприятию благоприятно существовать на рынке, расширяет границы влияния, выходу на новые рынки и сведению рисков на минимум.

Литература

1. Буренин А.Н. Задачи с решениями по рынку ценных бумаг, срочному рынку и риск-менеджменту. М.: НТО им. Вавилова, 2012. - 380 с.

2. Власова А.М. Правовая категория «предпринимательский риск» и правовой режим предпринимательской деятельности // Право и экономика. 2011. № 3. С. 62–67.

3. Горбунова Т.И. Диверсификация деятельности как элемент устойчивого развития предприятия // Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2018. № 11(32).

4. Губанов Р .С. Изменения в бизнесе как идентификатор риска в экономике России // Российское предпринимательство. 2014. № 1 (247).

С. 58-63.

5. Губанов Р. С. Проектирование цикличности простоев производства в целях минимизации риска // Вестник Рязанского государственного радиотехнического университета. 2006. № 19. – С. 166–172.

6. Губанов Р. С. Страхование финансовых рисков как метод риск-менеджмента // Финансовая аналитика проблемы и решения. 2014. № 8. С. 31-35.

7. Дамодаран А. Стратегический риск-менеджмент: принципы и методики. М.: Вильямс И.Д., 2017. 496 с.

8. Доможирова О. В., Свешникова О. А. Анализ затрат на финансирование риска // Научные технологии и инновации: Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, 2016. Ч. 1. С. 88–91.

9. Едаменко А. С., Носатова Е.А. Риск и безопасность в нанотехнологиях: конспект лекций. Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. 121с.

10. Покровский А. К. Риск-менеджмент на предприятиях промышленности и транспорта: учеб. пособие. М.: КноРус, 2017. 416 с.

11. Сабирьянова Л.С. Категория «риск», ее содержание и теоретическое обоснование // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 1. С. 512–516.

12. Селиверстов Ю. И., Доможирова О. В., Григорьев Е. С., Букин, Е. А. Управление рисками инновационной деятельности, как основа устойчивого экономического развития предприятия // Белгородский экономический вестник. 2017. №4. С.73–78.

13. Суркова Т. В. Особенности выбора вида и способа осуществления диверсификационных изменений в практике стратегического развития промышленных предприятий // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. № 4. С. 48.

14. Татуев С.В., Зиядин С.Т., Ибраева А.К. Диверсификация в промышленности: понятие, сущность, этапы развития и проблемы применения // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2015. №1. С.175- 181.

15. Федорова, А. В. Риск-менеджмент. М.: КноРус, 2016. 190 с.

16. Фомичев, А. Н. Риск-менеджмент: учебник для бакалавров М.: Дашков и К, 2016. 372 с.

17. Чижов С. Ф., Божков Ю. Н., А. Н. Брежнев А. Н. Риск-менеджмент: учебное пособие. Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. 225 с.

18. Шаталова, Е. П., Шаталов А.Н. Резервирование по ссудам в банковском риск-менеджменте. М.: Русайнс, 2017. 509с.

19. Официальный сайт «Промышленный еженедельник» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.promweekly.ru> (Дата

обращения 02.10.2020).

20. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru> – (Дата обращения: 02.10.2020).

Кухарь С. И.

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ВООРУЖЕННОСТЬ КАК ПРЕДПОСЫЛКА К ФОРМИРОВАНИЮ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РЕГИОНА

На сегодняшний день уровень конкурентоспособности региональной экономики зависит от имеющихся у региона конкурентных преимуществ. Каждый регион страны, в экономическом контексте, это особая форма территориальной организации производства. Организация такой деятельности реализуется на основе такого фактора как отраслевое и территориальное разделение труда.

Конкурентоспособность региона характеризуется повышенным уровнем разрозненности как в экономическом, так и технологическом развитии регионов, что естественно сопровождается и нарастанием их конкурентного соперничества за доступ к всевозможным ресурсам, такие как: финансовые, сырьевые, научно-технологические, трудовые и инвестиционные, а так же к рынкам сбыта. Возможности такого доступа к ресурсам, а, следовательно, и перспективы территориального социально-экономического развития определяются уровнем конкурентоспособности региональной экономической системы.

Определение конкурентным преимуществам региона, в своей работе, дала Чайникова Л. Н.: «Конкурентные преимущества региона – это интегральный показатель, образующийся из преимуществ предприятий и организаций, производящих конкурентоспособные товары и услуги. Производство в регионе конкурентоспособной продукции, пользующейся спросом потребителей на отечественном и мировом рынках, является одним из основных факторов его конкурентного преимущества. Задача состоит в том, чтобы регион как социально-экономическая система, должен содействовать формированию конкурентных преимуществ предприятий и фирм, находящихся на его территории, путем создания конкурентной среды и развития соответствующей инфраструктуры» [8].

Еще одно определение конкурентоспособности региона может

быть сформулировано на основе понятия, предложенного А.З. Селезневым: «конкурентоспособность региона — это обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику» [6].

Новая парадигма развития экономики России охарактеризована высоким уровнем активности и самостоятельности регионов как полноценных субъектов экономических взаимодействий. Такое положение дел оказывает значительное влияние на трансформацию методов и инструментов конкуренции, формируя ее в новом виде - межрегиональном. Дело в том, что регионы, как подсистемы, конкурируют не между собой, как это делают, например, предприятия, которые ведут свою деятельность в одной отрасли, а доказывают свою конкурентоспособность и эффективность на уровне страны. Иначе говоря, они действуют опосредованно, и конкурентные преимущества региональной экономики определяются степенью влияния на уровень конкурентоспособности страны в целом. Однако такие реалии не могут отменить того факта, что регион на сегодняшний день можно рассматривать как квазикорпорацию, и актуальность формирования новых конкурентных преимуществ только возрастает.

В таких новых условиях оказание помощи от власти приобретает больше адресный характер. Так, регион становится стратегической единицей, взаимодействующей с другими регионами по разным направлениям, превращаясь в экономический субъект национальной и мировой экономики. Такой субъект должен разрабатывать новые, актуальные стратегии, формировать и развивать конкурентные преимущества. При этом региональные власти должны отвечать за создание благоприятных условий для жизни и бизнеса.

Исходя из вышеизложенного, а конкретно из того, что регион является важной и неотъемлемой стратегической единицей в экономике страны, автором предложено дополнить существующую классификацию факторов конкурентных преимуществ для региона, таким фактором как «стратегическая вооруженность».

Стратегическая вооруженность региона (СВР) – это инструменты и методы, с помощью которых определяется и реализуется стратегический потенциал региона. Иными словами, СВР показывает с помощью чего и каким образом регион определяет перспективные направления своего развития.

Анализ как отечественной, так и зарубежной литературы показал,

что актуальность темы повышения стратегической конкурентоспособности региона только растет. Конкурентоспособность региона рассматривается в работах Коршуновой Г. В. [2], Савельевой Н. А. [5], Кирицера И. [1], Николаевой Н. А. [4], Яковлева Г. И. [9] и др. Однако большинство авторов оценивают конкурентоспособность объекта на текущий момент, и не пытаются дать прогноз будущего развития этого объекта. Еще один ученый, который ввел понятие стратегическая конкурентоспособность, Фатхутдинов Р. А. в своей работе отмечает: «в настоящее время стратегическая конкурентоспособность ни для каких объектов не прогнозируется. Теория стратегической конкурентоспособности отсутствует» [7].

Таким образом логически верным будет рассматривать конкурентоспособность как статическое, а не динамическое состояние объекта. И рациональнее всего для этих целей использовать инструменты стратегического анализа, которые и будут отражать стратегическую вооруженность региона. Стратегический анализ определяет перспективы развития объекта и стратегические возможности, что в свою очередь позволяет снизить неопределенность в принятии стратегических решений. Поэтому он является одним среди основных аналитических элементов стратегического управления. Он способствует созданию эффективных стратегических решений, что имеет прямое отражение на конкурентоспособности объекта.

Стратегический анализ преобразовывает информацию, полученную посредством анализа среды, в информационную базу для принятия стратегических решений. Целью стратегического анализа является оценка основных факторов, которые влияют на нынешнее и будущее положение объекта, а также определяет их воздействие на стратегический выбор.

Основная задача анализа состоит в том, чтобы отобразить полную картину внутренних влияний и ограничений, которые накладываются на стратегический выбор. Определяют две области на которых акцентируется внутренний анализ: и

- определяет ожидания и возможности воздействовать на ход стратегического планирования;
- выявляет сильные и слабые стороны объекта.

На различных этапах стратегического анализа его объектами выступают различные состояния и происходящие изменения во внутренней и внешней среде, стратегическая позиция и потенциал объекта в настоящий момент, стратегии, которые реализуются, а также стратегические альтернативы. К инструментам стратегического анализа

могут относиться как количественные методы и формальные модели, так и самостоятельный анализ, который основывается на специфике конкретного объекта.

Говоря о стратегическом анализе как о инструменте для формирования конкурентных преимуществ региона, стоит отметить, что стратегический анализ и маркетинговый анализ очень схожи, но все-таки существенно отличаются. Так, большинство требований для обоих видов анализа универсальны, а именно:

- достоверность;
- универсальность;
- научность;
- объективность;
- целенаправленность.

Однако, как утверждается в работе «Методологические аспекты стратегического анализа», несмотря на общие черты, стратегический анализ кардинально отличается от маркетингового [3]. Для наглядности существенные отличия представлены в табл. 1.

Таблица 1 - Отличия стратегического и маркетингового анализа

| Тип отличия | Стратегический анализ | Маркетинговый анализ |
|-----------------------|--|---|
| Объекты исследования | Предприятие, отрасль, регион которые влияют на уровень конкурентной борьбы | Организация и окружающие субъекты (потребители, клиенты) |
| Предметы исследования | Коммерческая деятельность и другие характеристики отрасли, региона несущих конкурентную угрозу | Изучение коммерческой деятельности фирмы на рынке |
| Временной горизонт | Выявление и моделирование базовых закономерностей и тенденций на далекую перспективу | Осуществляется для решения текущих задач |
| Источники информации | Данные стратегической и конкурентной разведки, прогнозы социально-экономического развития, отраслевые прогнозы, результаты маркетинговых исследований, аналитические разработки зарубежных и отечественных спецслужб | Печатные источники, данные государственных служб, электронные базы данных, СМИ, брокерские компании, банки, и т. д. |

Таким образом, в современных экономических реалиях, когда динамика изменений и глобализация нарастает, применение методов

стратегического анализа для региона, как для стратегической единицы экономики страны становится практически необходимостью.

Во-первых, это делает регион стратегически вооруженным, что отражает в его наличии стратегических конкурентных преимуществ.

Во-вторых, в органах исполнительной власти региона будет развиваться стратегическое видение, что позволит более рационально и своевременно реагировать на надвигающиеся изменения. В-третьих, это позволит заблаговременно корректировать задачи для достижения будущих успехов и ход их выполнения, что напрямую скажется на их эффективности.

Литература

1. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2001. 239с.
2. Коршунова Г. В. Критерия анализа конкурентоспособности трансформируемой экономики // Финансы и кредит. 2006. №7. С. 58-60.
3. Акимова Г.З., Минаева Л.А., Дорошенко Ю.А., Сомина И.В. Методологические аспекты стратегического анализа //Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. 2017. №11. С. 226-232.
4. Николаева Н. А. Конкурентоспособность города: взгляд зарубежных ученых // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. №6(26). С. 69-75.
5. Савельева Н. А. Системный подход к формированию конкурентных преимуществ на уровне мезоэкономики // Финансовый бизнес. 2004. №4. С. 66-69.
6. Селезнев А. З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М.: Юристъ, 1999. 382 с.
7. Фатхутдинов Р. А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю. М.: РИА "Стандарты и качество". 2009. 464с.
8. Чайникова Л. Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография. Тамбов: Издательство Тамбовского государственного технологического университета, 2008. 148 с.
9. Яковлев Г. И. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий: теория и практика: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Самара, 2007. 43 с.

Левченко Д. О.

Белгородский государственный технологический университет В.Г. Шухова. г. Белгород, Россия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Важнейшей тенденцией развития современной экономики выступает глобальная информатизация процессов производства, распределения, обмена и потребления, обретающая в последние годы форму цифровизации [2]. Осознавая это, менеджмент компаний и главы государственных органов принимают активные меры по внедрению инновационных цифровых технологий в свою управленческую деятельность и в процессы функционирования порученных им организаций [1].

Понятие «цифровая экономика» в России обрело свое значение в 2017 году в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации, утвержденной Президентом РФ 9 мая 2017 года [6]. Цифровая экономика рассматривается, преимущественно, с точки зрения создания новых рынков на основе использования ИКТ, что даст возможность укрепить рост российской экономики на базе высокотехнологичных отраслей [3].

Интернет стимулирует сложные рынки товаров, услуг и рабочей силы, а также принципы государственного сектора. В данных обстоятельствах отдельные компании, регионы, государства и их ассоциации приступают к активному участию в процессе формирования и осуществления стратегических решений в сфере цифровой экономики, стремясь гарантировать свои долгосрочные конкурентные преимущества на вновь сформированных рынках новейших технологий, товаров и услуг.

На региональном уровне успех развития цифровых технологий в большей степени находится в зависимости от готовности администрации региона отвечать на вызовы, зарождающиеся в глобальной экономике. Должны привлекаться инвестиции с целью формирования цифровой инфраструктуры, а также продвигаться идея цифровизации на всех уровнях. Данное относится не только к районным центрам, но и ко всем населенным пунктам, в которых присутствует проблема с доступом к интернету и информационной безопасности.

Еще одним важным условием, которое следует принимать во

внимание на региональном уровне – формирование стартапов, а также инновационного элемента в традиционной индустрии, что может достигаться в результате создания или развития (в зависимости от региона) инновационного кластера при участии государства, предпринимателей, научного сообщества и других участников рынка.

В условиях цифровой трансформации были выделены следующие особенности инвестиционно-инновационного развития экономики Российской Федерации [8]:

- низкий уровень взаимосвязи науки и практики;
- уязвимость интеллектуальной собственности;
- дефицит бюджета за 2019 г. составил 0,2%;
- задолженность по неуплате в ЖКХ на сегодняшний день 1,39 трлн. руб.;
- ущерб от коррупции за 2019 год составил 102 млрд. руб.;
- рост ВВП РФ в 2019 году замедлился до 1,3%, отношение инвестиций в основной капитал к ВВП уменьшилось и равно лишь 20,6% по итогам 2018 года;
- отвод и откаты валюты из российских банков в европейские и американские банки;
- резкое снижение инвестиций в реальный сектор экономики;
- неустойчивость нынешнего российского рынка;
- инвестиционная привлекательность России еще с периода 1998 года резко упала, так как рейтинг России по инвестиционному климату сместился с 71 места до 129 места в 90-е годы и к банкротству страны в 1998 году в виде дефолта;
- общие инвестиции с 2010 года стали уменьшаться, произошло снижение инвестиционных программ на фоне кризисных процессов, доля экспорта продукции машиностроения и объемов производства снизилась, и, напротив, доля импорта увеличилась во всех секторах экономики. Капиталовложения крупных и средних компаний по итогам 2019 года составили 14,2 трлн. руб. и снизились в реальном выражении по отношению к 2018 году на 2,2%.

Данное сопряжено с невысоким технологическим уровнем производства, с инфляцией издержек, с недостатком ресурсов для проведения модернизации производства, передел собственности в регионах, приход на рынок зарубежных собственников.

Одновременно с представленными особенностями российской экономики выделим специфику инвестиционно-инновационной деятельности в российских компаниях. На сегодняшний день на предприятиях в основном используют следующие меры: сокращают все виды затрат, выполняют реструктуризацию расходов, уменьшают

количество персонала, сокращают капиталовложения в развитие и расширение бизнеса, ведут в основном выжидательную позицию, работает стратегия сокращения, сжатия (стратегия выживания). Необходимы своевременные мероприятия по стабилизации финансового положения фирмы.

Анализ источников средств финансирования инновационной деятельности выявил, что в нынешних обстоятельствах отечественные компании сталкиваются со следующими спецификами [5]:

- собственных средств у фирм, в большинстве случаев, мало, и обусловлено это высоким уровнем современных научно-технических требований к организации инноваций;

- банковские кредиты владеют очень высокими процентными ставками и непродолжительным периодом кредитования из-за больших рисков инновационной деятельности;

- финансирование с государственным участием – востребованный и привлекательный вариант для компаний (для малого и среднего бизнеса – наиболее важный источник финансирования), однако жесткие требования его получения задерживают увеличение активности инновационных проектов;

- российский рынок фондов (венчурных фирм, бизнес-ангелов и т. д.) недооценен со стороны частных инвесторов, что притормаживает инвестиционные потоки;

- аналогичный зарубежный фондовый рынок для отечественных компаний по большей части считается недоступным.

Таким образом, прослеживается снижение промышленного производства и инвестиционно-инновационной деятельности. На данный момент продолжается дальнейшее сокращение инвестиционной деятельности в производстве, при этом появились конкретные трудности с ликвидностью банковской сферы, уменьшился рост потребления, увеличилась безработица и снизились доходы населения.

Инновационная деятельность российских компаний проигрывает иностранной практике, в основном это обосновано потребностью крупных объемов вложений, которые отличаются значительными рисками. Вдобавок правительство стремится предоставить возможную экономическую помощь компаниям: патентные программы, конкурсы грантов, обозначение приоритетных научно-технических сфер, финансовая поддержка фундаментальных исследований, особые налоговые режимы для экономических и технико-внедренческих зон.

Ученые считают, что в настоящий момент сложилась четкая направленность к уменьшению зарубежного участия в отечественных фирмах [4]. Поясняют эту направленность политическими и

экономическими процессами, которые находят свое отражение в западных санкциях по отношению к России и ответных действиях российского правительства. А частичная невостребованность зарубежных вложений со стороны компаний определяется нестабильностью курса российского рубля по отношению к иностранным валютам, по причине чего инвестиционные потоки из-за границы становятся труднодоступными и дорогостоящими.

Отметим главные проблемы и перспективы развития инвестиционно-инновационного вектора развития России. Непростая кризисная ситуация 2015-2016 гг.. привела к возникновению на рынке следующих проблем:

- невосприимчивость бизнеса к инновациям, небольшое преимущество инновационной деятельности в стратегиях фирм;
- в отечественных компаниях разработанная инновационная структура в основном работает «вхолостую» либо в интересах зарубежных компаний;
- низкая эффективность инноваций, большая угроза, недостаточная помощь со стороны государства;
- мало высококвалифицированных менеджеров-профессионалов по управлению инновационными проектами;
- ненадежный и спекулятивный фондовый рынок;
- слабое финансирование инновационной деятельности;
- минусы системы налогообложения по инвестициям в реальном секторе экономики;
- неразвитая инфраструктура инвестиционно-инновационного бизнеса.

С целью решения данных вопросов предлагаются следующие меры:

- 1) ввести жесткий надзор за всеми финансовыми потоками в РФ;
- 2) увеличить экспорт на международных рынках для различной инновационной конкурентоспособной продукции, современных технологий и материалов (катализатором этого является девальвация рубля);
- 3) осуществлять строгий контроль за офшорной инвестиционно-инновационной деятельностью, которая, с одной стороны, увеличивает результативность новых проектов, однако, с иной — сокращает налоговую составляющую;
- 4) совершенствовать государственное проектное субсидирование реального сектора экономики с целевым направлением и конкретными итогами;
- 5) поддерживать рынок труда, непосредственно те компании, которые формируют реальный сектор экономики, а также

ориентированы на производство и новые технологии;

6) внедрить устойчивое выровненное развитие российских регионов, увеличивая и внедряя инновационные технологии во все области производства;

7) сбалансировать государственную валюту (рубль) не только путем сокращения зависимости от «нефтяной иглы», но и благодаря развитию высоких технологий и инноваций производственной деятельности;

8) развить инвестиционно-инновационную деятельность внутри государства, строя дороги, компании, фабрики, производства и формируя все разновидности первостепенных отраслей, повышая этим темп роста ВВП России;

9) усилить ответственность правительства за экономику РФ. За 25 лет экономика государства так и не сошла с «нефтяной иглы», следует создать механизмы, которые стремительно поднимут реальное производство, внедрить стратегическое планирование развития инвестиционно-инновационной деятельности;

10) привлечь более грамотный кадровый состав в инновационную сферу деятельности, используя механизмы налогового и тарифного регулирования;

11) существенно расширять международную интеграцию отечественных вузов как в области образовательных программ, так и в области научных исследований, привлекать прямые зарубежные инвестиции в высокотехнологические сферы российской экономики;

12) внедрить господдержку инновационных компаний и инновационных программ;

13) формировать венчурные фонды для поддержки инвестиционных проектов, центры интенсивного инновационного роста (технопарки, наукограды, технополисы и т.д.);

14) Поменять требования для эффективного привлечения иностранных инвестиций;

15) Следует перевести экономику государства на инновационный путь развития, создать механизмы финансирования академий, научных сотрудников, аспирантов, молодых ученых (по национальному проекту «Образование» в вузы России инвестировано более 30 млрд рублей);

16) Модернизировать экономику (Федеральная целевая программа «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России») с целью привлечения молодого поколения в область науки и образования.

Таким образом, инновационная деятельность компании в нынешних обстоятельствах становится обязательным элементом ее хозяйственной деятельности. Увеличивается спрос потребителей на

инновационные продукты, которые характеризуются высоким качеством, экологичностью изготовления, эксплуатации и утилизации, прогрессивным дизайном, многофункциональностью продукта и стоимостной доступностью.

Изготовители сами становятся заказчиками, требующими инновационных решений. По этой причине компаниям независимо от избранного направления деятельности (коммерческая деятельность, специализация на НИОКР, осуществление государственного заказа) необходимо улаживать те или иные проблемы, которые сопряжены с инновационной деятельностью. Модель российской организации и ведения инновационной деятельности со временем усложняется и выходит на более серьезный уровень «принципиально новых инноваций», в то время как в коммерческой среде все больше предприятий понимают важность работы в области «инноваций относительной новизны», которая помогает отстаивать позиции в конкурентной среде. Многообещающим источником финансирования инновационной деятельности, открывшимся для компаний в последние годы, стало развитие электронных и цифровых платформ [7].

Необходимо выделить, что перспектива инновационного развития России будет не в инновационной экономике, а в экономике знаний, так как инновационная экономика выстраивается на заемных знаниях, а экономика знаний снабжает государство определенными конкурентными преимуществами. Экономика знаний даст возможность выйти из кризиса, а также осуществить стремительный подъем производства на основе организационно-структурной перестройки экономики в России. Следует выработать грамотную инновационную инфраструктуру для поддержки инновационных процессов, венчурной деятельности, малого и среднего бизнеса в научно-технической среде, в реальном секторе экономики. Лишь инновационный путь развития сделает наше государство конкурентоспособным, финансово-устойчивым и независимым.

Литература

1. Барсукова М.А., Боркова Е.А., Ватлина Л.В. Управление экономической устойчивостью в условиях инновационного развития // Известия СПбГЭУ. 2019. № 2 (116). С. 54-57.

2. Вертакова Ю.В., Толстых Т.О., Шкарупета Е.В., Дмитриева В.В. Трансформация управленческих систем под воздействием цифровизации экономики: монография. Курск: Изд-во ЮЗГУ, 2017. С. 156.

3. Глазьев С.Ю. Великая цифровая экономика [электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://www.nlr.ru/news/20171130/>

glazjev.pdf 23

4. Купревич Т. С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития // Экономический вестник университета: сб. науч. тр. ученых и аспирантов. 2018. № 37-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsyfrovyye-platformy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennyyetendentsii-i-napravleniya-razvitiya>

5. Мартынова Н. И., Кораблева Е. Е. Особенности инновационной и инвестиционной деятельности российских предприятий в условиях цифровой экономики // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2019. № 3 (март). URL: <http://e-koncept.ru/2019/194022.htm>.

6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. №1632-р. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://government.ru/docs/28653/>

7. Стратегия инвестиционно-инновационного развития России в условиях глобальных экономических вызовов: монография / Ю. А. Дорошенко [и др.]; ред. Ю. А. Дорошенко. Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. С. 208.

8. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://www.gks.ru>

Левченко Д.О., Чижов С.Ф.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова. г. Белгород. Россия,*

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Возникновение кризисных ситуаций в России на сегодняшний день связано с различными факторами: модернизацией рыночных отношений, совершенствованием законодательной базы и разработкой механизма ее исполнения, процессами глобализации и их последствиями, малоэффективным менеджментом компании. С целью предотвращения неблагоприятных проявлений кризиса применяется специальная диагностика, кроме того, выполняется система мер, содействующих предупреждению и преодолению кризисных ситуаций. В теории и практике они приобрели название антикризисного управления.

Наличие риска и неминуемые в процессе развития изменения его уровня выступают сильнодействующим фактором движения предпринимательства.

Риск-менеджмент предполагает собой систему управления риском и отношениями, которые образуются в ходе этого управления. В обстоятельствах непредвиденности хозяйственной ситуации, угрозы возникновения кризисных явлений в работе компании и опасности его банкротства риск-менеджмент способен органично вписаться в общую концепцию антикризисного управления компанией [7].

Отечественными учеными еще недостаточно подробно изучены теоретические вопросы особенностей реализации антикризисного управления в государстве и в отдельной коммерческой организации, функционирующей в условиях несовершенного рынка, а также высокого уровня бюджетного регулирования. Данная статья направлена на выявление проблем в системе антикризисного управления и обозначение роли риск-менеджмента как эффективной антикризисной меры.

Можно отметить следующие особенности антикризисного управления:

- цель антикризисного управления - обеспечение устойчивого положения компании в условиях динамично меняющейся внешней среды;
- своевременное, адекватное и результативное реагирование на отрицательные изменения внешней среды;
- основа антикризисного управления - процесс непрерывного поиска инноваций в абсолютно всех сферах работы компании;
- реализация антикризисного управления должна быть составляющей общей стратегии компании.

Таким образом, антикризисное управление - многосторонний процесс, содержащий совокупность мероприятий по своевременной идентификации свойств возможных кризисов, преодоления кризисов, в том числе разработку антикризисной стратегии, и ликвидацию неблагоприятных результатов кризисных ситуаций.

В свою очередь, риск-менеджмент, как система управления, содержит в себе процесс формирования цели риска, установление вероятности наступления события, обнаружения уровня и размера риска, исследование окружающей обстановки, подбор стратегии управления риском, подбор требуемых для данной стратегии приемов управления риском и методов его уменьшения, осуществление целенаправленного воздействия на риск. Данные характеристики указывают на возможность использования механизмов и инструментов риск-менеджмента в системе антикризисного управления предприятием.

Имеется прямая взаимосвязь между состоянием экономики и

степенью влияния фактора риска на компанию. При ухудшении экономико-политических условий, появляется угроза рискованных воздействий на хозяйствующих субъектов. Влияние фактора риска невозможно исключить полностью, однако необходимо прилагать усилия к его уменьшению до возможно наименьшего уровня.

Осечки компаний в большинстве случаев сопряжены с неопытностью менеджеров, некомпетентностью управляющих, их злоупотреблениями, неэффективностью управления, принятием неправильных решений, а также неспособностью приспособления к рыночным условиям. Возможность возникновения кризиса в значительной степени находится в зависимости от качества деятельности маркетинговой службы, наличия научно-исследовательских разработок по обновлению продукции, внедрению перспективных технологий, новых наиболее дешевых и высококачественных сырьевых ресурсов, кадровой политики компании [4].

Устранение риска из управленческого решения может сделать внезапным приход кризиса, также может вызвать кризисные ситуации. Однако управление рисками и сокращение их влияния до наименьшей степени вероятности способны вывести организацию из кризиса.

Организация риск-менеджмента кризисной компании или компании, пребывающей под угрозой возникновения кризиса, содержит в себе следующие стадии [6].

1. Определение цели риска, т. е. итога, который возможно извлечь.

Имеется в виду предупреждение риска потери экономической состоятельности предприятия, а также неполучение прогнозируемого результата от осуществления конкретного антикризисного мероприятия.

2. Приобретение данных о внешней и внутренней среде компании с целью раскрытия рискообразующих факторов и оценки уровня риска и его исхода.

3. Оценка вероятности наступления события, уровня риска и его стоимости.

Оцениваться могут следующие риски:

- опасность появления кризиса либо угроза разорения компании;
- удача или неуспех отдельного антикризисного мероприятия;
- экономические, торговые, инвестиционные, также иные угрозы, образующиеся при исполнении отдельных сделок, операций и способные вызвать появление кризисных явлений, в том числе потерю состоятельности фирмы.

4. Создание всевозможных антикризисных мероприятий либо альтернатив осуществления антикризисных действий с помощью сравнения прогнозируемого результата и размера риска.

5. Подбор стратегических и тактических антикризисных мер, способов управления риском и методов уменьшения уровня риска.

6. Создание плана операций по сокращению риска при осуществлении антикризисных механизмов.

7. Координирование мероприятий запланированного плана операций по предупреждению или преодолению кризиса в компании, уменьшению риска разорения и (или) риска провала определенной антикризисной операции, т. е. установление отдельных видов мероприятий, объемов и источников финансирования этих работ, конкретных исполнителей, сроков исполнения и т. д.

8. Надзор за исполнением запланированного плана, анализ и оценка итогов выбранной версии рискованного решения при осуществлении антикризисных механизмов.

Базой благополучно функционирующей системы антикризисного управления считается прозрачная законодательная база по проведению процедур несостоятельности. В настоящий момент российское законодательство в целом соответствует международным стандартам. Однако отмечаются и проблемы, которые требуют совершенствования законов и практики их применения:

- предусмотренные законодательством о банкротстве реабилитационные мероприятия и операции сейчас крайне редко производятся, что подтверждается превалярованием ликвидационной практики выполнения процедур несостоятельности;

- экономика российского государства характеризуется присутствием значительного количества больших и градообразующих компаний, которые по формальным признакам можно признать несостоятельными. Они, как правило, были сформированы в годы советской власти и нацелены на удовлетворение народнохозяйственных нужд всего государства. В условиях потери прежних рынков сбыта они первыми почувствовали экономические трудности. Их быстрое решение в силу ряда причин было невозможно. По этой причине правительство старается сберечь стратегически важный производственный и научно-технический потенциал российской экономики, общественно значимые объекты, избежать разорения подобных предприятий.

Имеются и трудности, сопряженные с несвоевременностью принятия антикризисных мер. Важным инструментом с целью принятия необходимых мер выступает диагностика финансово-хозяйственной

деятельности компании. При всем разнообразии методов, предлагаемых отечественными (экспресс-диагностика, анализ финансовой и бухгалтерской отчетности) и западными экономистами (прогнозирование банкротства по моделям Альтмана, Бивера, Фулмера, Тафлера), рекомендуется создание собственных подходов к диагностике социально-экономических последствий принимаемых решений, которые обязаны принимать во внимание социально-экономические показатели деятельности, предусматривающих специфику сферы, в которой это предприятие действует.

Непрерывное внедрение инноваций в антикризисном управлении - еще одна требуемая составная часть эффективного функционирования современной компании. Главная задача инноваций в антикризисном управлении - формирование превентивной системы управления компанией. На сегодняшний день из числа подобных инноваций можно выделить:

- формирование бизнес-интеллекта (инновационной технологии, соединяющей все разновидности работы компании с целью результативной и стабильной организации бизнеса в условиях безграничного количества информации);
- введение концепции непрерывности бизнеса (инновационной технологии, позволяющей эффективно среагировать на прерывание бизнес-процессов, что содействует минимизации ущерба и уменьшению расходов на возобновление обычного функционирования);
- применение антикризисной маркетинговой стратегии (восстановление старых и/или получение новых маркетинговых активов: маркетинговых исследовательских активов, бренд-капитала, лояльности потребителей).

В следствие проделанного исследования были выделены факторы, препятствующие благополучному внедрению инноваций в организациях России [2]:

- низкая организационная культура, недостаток организационной помощи;
- недостаток эффективной системы мотивации работников к увеличению производительности.

С целью ликвидации данных недостатков предлагается:

- а) отметить позицию менеджера, отвечающего за инновационное развитие;
- б) формировать подразделение, которое создают предложения по подбору направлений инновационного развития;
- в) создавать коллегиальный орган, заключающий

соответствующие решения (комитет по инновациям, правление) [3].

Таким образом можно сделать вывод, что, устойчивое социально-экономическое развитие российского государства невозможно без хорошо функционирующей на всех уровнях управления системы антикризисного управления. Для этого все элементы инфраструктуры антикризисного управления государства обязаны функционировать скоординировано, что должно содействовать увеличению эффективности исполнения законодательства «О банкротстве» [5], решения практических трудностей проведения процедур несостоятельности.

Предупреждение или ликвидация кризисных явлений в работе компании, формирование оптимальных решений в условиях ограниченных финансовых средств, большой степени неопределенности и риска составляют сущность антикризисного управления.

В свою очередь, риск-менеджмент дает возможность определить, а также выявить область повышенного риска, дать оценку его степени, уменьшить вред либо компенсировать его и в конечном результате исключить утраты и банкротства компании. Следовательно, риск-менеджмент дает возможность осуществлять контроль за принятием верных управленческих решений, производить оценку их последствий, а также обязан гармонично объединяться с технологией антикризисного управления.

Литература

1. Андрусов А., Ряпосов А. Как построить систему инновациями на предприятии. [электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://www.buhgalteria.ru/article/n50431>

2. Белоус Е.В. Факторы, препятствующие использованию инновационных технологий антикризисного управления в России//Материалы VIII Международного Форума ОТ НАУКИ К БИЗНЕСУ «Глобализация университетов: новые возможности для науки и бизнеса». - СПб.: Изд-во «Соло». 2014. С.14-16.

3. Белоус Е.В. Сравнительный анализ саморегулируемых организаций специалистов по проведению процедур несостоятельности в России и за рубежом. Сборник материалов ГС Международной научно-практической конференции «Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект» / Под общ. ред. проф. В.Л. Василенка. - СПб.: Изд-во КБ-Принт, 2014. С. 369-374.

4. Маренков Н. Л., Касьянов В. В. Антикризисное управление. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. С. 512.

5. О несостоятельности (банкротстве). Федеральный Закон от 26.

10.2002 г. №127 –ФЗ.

6. Финансовый менеджмент: теория и практика: учеб. / под ред. Е. С. Стояновой. – М.: Перспектива, 2008. С. 656.

7. Шипицын А.В. Основные этапы процесса риск-менеджмента / Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. №4. 2012. С. 103-107.

Лизунова В.Э.

Научный руководитель: Ганиева А.К.

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». г. Симферополь, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ ELEARNING ПРИ ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА

В настоящее время происходят глобальные изменения, которые полностью меняют классические методы обучения персонала на инновационные с применением компьютерных технологий. Наиболее развито электронное обучение в странах Европы и в США, однако и в России признают необходимость внедрения и постоянного применения системы elearning.

Преимущества электронного обучения включают в себя:

- бесплатный доступ к учебным материалам с любого устройства и из любого места;

- низкая стоимость получения и доставки данных;

- возможность настраивать учебные блоки под нужды конкретного сотрудника;

- простота использования технологий обучения на рабочем месте.

Сегодня одной из основных задач корпоративных учебных центров является снижение затрат и повышение эффективности обучения. Согласно журналу Training Magazine, компании экономят от 50 до 70% своего бюджета, заменяя классическое и традиционное электронное обучение [1].

Одним из наиболее эффективных методов инновационного обучения является метод case-study, или метод конкретных ситуаций. Ключевым понятием данного метода является ситуация как набор обстоятельств или условий, создающих ту или иную ситуацию, выбор каких-либо из них будет влиять на конечный результат.

Основным преимуществом этого метода обучения является использование принципов проблемного обучения, то есть проблема в данном случае имитирует механизм принятия решений в реальной рабочей ситуации, так что сотрудник может применить теоретические

знания на практике, а рабочая группа может работать в проблемной области и совместно искать способы решить проблему.

Следующим, инновационным методом обучения является технология «Secondment». Данная технология представляет собой перемещение сотрудника из одного отдела в другой. Особенность данной технологии является то, что перемещение также может быть между двумя компаниями, а также совершенно разными направлениями деятельности. Эффективность заключается в том, что новые решения возникают в условиях междисциплинарности [2].

Следующий метод обучения - «Buddying». Он заключается в том, что за сотрудником закрепляется партнер. Задача данного партнера заключается в предоставлении обратной связи. Отличие данного метода от наставничества заключается в том, что партнер и обучающийся равны перед друг другом.

Дистанционное обучение в настоящее время является одним из самых популярных методов. Этот метод экономит время, так как дистанционное обучение может быть начато в непосредственной близости. В России дистанционное обучение успешно применяется в таких компаниях, как «Альфа Капитал», «METRO CashandCarry», «Билайн» и др. [4].

Геймификация. Этот метод предполагает обучение в игровой форме с использованием компьютерных технологий. Этот метод отличается от дистанционного обучения тем, что обучение проходит в формате виртуальной игры или специального приложения, разработанного для этих целей. Проведенная компанией «Империя сотрудников», она показала, что 80% респондентов отмечают влияние игрофикации на повышение производительности труда [1].

Что касается практических примеров внедрения системы онлайн-обучения, они включают, как уже упоминалось выше, METRO CashandCarry. Специалисты METRO с нуля разработали интерактивную игровую симулятор для сотрудников, которые размещают товары на полках в торговом зале. Цель симулятора - научить сотрудника выстраивать правильную последовательность действий при сканировании пустых полок.

Альфа Капитал также внедрила электронное обучение в своей деятельности. Все сотрудники крупнейшей финансовой компании в России проходят обязательное обучение.

Сотрудники Управляющей компании и банков-партнеров не только обучаются тому, как работают фондовые рынки, но и учатся разбираться в вине и коллекционных напитках, искусстве, смотрят выступления известных спикеров на конференциях TED, а также

мастер-классы по лидерству. Специалисты компании создали систему дистанционного обучения (СДО), включающую 126 курсов.

В заключении следует сказать, что применение системы elearning влияет на снижение себестоимости затрат на обучение персонала и должно в определенной мере внедряться на каждом предприятии, однако при этом следует уделять особое внимание контролю над обучением персонала.

Литература

1. Гладкая К.В., Семина А.П. Использование информационно-коммуникационных и виртуальных технологий в обучении персонала // Московский экономический журнал. 2019. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-informatsionno-kommunikatsionnyh-i-virtualnyh-tehnologiy-v-obuchenii-personala> (дата обращения: 08.06.2020).

2. Козлова О.А., Сычева М.Н. Инновационные методы обучения персонала: зарубежный и отечественный опыт // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2018. № 6. С. 160-164 [Электронный ресурс]. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=12311> (дата обращения: 19.04.2020).

3. Майстренко, Ю. В. Обучение и развитие персонала: инновационный аспект // Молодой ученый. 2018. № 52 (238). С. 134-137. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/238/55263/> (дата обращения: 19.04.2020).

4. Силовов А. Мифы и реалии дистанционного обучения // Высшее образование в России. 2016. № 3. С. 116–120.

Мазнева В. Д., Овсянникова В. Д.

Научный руководитель: Лопатина И. Ю.

*Российский Экономический Университет им. Г.В. Плеханова
Краснодарский филиал. г. Краснодар, Россия*

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Время идет, общество наращивает свои знания во всех сферах деятельности, развиваются индустрии, растут рынки и ожидания клиентов и потребителей в связи с этим меняются, а точнее возрастают. Не исключение и гостиничная индустрия, так как на сегодняшний день именно данная сфера деятельности имеет огромнейшие шансы, как на успех, так и на неудачу.

Еще недавно всё внимание управленцев гостиницами было

сосредоточено на оперативном управлении, но уже сейчас, при заселении гости ждут от персонала высокого качества обслуживания, и уделяя внимание исключительно имущественному критерию успеха в управлении не достигнуть.

Мы живем в мире конкуренции, именно поэтому, в любом виде деятельности перед любым предприятием или бизнесом стоит цель превзойти соперника. Именно поэтому, гостиницы начинают конкурировать друг с другом, чтобы получать в конечном итоге дополнительные инвестиции или привлечь больше клиентов, именно поэтому они ставят перед собой задачу повышения привлекательности своего предприятия, улучшения рейтингов в обслуживании, а главное - повышения имиджа за счёт качества предоставляемых услуг, а услуги, как все знают, предоставляют большинство организаций в наше время.

Понятие услуги появилось еще с тех времен, когда только люди узнавали, что такое бартер товаров. Естественно, что товар являлся исключительно продуктом, но в независимости от этого, к нему всегда предполагалась какая-либо услуга. Так, например, мебель является товаром, но доставка этого товара до места назначения, его перегрузка и установка является услугой.

Так, рынок услуг сравнительно отличается от рынка товаров. Во-первых, услуга не является реальной до момента её предоставления потребителю, в отличие от товара. Именно поэтому, покупатель не может дать ей оценку, пока она не будет предоставлена, в этом случае приходится полагаться только на обещания продавца, что в конечном итоге может не оказать должного удовлетворения. Во-вторых, загвоздка в том, что многие покупатели сами не понимают термин «услуга», и не до конца знают, чего им ждать в конечном итоге.

Говоря об услугах в гостиничном бизнесе, стоит уделить огромное внимание качеству их предоставления, ведь именно от качества услуг, зависит успех всего предприятия.

Любая гостиница, в случае, когда тона стремится к успеху, должна гарантировать своим клиентам заранее утвержденные гаранты качества предоставляемых услуг, которые были бы привлекательны всем сторонам отношений. Данные стандарты закреплены ассоциациями предпринимателей и государственными органами.

Следует рассмотреть различные подходы к характеристике качества предоставляемых услуг.

Для начала, понятие «качество» можно охарактеризовать как совокупность характеристик и свойств, которые могут удовлетворить чьи-то потребности.

Также, качество определяется как отсутствие недостатков в услуге,

которая может удовлетворить потребности клиента.

Качество может быть техническим и функциональным.

В свою очередь, техническое качество определяет качество самой инфраструктуры, или, например номера (можно отнести: постельное бельё или дизайн помещения), а также других материальных составляющих предоставляемой услуги. Функционально качество определяет качество процесса обслуживания.

Исследуя мировую практику гостиничного бизнеса, можно говорить о том, что высокое качество услуг ведет к получению огромной прибыли.

Главным критерием выбора отеля является качество обслуживания внутри него, так, когда нового клиента можно привлечь заманчивой рекламой или интерьером, второй раз он не вернется в отель, где предоставленные услуги ему не понравились, а именно он не был удовлетворен качеством обслуживания персоналом.

Так, гостиничные услуги имеют ряд особенностей, по которым менеджер может управлять их качеством (снижать или повышать качество, удовлетворяя потребности разных категорий клиентов, при этом учитывая их возможности).

Само понятие «качество услуги» также состоит из частей:

- Техническое качество;
- Функциональное качество;
- Социальное качество.

Техническое качество.

Говоря о техническом качестве, стоит отметить, что это качество связано с производственными составляющими гостиничного предприятия, а именно: качество предоставляемых услуг, качество предоставляемых номеров и блюд и тому подобное.

Функциональное качество.

Данное качество отличается тем, что определяется поведением обслуживающего персонала, его внешним видом, отношениями, которые складываются внутри самого персонала, его отношением к выполняемой работе, соответствию стандартам в обслуживании, уровнем заинтересованности в качестве услуг и тд.

Функциональное качество может прямо влиять на техническое качество, а именно на восприятие потребителя о нем. Так хорошее обслуживание может изменить впечатление клиента гостиницы о предоставленном номере.

Социальное качество.

В данном случае говорится об уровне культуры, который учитывает клиент в процессе оказания ему услуги. Тут учитывается всё,

отзывчивость и любезность, отношение к клиенту и поведение, уровень коммуникабельности.

Можно сказать, что уровень обслуживания в гостиницах является комплексным понятием, связанным с потреблением и товаров и услуг, и вступлением как в материальные отношения, так и в нематериальные.

Материальные гостиничные услуги представлены в виде:

1. Номеров;
2. Технологий;
3. Товаров.

К числу нематериального фонда следует отнести:

1. Эстетику;
2. Комфорт;
3. Атмосферу;
4. Доброжелательность и тд..

Критерии качества в гостиничном бизнесе играют огромную роль, ведь от их полноты и достоверности зависит, будет ли данное предприятие функционировать, будет ли иметь преимущества в конкурентной борьбе и престиж среди клиентов. С критериями связана качественная оценка услуг предприятия в перспективе и на данный момент, именно поэтому их поиск и корректировка являются достаточно сложными. Выделяя преимущества критериев качества в одном отеле и сравнивая их с другими, можно говорить о том, какое из предприятий является более продвинутым, а какое отстает от развития.

У каждого предприятия в гостиничном бизнесе есть услуги для размещения, которые также говорят о качестве его обслуживания, вот по каким показателям также можно сравнить несколько отелей и выбрать то, которое будет им более соответствовать:

1. предоставления того качества услуг, который соответствует уровню отеля и его престижу (если это отель или гостиница «пять звёзд», то и требования к качеству обслуживания будут увеличиваться);
2. предоставление постоянным клиентам или туристам, заранее обговоренного номера в гостинице;
3. соблюдение порядка с учетом санитарных норм в номерах и полностью во всех помещениях здания, предоставляемого для проживания и нахождения;
4. наличие у сотрудников достойного образования, квалификации и уровня культуры, которые обговорены в требованиях по найму;
5. возможность предоставления дополнительных услуг клиентам.

Стоит также не забывать, что конкурентоспособность гостиницы

зависит и от соотношения таких показателей, как «качество» и «цена». Качество увеличивает конечную прибыль предприятия, и увеличивает спрос на услуги. Но с повышением качества нужно увеличивать и затраты на его реализацию. С увеличением затрат, возрастает и себестоимость оказанных услуг или предоставляемых товаров, но не стоит забывать, что это всё будет оправдано в том случае, если качество будет соответствовать цене.

На данный период времени, многие гостиницы пренебрегают данным правилом, и за предоставление некачественных услуг, требуют высокую цену. Особенно это проявляется в сезон летних отпусков, когда появляется множество туристов и им негде располагаться. Но стоит заметить, что данный феномен носит признак сезонности, и данный ход представителей гостиничного бизнеса не будет приносить результатов в будущем.

Нужно помнить, что соотношение цены и качества является одним из важнейших критериев поддержания имиджа отеля и сохранения его конкурентоспособности.

Качество в гостиничном бизнесе является динамичным показателем, оно постоянно меняется и совершенствуется, именно поэтому уровень качества различается в гостиницах, а также отличен в разные сезоны. Всё это связано с тем, что на качество оказывает влияние множество факторов, рассмотрим некоторые из них.

Так, к наиболее важным факторам, которые влияют на качество в гостиничном бизнесе, относятся:

Экономический фактор.

Тут стоит сказать про оплату труда работников, ведь чем она выше, тем выше уровень предоставления услуг сотрудниками, тем больше энтузиазма и вовлеченности в работу, и поэтому тем выше уровень качества в гостинице.

Также, экономический фактор влияет на цены закупки материалов, для предоставления каких-либо услуг или самих товаров.

Социально-экономический фактор.

Речь идет о взаимослаженности коллектива, ведь чем лучше отношения между собой у сотрудников, тем лучше работа не отдельных звеньев предприятия, а в общем гостиницы, что в свою очередь влияет на её конкурентоспособность.

Технический фактор.

Использование современного оборудования позволяет выполнять работу без каких-либо задержек и изъянов.

Организационный фактор.

Данный фактор важен в совершенствовании уровня рабочей

атмосферы, а также в плане по соблюдению норм и стандартов.

Таким образом, в данной статье были рассмотрены следующие аспекты: понятие качества, виды качества услуг в гостиничном сервисе, факторы, оказывающие влияние на качество предоставляемых услуг в гостиничном бизнесе, соотношение понятий «цена» и «качество», критерии оценки качества в гостиничном бизнесе, по которым производится также сравнительная характеристика.

Но стоит отметить, что в наше время, многие предприятия гостиничного бизнеса забывают, что качество является определяющим критерием их успеха, развития имиджа и сохранения репутации, такие гостиницы или отели стремятся исключительно добиться прибыли, не понимая, что их тактика не будет иметь успеха в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Технология и организация гостиничных услуг: учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. Москва: ИНФРА-М, 2019. 320 с.

2. Быстров С. А. Организация гостиничного дела: учеб. пособие. Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. 432 с.

3. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000); [пер. с англ. А.В. Павлов]. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 239 с.

4. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела: учебник для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 331 с.

5. Ефремова, М. В. Управление качеством гостиничных услуг: учебник и практикум для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 350 с.

6. Чуваткин, П. П., Горбатов С. А. Управление персоналом гостиничных предприятий: учебник для вузов / под редакцией П. П. Чуваткина. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 280 с.

Марасова И.А.

*Дмитровградский инженерно-технологический институт –
филиал НИЯУ МИФИ, г. Ульяновск, Россия*

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ

В наше время интернет охватил почти все сферы жизни человечества. Все больше людей проводят свободное время в интернете, поэтому появляются новые способы продвижения и продажи товаров и услуг в сети Интернет. Почти у каждой компании сейчас есть

интернет-сайт и социальные сети. Так в маркетинге появляются и используются различные интернет-технологии, которые начинают преобладать над классическими технологиями маркетинга.

Интернет-технологии в маркетинге выполняют те же задачи, что и технологии классического маркетинга: определение и изучение целевой аудитории, а также её потребностей; анализ и прогнозирование рынка и спроса на товар, его конкурентоспособности, адаптация товаров под необходимости рынка; позиционирование товара на рынке, создание позитивного образа компании; способы общения и воздействия на целевую аудиторию и многие другие. К преимуществам интернет-технологий маркетинга можно отнести:

- Массовость – по данным на январь 2020 года интернет охватывает 4,54 миллиарда людей.
- Доступность – почти каждая компания имеет доступ в интернет [1, с. 20].
- Сегментация - возможность разделения аудитории по различным признакам, тщательный анализ целевой аудитории и обращения к определенной части.
- Оперативность - получение мгновенной реакции аудитории, её изучение и быстрая реакция.
- Интерактивность - аудитория вовлечена в общение с компанией.
- Возможность оптимизации и автоматизации технологий маркетинга.

Самой распространенной интернет-технологией маркетинга является реклама в интернете. Сейчас заниматься продвижением и созданием рекламы может человек без специализированного образования и опыта, ведь появляется множество различных сервисов для настройки рекламы. Так, например, социальная сеть «ВКонтакте» запустила собственную площадку для создания рекламных объявлений, которой может воспользоваться любой пользователь (рис. 1).

Появляется термин «таргетированная реклама». Таргетинг – один из маркетинговых механизмов, выделяющий определенную часть аудитории по различным признакам (половозрастные, географические, социально-экономические, поведенческие сегментации). Появляется множество сервисов для поиска и отбора аудитории, отображения рекламы выбранному сегменту пользователей, а также анализа реакции пользователей. Один из таких сервисов Pepper.ninja (рис. 2)

Помимо таргетированной рекламы появляются также контекстная (объявление публикуется на страницах или во время поисковых запросов, схожих по тематике с рекламируемым продуктом) и

баннерная (графическое изображение или анимация, содержащая рекламу или информацию о компании; при клике происходит переход на сайт компании). Контекстная реклама служит хорошим инструментом для поиска «горячих» клиентов (уже заинтересованных в вашем товаре или услуге), а баннерная реклама делает образ компании или товара узнаваемым.

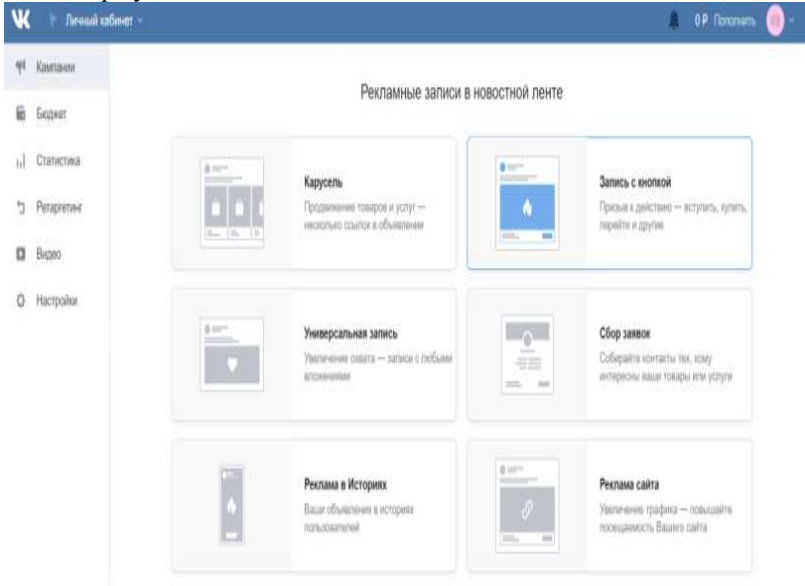


Рисунок 1 - Рекламный кабинет социальной сети «ВКонтакте»

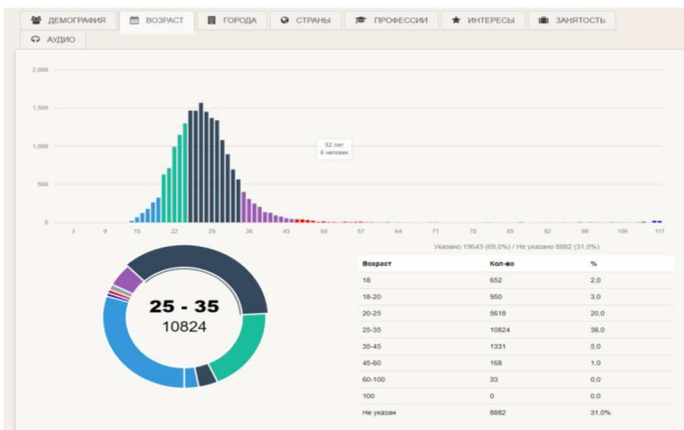


Рисунок 2 - Пример анализа аудитории при помощи сервиса Pepper.ninja

Еще одной важной интернет-технологией маркетинга является продвижение в социальных сетях. Маркетинг в социальных сетях даже выделяется в отдельное направление – SMM-маркетинг (Social Media Marketing). Исследования 2019 года показали, что пользователи в среднем проводят в социальных сетях 2 часа 23 минуты; подростки могут проводить в социальных сетях до 9 часов в день. Социальные сети имеют огромный охват [2, с. 85], SMM становится важной технологией маркетинга. Компании часто не только продвигают свой продукт посредством прямой рекламы, но и создают собственный контент (различные текстовые, графические, аудио- и видеоматериалы); реагируют на различные события в мире (тем самым компании часто оказываются на слуху у потребителей, при схожем мнении у клиентов формируется положительное мнение о компании); следят за различными трендами и быстро реагируют на изменения. При хорошем продвижении контент компании становится вирусным (т. е. начинает распространяться без участия компании, что позволяет охватить большую аудиторию и уменьшить затраты). Маркетинг в социальных сетях позволяет оперативно оценить успех рекламных кампаний, собрать информацию об уровне доверия потребителей, скорректировать и оптимизировать свои действия в короткий срок, а также оценить результаты продвижения. Для оценки результатов SMM-продвижения существуют специальные сервисы, например Hubspot (рис. 3).

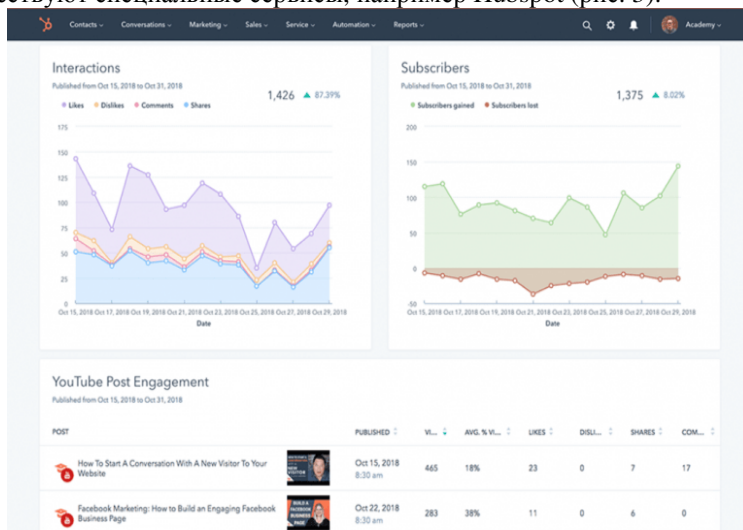


Рисунок 3 - Статистика вовлеченности, полученная при помощи сервиса

Hubspot

Поисковая оптимизация (SEO) – еще одна интернет-технология маркетинга, заключающаяся в улучшении сайта с целью поднятия его в списке поисковых систем. За год поисковая система Google обрабатывает более двух триллионов поисковых запросов. Компании, появляющиеся в первых строках поисковых систем, получают огромный приток клиентов каждый день, именно поэтому так важно оптимизировать свой сайт. В SEO используются следующие приемы: создание собственного уникального контента для повышения индекса цитирования и уменьшения показателя водности слов; увеличение скорости работы сайта, оптимизация его под различные устройства и многие другие.

Кроме перечисленных существует множество различных интернет-технологий маркетинга; среда интернета постоянно развивается, и рождаются новые виды взаимодействия с аудиторией. Интернет-маркетинг становится основным направлением маркетинговой политики множества компаний, что еще больше ускоряет развитие данной сферы маркетинга. Важно не только успевать за современными технологиями, но и проводить качественную и эффективную маркетинговую политику, а также постоянно совершенствовать знания и умения профильных специалистов.

Литература

1. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой. М. : Издательство Юрайт, 2015. 288 с. Серия : Бакалавр.

2. Капустина Л. М., Предеин А. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2014. 136с.

Машкова К. О.

*Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского. г. Симферополь, Россия*

НАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ БЮДЖЕТА, ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Налоги являются важной составляющей экономики страны. Они помогают установить взаимоотношения между предпринимателями, бизнесменами, банками, различными компаниями, как государственными, муниципальными, так и частными, а также различными министерствами и ведомствами. С помощью налогов

достигается непрерывный экономический рост и финансовая стабильность государства. Также налоги стимулируют приток иностранных инвестиций, что говорит о их роли во внешней экономике.

Налоговые доходы- это все предусмотренные законодательством Российской Федерации налоги и налоговые сборы, штрафы и пенни, которые представляют собой обязательные безвозмездные безвозвратные платежи в государственный бюджет [2]. Стимулирование налоговых поступлений в консолидированный бюджет в настоящее время является одной из главных задач государства. Налоговые поступления формируются на основе бюджетного и налогового российского законодательства.

На данный момент существует ряд проблем относительно их формирования. К ним относятся:

- многие предприниматели и организации уклоняются от уплаты налогов;
- нет единой системы критериев, помогающих определить четкие границы между налоговыми и неналоговыми доходами в бюджет;
- государство, с целью увеличения доходов в бюджет, ставят налогоплательщиков в жесткие рамки, в связи с чем многие налогоплательщики не могут выплачивать суммы в полном объеме.

В связи с чем можно сделать выводы о необходимости Правительства Российской Федерации предпринимать особые меры. На данный момент приоритетными задачами являются:

- достижение устойчивого сбалансированного прозрачного бюджета;
- рационализация статей расходов бюджета;
- решение проблем регионального и местного уровня, путём улучшения программно-целевых методов управления;
- организация сбалансированной прозрачной устойчивой пенсионной системы;
- формирование новых механизмов финансирования развития инфраструктуры;
- налаживание межбюджетных отношений;
- развитие налоговой системы Российской Федерации, достижение более высокого уровня её конкурентоспособности.

В соответствии с поставленными задачами Правительство совместно с Федеральной налоговой службой и Министерством финансов уже предпринимает определенные меры, так, например, с 1 января 2019 года в Российской Федерации был введен специальный налог при оказании иностранными организациями услуг в электронной

форме, часто называемый в средствах массовой информации как «налог на Google», представляющий собой уплату НДС в размере 18% иностранными компаниями, предоставляющими данный тип услуг. Всего на учет встали 1580 иностранных компаний, включая Google, Apple, Facebook, Microsoft, Sony и др. Благодаря данному нововведению только за 1 квартал 2019 года сумма доходов бюджета увеличилась на 12 млрд. руб. [3].

Также произошли изменения законодательства относительно налога на добычу полезных ископаемых в соответствии с Федеральным законом от 03 августа 2018 года № 301-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» были введены повышающие коэффициенты, увеличивающие ставку налога на добычу полезных ископаемых в виде нефти в I полугодии в среднем на 1415,5 рублей за 1 тыс. тонн [1].

Не мало важным решением стало введение автоматизированной системы нового поколения «Налог-3», которая представляет собой единую информационную базу федеральной налоговой службы Российской Федерации. «Налог 3» помогает быстрее обрабатывать и анализировать данные, предоставлять статистическую информацию, что значительно упрощает налоговую систему и оптимизирует процесс налогообложения граждан. Все эти изменения влекут за собой положительные последствия для экономики, в этом мы можем убедиться, взглянув на таблицу 1.

Анализируя приведенные выше данные, мы можем сказать, что по большинству показателей идёт рост доходов, общая сумма возросла почти на 21 330 млрд. рублей, что составляет 6,6 % прироста относительно 2018 года. Наибольший рост в процентном и числовом соотношении демонстрирует НДС, относительно 2018 года он вырос на 722 млрд. рублей или 19,2%, и составив 4481,7 млрд. рублей. В данной таблице мы можем видеть и отстающие показатели, так уменьшилась сумма от акцизов по подакцизным товарам и налоги на имущество, не смотря на общий рост налогов, сборов и регулярных платежей за пользование природными ресурсами налог на добычу полезных ископаемых практически топчется на месте.

Данный рост налоговых поступлений позволяет перекрыть дефицит бюджета, что свидетельствует о правильно выбранном направлении действий налоговой политики, однако расходы растут соизмерено доходам, ресурсов всегда будет мало, в связи с чем нужно и дальше стремиться повышать доходы в бюджет.

Таблица 1. Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей, администрируемых ФНС России, в консолидированный бюджет Российской Федерации, млрд. рублей

| | 2019 г. | В % к 2018 г. |
|---|---------|---------------|
| Всего | 22737,0 | 106,6 |
| из них: налог на прибыль организаций | 4543,1 | 110,8 |
| НДФЛ | 3955,2 | 108,3 |
| НДС на товары (работы, услуги) | 4481,7 | 119,2 |
| из него: НДС на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации | 4257,8 | 119,1 |
| акцизы по подакцизным товарам (продукции) производимым на территории РФ | 1277,5 | 85,6 |
| налоги на имущество | 1350,8 | 96,7 |
| налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами | 6258,9 | 101,3 |
| из них налог на добычу полезных ископаемых | 6106,4 | 99,7 |
| 1) По данным ФНС России, без учета поступлений доходов по страховым взносам на обязательное социальное страхование. | | |

На данный момент есть ряд перспективных направлений, разработанных и утвержденных Министерством Финансов Российской Федерации. В первую очередь, конечно нужно обратить внимание на отстающие виды доходов, подумать о выгоде не только для экономики, но и для других отраслей. Так, в сфере экологии в прошлом году был введен «Мусорный налог», в связи с чем в ближайшее время ожидаются поступления от таких видов налога, как экологический налог и утилизационный сбор.

В планы Министерства Финансов входит упрощение налоговой системы для налогоплательщиков, с целью облегчения бремени в административном плане. В ближайшее время планируется отмена предоставления налоговых деклараций индивидуальными предпринимателями, а также введение особого переходного налогового режима для налогоплательщиков, которые превысили ограничения на использование упрощенной налоговой системы.

Рыбохозяйственным организациям, которые используют единый сельскохозяйственный налог, будет предоставлена возможность учитывать затраты, которые связаны с участием в аукционах на покупку

доли в общем количестве квот, выделенных на вылов водных биологических ресурсов, как отдельную статью расходов.

Таким образом, проблема формирования доходной части бюджета является одной из самых важных в нашей стране. В 2019 году доход от налоговых поступлений составил 22737 млрд. рублей [4]. Наибольший удельный вес составляют такие налоги как налог на добавленную стоимость, налог на прибыль и налог на добычу полезных ископаемых.

Литература

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 28.03.2017).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) от 31 июля 1998 года N 146-ФЗ.
3. В России начинает действовать «Налог на Google». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/3916742>
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Мохова Е. В.

*Северо-Западный институт управления Российской академии
народного хозяйства и государственной службы при Президенте
РФ*

г. Санкт-Петербург, Россия

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ АМАНСИО ОРТЕГИ КАК РУКОВОДИТЕЛЯ КОМПАНИИ INDITEX GROUP НА ОСНОВЕ КНИГИ О'ШЕА КОВАДОНГИ «ФЕНОМЕН ZARA»

Амансио Ортега основал Inditex Group в 1963 году, которая владеет Zara и другими предприятиями розничной торговли мужской и женской одеждой, обувью и домашним текстилем. Он открыл первый магазин Zara в Ла-Корунье в 1975 году, потрясая розничную индустрию моды, резко ускоряя графики оборота, так, что одежда шла от идеи до торгового зала за две недели. Мода Zara основана на одежде взлетно-посадочной полосы, но продается по ценам, которые средний человек может себе позволить.

Inditex Group разрабатывает, производит, распространяет и продает собственную продукцию в более чем 6000 магазинах по всему миру. В 2011 году Амансио ушел с поста председателя Inditex, но по состоянию на 2014 год ему принадлежит 60% акций компании.

По данным Forbes, Ортега является одним из самых богатых людей в мире наряду с Карлосом Слимом Хелу, Биллом Гейтсом и Уорреном

Баффетом, самостоятельно сделавшим мультимиллиардера с оценочным чистым состоянием в \$73 млрд. по состоянию на 2018 год. Несмотря на свое состояние, Ортега известен как скрытный простой человек, который избегает интервью с журналистами. Он живет в Ла-Корунье, в том самом маленьком городке в Галисии в Испании, где он впервые открыл Zara. Он считается самым богатым розничным торговцем во всем мире.

Амансио любит путешествия, приключения и встречи с новыми людьми. Он очень любопытен и жаждет испытать всю жизнь.

Амансио Ортега Гаона любит быть вовлеченным в несколько областей одновременно, пока он не будет привязан к какой-либо одной. Амансио легко заводит друзей; его личность оптимистична и часто вдохновляет, привлекая людей из всех слоев общества. Он очень талантлив и обладает множеством способностей. Амансио обладает сверхъестественной способностью мотивировать других, что крайне важно для руководителя такой большой компании.

Амансио Ортега – очень честный человек, и при встрече с автором книги он просил писать только правду – как хорошее о нем, так и плохое. Так, его главным минусом можно назвать то, что он бывает импульсивным, совершая или говоря то, о чем он сожалеет позже.

Амансио чувственный и любит пробовать в жизни все. Чувственные переживания необходимы ему для наслаждения жизнью.

Амансио Ортега Гаона старается поддерживать физическую форму. Он считает, что хорошая физическая форма будет способствовать его уверенности.

Его главной задачей является самореализация в одной области, так он будет развивать свои способности и достигать успеха. Как только Амансио Ортега найдет свою нишу, мотивация и вдохновение, которыми он заряжает других, принесут ему много взамен, и Гаона получит поддержку от друзей и коллег, что продвинет его на пути к успеху.

Амансио Ортега – это человек мышления и планирования. Обладая хорошо развитым мышлением, он умеет составлять эффективные планы, ставить цели и вырабатывать оптимальный способ их достижения.

Амансио сначала думает, прежде чем что-то сделать, постоянно планирует будущее, тщательно ведет свой дневник, в котором все хорошо спланировано.

Он обладает отличными организационными и административными навыками. Его организованность настолько высока, что если он будет организован во всем, то ему придется искать что-то, где не будет

порядка, чтобы организовать и это, иначе он будет чувствовать себя некомфортно.

Ортега – по-настоящему успешный руководитель, который своим примером доказывает, что стать миллиардером, при этом сохранив в себе человечность, реально. А ведь начинал он свой путь обыкновенным посыльным у местного портного. Но в какой-то момент Амансио сделал рискованный шаг - и выиграл.

Амансио обладает и теми необходимыми для руководителя качествами, перечислим самые важные из них.

Способность и обучению

Амансио знает, как эффективно работать с коллегами, сохраняя при этом самоконтроль и дисциплину, и учит их ценить знания как ключевой ингредиент успеха.

У него очень хорошая память, он высокоинтеллектуален, гармоничен и обладает большими умственными способностями, несмотря на то, что он даже не окончил школу. Его мысли логичны, его навыки решения проблем являются выдающимися.

Гаона более интеллектуален, чем эмоционален или практичен, и его быстрый аналитический ум способен к абстрактному мышлению, поэтому он решает проблемы быстро и легко.

Несмотря на то, что он руководствуется интеллектом, Амансио поддерживает способности мозга и бросает себе вызов, связанный с постоянным обучением и изучением, на протяжении всей своей жизни, однако он также может впасть в апатию из-за отсутствия интересных событий в своей карьере на рабочем месте или среди людей, которыми он окружает себя.

Готовность работать больше.

Амансио считает, что никогда нельзя быть удовлетворенным собой. Чтобы достичь чего-то большего, нужно постоянно что-то делать для этого, становиться лучше и не терять способность к самокритике.

Амансио всегда в рабочее время можно увидеть среди остальных работников Zara. Особенно он любит наблюдать за работой дизайнеров. Ему очень тяжело заставить себя отдыхать. Это качество плавно перетекает в трудолюбие.

Трудолюбие и настойчивость.

Как было сказано выше, Амансио всегда готов работать и тщательно выполняет каждую задачу. О настойчивости и упорстве говорит весь его жизненный путь, ведь узнав, что его мать берет продукты в кредит, он пошел работать в юном возрасте. И затем продвинулся по карьерной лестнице так, что открыл свое дело. Те, кто его знает, говорят, что Амансио Ортега всегда идет своим путем. Если

эксперты против открытия Zaga в Венесуэле, а он убежден, что это необходимо, он купит самое дорогое здание за всю историю компании для этого (8 млрд песет = 48 млн. евро).

Открытость к инновациям.

Амансио Ортега всегда открыт к новшествам. Он считает, что никогда ничто не бывает совершенным. Постоянное развитие, постоянные преобразования, использование новых технологий – вот один из секретов успеха его компании. Его желание сделать все идеально распространяется не только на бизнес, но и на обычную повседневную жизнь.

Контроль.

Амансио любит проводить время среди своих работников, он все сам контролирует, проверяет, ведь он всегда находится в процессе. Амансио говорил: «Я провожу много времени, переходя из одного отдела в другой, чтобы посмотреть, как все работает. Если я не в мастерской, тогда я у дизайнеров. Если честно, весь процесс целиком захватывает меня – но больше всего мне нравится смотреть на наших художников! Это моя самая любимая часть из всего комплекса».

Лидерские качества.

Один из сотрудников компании утверждает, что Амансио умеет вести свою компанию вперед, к выдающимся результатам. Он использует смесь авторитета и силы с глубокими знаниями и страстью к делу. Так, вся команда следует ему, его идеям, решениям, советам.

Доброта, этичность.

Главным принципом жизни Амансио является открытость людям, доброта. Он всегда любезен по отношению к другим. Автор книги «Феномен Zaga» рассказывала, как неловко себя чувствовал Амансио из-за того, что отказал ей на просьбу сделать фото, потому что не хочет быть публичным человеком. Кроме того, он не только сам добр по отношению к другим, но и старается делать все, чтобы все окружающие люди были такими же. Хесус Вена рассказывал, что, когда Амансио нанял его к себе, дал ему один совет: «Ты должен любить людей». Амансио знает каждого своего сотрудника по имени и для каждого готов сделать комплимент.

У Амансио Ортеги достаточно качеств личности успешного руководителя. Амансио обладает и другими качествами, которые важны для руководителя. Он не рвется к деньгам и славе, а работает усердно за идею. У него хорошо развита интуиция, он креативен, движим идеей, последователен. Для Амансио Ортеги время – ценнейший ресурс, которым он умеет тщательно распоряжаться. Он всегда приходит на встречи вовремя и никогда не заставляет ждать.

Литература

1. Астахова Н. И., Москвитин Г. И. Менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. М.: Издательство Юрайт, 2019. 422 с.
2. Ковадонга О'Ши Феномен Zaga: однотомник М.: Издательство Эксмо, 2015. 239 с.
3. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации : пер. с англ. СПб. : Питер, 2002. 213 с.
4. Schultz, D. and Schultz, S.E. (1994) Theories of Personality, 5th edn. Pacific Grove, CT: Books/Cole Publishing., s. 407
5. Доронина Н.И., Амельченко М.А. Личностные и деловые качества руководителя предприятия сферы сервиса // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2015. №1 (3).
6. <https://e-watson.ru/content/25-formula-uspeha-amansio-ortega.html> (дата обращения: 18.05.2020).
7. <https://www.forbes.com/sites/deep Patel/2017/06/15/7-personality-traits-every-ceo-should-have/#27650c3d1f02> (дата обращения: 18.05.2020).

Найкова А. Ю.

Научный руководитель – Первушина О. В.

*Алтайского государственного института культуры
г. Барнаул, Россия*

ГУМАНИСТИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ГЛОБАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

В связи с активным изменением культурных границ и высокими темпами современных интеграционных процессов, культурные миры развиваются разнообразно и во многом непредсказуемо – социальное и культурное пространство становится подвижным и деформируется. Если человек предшествующих эпох был тесно связан в течении своей жизни с конкретным определенным пространством, то человек современной глобальной культуры активно и многосторонне расширяет границы своего культурного пространства и культурного мира, которому он принадлежит по рождению.

На сегодняшний день мировое сообщество активно стремится к культурному диалогу. Представители разных стран, этнических принадлежностей, вероисповедания приобщаются к идее терпимости и сближения, готовности к пониманию смыслов и ценностей «чужих»

культур, и в этом существенную помощь оказывает совершенно новый феномен – гуманистическая идентичность, которая выступает как средство для принятия иного культурного опыта.

Идентичность - осознание человеком своей принадлежности к какой-либо группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и ориентироваться в окружающем мире [1, с. 3].

В современных культурологических исследованиях рассматриваются различные формы проявления идентичности: этническая идентичность, национальная идентичность, глобальная идентичность [4, с. 148-152], также выявлена относительно новая форма культурной идентичности – гибридная идентичность [2, с. 4-9].

На наш взгляд, появлению нового культурного феномена – гуманистической идентичности – предшествует культурный опыт этнической, национальной идентичности. Инновационный культурный опыт, основанный на межкультурной коммуникации порождает феномены глобальной и гибридной идентичности. Однако ни та, ни другая в полной мере не позволяет человеку гармонично сочетать в своем культурном самосознании две или несколько культур. Глобальная идентичность хоть и основана на взаимодействии и сближении культур, в основе своей является экспансией западно-европейских и северо-американских ценностей на весь остальной мир. В свою очередь гибридная идентичность формирует фрагментарное представление о ценностях различных культур, основана на случайном наборе представлений, знаний, установок, не связанных с освоением глубинных особенностей языка, традиций, культурных паттернов, образующих определенный тип культуры.

Гуманистическая идентичность как объект научного анализа должна рассматриваться в междисциплинарном дискурсе, где культурология занимает ведущие позиции именно при анализе данной проблемы. Мы утверждаем, что данный феномен представляется возможным идентифицировать, выделить и описать на основе анализа культурной деятельности знаковых персоналий XXI в. – выдающихся общественных деятелей, представителей интеллектуальной и творческой элиты. К данному типу выдающихся деятелей культуры относятся французский славист, коллекционер Рене Герра и предприниматель, общественный деятель Фрэнсис Грин.

В 1992 году была учреждена российская литературная премия «Малый Букер», которая вручалась с целью выявления и поощрения наиболее интересных и актуальных тенденций литературной жизни России. Почти десять лет литературная общественность гадала, кто

является анонимным спонсором премии. Основатель и спонсор – Фрэнсис Грин, сын Грэма Грина, английского писателя, автора произведений «Тихий американец», «Наш человек в Гаване», «Сила и слава» и многих других. Фрэнсис Грин оказывает постоянную поддержку историко-архивным исследованиям российской истории и культуры (финансирует изыскание, копирование, изучение уникальных архивных документов); поддерживает проект «Русская Атлантида», журнал «День и ночь», Англо-Сибирское общество.

В свою очередь к Рене Герра в кругах российской художественной интеллигенции было неоднозначное отношение – подозрения в обмане, различные слухи: имела место версия, что это русский с фамилией Герасимов, другая версия – незаконнорожденный сын русской графини из Ниццы. Причины такого отношения обусловлены совершенным, без акцента, овладением русским языком [3]. Русский язык Рене Герра безупречен, хотя выучил он его случайно: матери, директору гимназии и преподавателю математики, в обмен за частные уроки предложили обучать Рене русскому. И через несколько месяцев он уже писал и говорил на русском, а через год читал Пушкина в оригинале.

Настоящий роман с русской культурой начался в подростковом возрасте, когда в Каннах, на Лазурном берегу, Рене встретил потомков русской эмиграции начала XX в. Мысль о том, что можно творить вдалеке от дома, удивила и заинтриговала мальчика. И вот уже сорок лет Рене Герра профессионально занимается русской культурой, основным интересом его деятельности является литература и культура русской эмиграции во Франции. Впоследствии основал и возглавил Ассоциацию по сохранению русского культурного наследия во Франции. В 2007 году за большой вклад в развитие российско-французского сотрудничества, президент Российской Федерации наградила Рене Герра «Орденом Дружбы».

Богатейшая коллекция Герра содержит множество материалов из личных архивов Ивана Бунина, Ирины Одоевцевой, Юрия Анненкова, Георгия Адамовича, Марии Цветаевой, Константина Бальмонта и других крупнейших культурных деятелей эмиграции, со многими из которых Герра был хорошо знаком [3]. В интервью российскому писателю, Е. А. Попову, которое позже вошло в сборник «Мой знакомый гений», Рене Герра говорит, что в коллекции из писательских архивов у него лучше всего представлен архив русского прозаика А.М. Ремизова – 400 книг с дарственными надписями, несколько сот писем, рисунки, знаменитые рукописные книги и авторские рукописи.

Владея русским языком, посвятив свою творческую и

организационную деятельность России, тем не менее, Рене Герра и Фрэнсис Грин не отказались от своих родных культур. Герра – француз, но воспринимает культуру России как сопричастный к ее бедам и взлетам человек. У себя на Родине с 1975 года читает лекции по русской эмигрантской литературе. В свою очередь Фрэнсис Грин живет в своем поместье на Юге Англии, при этом Грин неоднократно посещал Россию, вступая в диалог с людьми, которые живут в Прибайкалье, Соловках, Каргополе. Ф. Грин пытается понять Россию: воссоздать ее прошлое и оценить настоящее, осмыслить ее культурное наследие в контексте мировой культуры.

Анализируя деятельность и интерес к русской культуре данных общественных деятелей, можно сделать вывод, что гуманистическая идентичность отличается от гибридной глубоким освоением другой культуры, вхождением в ее культурное пространство. В силу разных причин человек может переехать, поменять страну проживания, однако не каждый начинает изучение другой культуры с языка и связанных с ним культурных особенностей. Кто-то в первую очередь знакомится с природой, кто-то с традициями и кухней, однако для гуманистической идентичности характерно постепенное и полное освоение «чужой» культуры, всех основных ее сфер, начиная с языка. При этом носители этой идентичности не отказываются от своей родной культуры, наоборот, они становятся мультикультурными личностями, соединяя в себе уважение и к своей, и к интересующей их культуре.

Таким образом, к чертам гуманистической идентичности можно отнести следующие: уважение к своей родной культуре; признание уникальности каждой культуры в мире, их равноправия; ориентированность на диалог культур; ценность плюрализма и мультикультурности личности в системе межкультурных коммуникаций; стремление к глубокому освоению смыслов, идей и духовно-нравственных ценностей других культур. В связи с вышеизложенным, наиболее перспективным направлением научного исследования феномена гуманистической идентичности можно считать исследования, направленные на изучение этого явления в рамках взаимосвязи и взаимозависимости этнической и национальной идентичностей в контексте преломления особенностей разворачивания современной глобальной культуры.

Литература

1. Кошарная Г.Б. Гражданская идентичность студенческой молодежи // Гражданское общество в России: состояние, тенденции, перспективы. 2015. №1 (4). С. 24-27.
2. Лавандовская Е.Н., Прякина А.В. О концепте гибридизации в

исследованиях национально-культурной идентичности: проблемы и перспективы // Обсерватория культуры. 2005. №5. С. 4-9.

3. Попов Е.А. Мой знакомый гений. Беседы с культовыми личностями нашего времени. М.: Эксмо, 2018. 272 с.

4. Шевцова А.В. Национальная идентичность как социокультурный феномен // Обсерватория культуры, № 6, 2017, с.653-659; Шведова И.В. Этнокультурная идентичность как реальность социального самопонимания // Обсерватория культуры, № 2, 2018, с. 148-152.

Наумова О. И., Ханафиева А. М.

Оренбургский филиал Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург, Россия

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «АГРОГАЛАКТИКА ДОН»

Бизнес-план является рабочим инструментом, которым пользуется большинство сфер предпринимательства. Бизнес-план последовательно описывает этапы функционирования фирмы, показывает руководству и собственникам предприятия способы достижения целей и задач, например, рост прибыльности фирмы.

Три наиболее важные причины для бизнес-планирования — это:

- привлечь финансовые ресурсы, убеждая посторонних инвесторов в экономической целесообразности вложений в бизнес-проект или выдачи займа;

- обеспечить движение бизнеса по избранному курсу и не позволять случайным факторам и различным обстоятельствам отклоняться от выбранного пути.

- при нынешней экономической ситуации бизнес-план является одним из самых важных инструментов для продвижения собственного предпринимательского дела. Данная тема актуальна, так как необходимо быть готовым и иметь при себе план по устранению неопределенности и минимизировать риски, которые возникли во время пандемии, на сколько это возможно.

То есть бизнес-планирование — это совокупность процедур, расположенных в определенной хронологической последовательности. Однако нет единой общепринятой модели, которая бы определяла одинаковую технику составления бизнес-плана.

Существует подход, который разделяет бизнес-планирование на несколько ключевых стадий [1], так как бизнес-планирование является

долгим процессом, состоящим из частей.

- 1) сбор и обобщение всех необходимых исходных данных для разработки бизнес-плана;
- 2) проведение многовариантных, комплексных расчетов;
- 3) определение оптимального варианта бизнес-плана;
- 4) осуществление корректировок бизнес-плана с учетом изменения факторов, влияющих на характер данных, использованные в основе бизнес-плана.

Было принято решение реализовать проект открытия отдела по предоставлению консультационных услуг в области растениеводства и животноводства в составе ООО «Агрогалактика Дон», поскольку все больше людей увлекается растениеводством, особенно различными тропическими растениями, постоянно увеличивается спрос на смежные услуги, в том числе на консультации по правильному уходу, защите от вредителей и т.д. Кроме того, в нашей стране все больше людей организуют свои фермерские хозяйства, и им также может потребоваться консультационная поддержка.

Представленный проект является отделом по оказанию услуг и будет профинансирован за счет собственных средств ООО «Агрогалактика Дон» в размере 300 000 руб., будет привлечено два наемных сотрудника на первоначальном этапе.

Предлагаемые услуги включают определение проблем (касательно растений, животных), волнующих клиента, поиск возможных путей решения, выработка рекомендаций. Содержание консультаций сводится к выработке рекомендаций для клиентов, которые будут включать советы по правильному уходу за растениями и цветами, борьбе с вредителями, организации защиты растений и урожая, подбор пестицидов и других необходимых средств.

Информация о преимуществах и недостатках услуг создаваемого отдела для клиентов представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки услуг

| ПРЕИМУЩЕСТВА | НЕДОСТАТКИ |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Необходимость в постоянном контроле качества услуг и профессионализма сотрудников; - Предложение актуальных услуг, постоянное обновление перечня услуг; - Быстрая реакция на потребности и запросы целевых потребителей; - Ряд дополнительных услуг, полезных для поддержания качества работы | <ul style="list-style-type: none"> - Возникновение возможных очередей, что вызывает ожидание результата; - Дополнительные затраты в бюджете |

Рынок сбыта может включать в себя любые регионы России, при условии использования интернет-технологий. Целевыми клиентами создаваемого отдела выступают как физические лица, так и юридические лица. По отношению к физическим лицам, целевой аудиторией будут являться люди в возрасте от 30 лет и старше, доход которых не будет являться ключевым параметром. К юридическим лицам могут быть отнесены мелкие производители сельскохозяйственной продукции и фермерские хозяйства.

Чтобы продвижение услуг создаваемого отдела было максимально успешным, необходимо реализовать рекламную кампанию, развивать социальные сети, например, Instagram, Facebook, Вконтакте, а также заниматься продвижением сайта с использованием контекстной, баннерной рекламы и SEO-продвижения. Первоначальные затраты отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Расходы на маркетинг (руб.) на 1 год (12 мес.)

| Вид рекламного мероприятия | Сроки | Затраты (руб.) |
|--|------------------|----------------|
| 1. Раздача промо-материала в виде листовок | ежемесячно | 18000 |
| 2. Реклама в газете «Шанс», «Из рук в руки», «Мой район» | ежемесячно | 3600 |
| 3. Изготовление визиток | 4 раза в год | 6000 |
| 4. e-mail рассылка, публикация контента в социальных сетях | ежедневно 2 часа | 0 |
| 5. Дизайн и верстка веб-сайта | | 17000 |
| 6. Реклама в интернете | ежедневно | 50000 |
| Итого стоимость | | 94600 |

Приведенные расходы обусловлены среднерыночными ценами (печать промо-материала и визиток, создание сайта фрилансерами или специализированными компаниями), e-mail рассылка и размещение контента будет входить в обязанности сотрудника. В дальнейшем будет нанят СММ-специалист для более эффективного продвижения в интернете.

Для организации представленного проекта требуются инвестиции в размере 300 000 руб. в нулевом периоде (на покупку необходимого оборудования и мебели, организацию отдела и другие организационные и дополнительные расходы). Планируется в проект вложить собственные средства ООО «Агрогалактика Дон».

Об эффективности проекта свидетельствуют следующие показатели, рассчитанные по реалистическому сценарию за 1 год (12 мес.):

- Сумма чистой прибыли за первый год – 379 417 руб.

- Остаток денежных средств в конце первого года работы – 488 041 руб.
- Рентабельность общих вложений – 96,5 %
- Срок окупаемости общих вложений – 7 мес.

Таким образом, грамотно разработанный бизнес-план приводит организацию к росту, завоеванию новых устойчивых позиций на отобранных рыночных сегментах, в которых она функционирует, помогают составлению планов дальнейших перспектив своей организации. Бизнес-план не может гарантировать отсутствие проблем, но грамотный, в деталях проработанный бизнес-план позволяет предпринимателям лучше ориентироваться в окружении бизнеса, определять кризисные ситуации и минимизировать их негативные последствия.

При разработке бизнес-плана проведена оценка спроса на услуги создаваемого отдела, был проведен конкурентный анализ и выявлены основные конкуренты (компании «Огородный рай», «Зеленый дом», «Агроспец»). Также была определена потребность в финансировании, составлен перечень необходимых затрат, проведена оценка эффективности проекта. Реализация проекта предполагает создание двух рабочих мест и дополнение функциональных обязанностей начальника отдела развития компании «Агрогалактика Дон». При реализации предложенного проекта компания может увеличить чистую прибыль в течение одного года на 379 тыс. руб., что составляет порядка 35% от чистой прибыли компании в 2019 г.

Литература

1. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 04.11.2019, с изм. от 07.04.2020) «Об обществах с ограниченной ответственностью» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/ (дата обращения 09.04.2020).
2. Беляев, В.И. Практика менеджмента: учебное пособие М.: Кнорус, 2016. 250 с.
3. Бизнес-планирование: методическое пособие. СПб.: НОУ ДПО «Санкт-Петербургская школа бизнеса», 2018. 204 с.
4. Боронина, Л.Н., Сенук З.В. Основы управления проектами: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 112 с.
5. Никулина Н. П. Попова М. А. Основные проблемы малого бизнеса в Оренбургской области. // Проблемы обеспечения конкурентоспособности АПК России: экономика, управление. Сборник научных трудов по материалам научно-практической X региональной межвузовской студенческой конференции, посвященной 55-летию экономического факультета Оренбургского ГАУ. Оренбург, 2017.

Овчинников Д. Д., Осипова А. И.
Донской государственной аграрный университет
п. Персиановский, Россия

АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУТА БАНКРОТСТВА ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧЕРТА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРИЧИНЫ И ПРОФИЛАКТИКА НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ

Банкротство - это цивилизованный способ избавиться от бремени безнадежных долгов и начать новую жизнь. Компании перестали доверять себе: участники экономического оборота теряют надежду на добровольное исполнение контрагентами своих обязательств и обращаются к процедуре банкротства как к наиболее эффективному способу их принудительного исполнения. С гражданами ситуация диаметрально противоположна: в отличие от коммерческих организаций, люди сами вовлечены в банкротство, считая его решением всех проблем.

У российских граждан появилась возможность заявить о своем банкротстве в 2015 году. Поэтому банкротство – явление новое и пока не приобрело в России широкого распространения.

В 2020 году процедура банкротства предполагает цивилизованный способ для физических лиц избавиться от долгов. Многие должники первоначально восприняли его как узаконенную возможность не платить по кредитам [1].

На самом деле объявить о банкротстве не так просто: для этого необходимо, чтобы общая задолженность перед кредиторами превысила лимит в 500 тысяч рублей. Если стоимость имущества, принадлежащего должнику, меньше указанной суммы, можно начать процесс признания несостоятельности с меньших сумм. Но на практике при долгах менее 300 тысяч рублей затраты на процедуру не оправданы [2].

Во-вторых, у должника должны быть веские причины, которые привели к его финансовому краху: серьезное заболевание, потеря работы из-за ликвидации компании или сокращения персонала. Это должны быть действительно объективные обстоятельства, чтобы суд не решил, что это фиктивное банкротство.

В-третьих, просрочка по кредитным обязательствам должна составлять не менее 3 месяцев.

В настоящее время банкротство коммерческих организаций в нашей стране является в основном ликвидационной процедурой.

Случаи процедур внешнего управления и финансового взыскания с должника незначительны по сравнению с числом процедур банкротства.

В 2019 году количество корпоративных банкротств также не превышает среднего. По сравнению с последним кварталом 2018 года рост на 1,9% наблюдался в первом квартале 2019 года.

Проблемы финансовой несостоятельности предприятия стали достаточно актуальными в России. Огромные взаимные неплатежи, задолженности по зарплате - все это происходит сегодня. В связи с этим следует отметить причины банкротства российских предприятий различных организационно-правовых форм собственности. Они возникают из-за отсутствия продуманной экономической стратегии развития предпринимательства в условиях рыночных отношений и отсутствия управленческих способностей на высшем уровне.

По данным Высшего арбитражного суда, они получили 26 580 ходатайств о несостоятельности в первой половине 2019 года, что в 5,5 раз больше, чем за аналогичный период прошлого года.

Предотвращение банкротства является очень важным шагом в развитии конкурентных отношений, поскольку в рамках руководство должника, его участников и третьих сторон может достичь взаимосоглашения, направленного на преодоление трудностей.

Перечень мер по предупреждению банкротства кредитных организаций включает:

- финансовое оздоровление кредитной организации;
- назначение временной администрации по управлению кредитной организацией;
- реорганизацию кредитной организации.

В сравнении с I полугодием 2018 года количество банкротств уменьшилось на 8,2 %. В прошлом году финансовое оздоровление затронуло 150 предприятий (1,5 % от общего числа организаций).

По итогам II квартала 2019 года 3146 компаний проходят конкурсное производство или уже признаны несостоятельными, более 2,5 тысячи фирм попали под этап наблюдения, 58 предприятиями руководит внешний управляющий, а в 7 компаниях проходит процедура финансового оздоровления. 78,1 % дел о банкротстве были инициированы кредиторами юридических лиц [3].

В 2019 году Федеральная налоговая служба (ФНС) РФ стала реже подавать банкротные иски (12,4 % случаев вместо 14,5 % в 2018 году). Лишь в 8,6 % случаев должник самостоятельно начинает процедуру несостоятельности. Работники предприятий и государственные контрольные органы обращаются в суд в 0,4-0,5 % случаев [4].

Количество дел о банкротстве граждан резко увеличилось (+52,3 %). За январь-июнь 2019 года несостоятельными признаны 29017 физических лиц.

По итогам II квартала 2019 года 15712 человек признаны банкротами, их имущество выставлено на торги. У 8775 граждан реализация активов на торгах завершена. В отношении 3186 физических лиц заявления о несостоятельности признаны обоснованными, а арбитражные управляющие составляют план реструктуризации задолженности. Впрочем, только 153 человека смогли благодаря плану реструктуризации рассчитаться с кредиторами и избежать окончательного банкротства. В 89,8 % случаев процедуру несостоятельности физических лиц инициируют сами должники. Увеличилось количество налоговых должников (1,9 % вместо 1,4 % в 2018 году).

Также Федресурс выяснил, что за I полугодие 2019 года завершено около 3,6 тысяч дел по банкротству. Из них 2,24 тысяч дел закончились для кредиторов ничем – они не смогли получить возмещение по долгам. В 132 делах взыскатели, чьи права были обеспечены залогом, тоже не смогли ничего получить, поскольку продаваемые активы не были интересны покупателям и инвесторам. У 1367 должников и вовсе не было имущества для погашения задолженности. По итогу выходит, что в 63 % случаев кредиторы не могут рассчитывать на исполнение обязательств [5].

Было выяснено, что в 90 % случаев первые торги активов должников признаются несостоявшимися. Продать имущество удастся только с 3-4 раза. Причем для его инвестиционной привлекательности продавцу приходится занижать его стоимость на 60-70 %. На один лот в среднем приходится 16 покупателей.

Таким образом, чтобы экономическая система функционировала эффективно, необходимо постоянно вводить в нее новые компании и выходить из бизнеса. Решение проблем открытия нового бизнеса является одним из приоритетных направлений современной российской экономики. На сегодня регулируются все варианты признания финансовой несостоятельности. основополагающим началом считается участие в системе признания банкротства арбитражных судов, без них ни один гражданин, ни одна организация не могут освободиться от долгов.

Литература

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ (действующая редакция). Текст: электронный // Консультант Плюс: справ.-правовая система : офиц. сайт компании. –

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37800/ (дата обращения 21.05.2020).

2. О несостоятельности (банкротстве): Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (действующая редакция). Текст: электронный // Консультант Плюс : справ.-правовая система : офиц. сайт компании. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/ (дата обращения 21.05.2020).

3. Банкротство. Текст: электронный. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/07/04/2020/5e8b25379a794778c10ab0f3> (дата обращения 21.05.2020).

4. Бехтина О. Е. Современные проблемы прогнозирования банкротства предприятий // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева, 2017. Т. 1. № 1. С. 75-81.

5. Зинченко Я. В., Орехова Л.Л. Причины банкротства предприятий в РФ / Молодой исследователь Дон, 2017. № 1 (4). С. 110-114.

Попова Е. С.

Научный руководитель: Измайлов А. М.

Самарский государственный экономический университет,

г. Самара, Россия

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Цифровые технологии кардинально изменили современную жизнь, мы стали иначе работать, играть, общаться и учиться. Они охватили все сферы жизни, значительно упростив коммуникации и рабочие процессы. Цифровая трансформация может повысить прибыльность, увеличить скорость вывода продукции на рынок и повысить уровень лояльности клиентов.

В настоящее время мы живем в цифровую эпоху. Технологии стремительно развиваются ежесекундно, и мы наблюдаем появление захватывающих инноваций, которые делают нашу жизнь проще. Например, мы перешли от конных экипажей к полуавтоматическим машинам, а также ко многим другим значимым улучшениям, которые значительно повлияли на нашу производительность и уровень жизни. Эти события также оказали значительное влияние на мир в целом. Цифровая трансформация повысила качество обслуживания клиентов, производительность труда сотрудников и оптимизировала многие процессы [1, с. 314].

Вот некоторые из преимуществ цифровых технологий в бизнесе:

1. Повышение производительности.

Каждая компания стремится повысить свою производительность. Одним из способов достижения этой цели является внедрение инноваций, которые помогают сотрудникам продуктивнее работать, быстрее общаться с клиентами и качественнее выполнять свои задачи. Благодаря облачным решениям для повышения производительности, таким как Microsoft Office 365, сотрудники могут работать более эффективно. В продукте существует функция под названием Focus Inbox, которая лучше распределяет наиболее важные сообщения электронной почты, что может помочь расставить приоритеты и сосредоточить внимание на том, что не требует промедлений. Office 365 также упрощает работу в команде, предоставляя общий доступ к календарям, а также позволяет обмениваться файлами через One Note в облаке. Эта функция общего доступа к облаку позволяет пользователям получать доступ к файлам независимо от того, где они находятся. Это предоставляет возможность работы в любом месте и в любое время, что значительно повышает производительность труда [2, с. 478].

Управление проектами может быть сложной задачей, если нет организации. Сегодня существует огромное количество доступных приложений, которые делают акцент на управление командой и проектами, среди них широко используется приложение Asana. Оно помогает менеджерам назначать задачи, а затем детально видеть их ход. Оно также способствует обеспечению подотчётности и организации рабочего процесса. Поскольку деловой мир продолжает становиться все более конкурентоспособным, важно поощрять сотрудничество и продуктивность на рабочем месте. Эти приложения могут помочь достичь этого.

2. Цифровые технологии улучшают качество обслуживания клиентов.

В современном конкурентном деловом мире понимание клиентов является более важным, чем когда-либо прежде, а это означает, что положительный клиентский опыт стал необходимостью для поддержания успешного бизнеса. Одним из методов достижения этой цели является аналитика. С течением развития цифровых технологий, компании теперь могут использовать цифровую аналитику, чтобы узнать о покупательской истории своих клиентов и понять правильный момент и место, чтобы привлечь их.

С помощью GoogleAnalytics маркетологи могут анализировать пути трафика пользователей, чтобы увидеть, какие веб-страницы привлекают их, а какие наоборот отталкивают. Это может дать

маркетологам представление о способах удержания пользователей или показать принципы их ведения по воронке прямо к покупке товара или услуги. Понимание того, чему клиентский поток отдает большее предпочтение, что ему нравится и по определенным причинам не нравится, с помощью цифровой аналитики может значительно улучшить пользовательский опыт.

3. Цифровая безопасность.

Теперь, когда все доступно, очень важно защитить свои активы. Цифровые технологии, которые в последнее время вызывают много шума в мире, носят название «блокчейн» [3, с. 46].

Данная технология «блокчейн» представляет собой большую цифровую книгу с открытым исходным кодом, в которой перечислены онлайн платежи и транзакции. Эта технология позволяет любому человеку видеть проведенную транзакцию, поэтому всем денежные потоки четко расписаны в системе, и довольно просто отследить все переводы, а это означает, что личная информация еще может отслеживаться. А это, в свою очередь, может помочь сделать перевод денег более эффективным и дешевым. Эта технология может использоваться в различных целях, а не только для денежных платежей. Блокчейн помогает защитить файлы, а также предотвратить кибератаки. Цифровые технологии сегодня медленно улучшают безопасность, пока мы ничего не подозреваем.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что цифровые технологи, несомненно, являются одним из основных факторов успеха бизнеса. Если бизнес хочет оставаться конкурентоспособными в своей отрасли, то очень важно сформировать свою стратегию, используя технологии для продвижения вперед. Использование правильной цифровой технологии окажет положительное влияние на способность к росту. Возможности для компаний, которые проявляют смелость и внедряют цифровые технологии, действительно огромны.

Литература

1. Шпитцер М. Антимозг: цифровые технологии и мозг. М.: АСТ, 2015. 314 с.
2. Bharadwaj, Anandhi, etal. Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights // MIS Quarterly. Vol. 37. № 2, 2013. PP. 471–482.
3. De Spiegeleire, Stephan. AI – TODAY AND TOMORROW/ Hague Centre for Strategic Studies. 2017. PP. 43–59.

Репина Ю. В.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА

В ходе совершенствования процесса организации производства и повышения показателя производительности труда усложняются требования к степени организации труда на всех стадиях производственных и технологических процессов. Современный уровень совершенствования производственных сил отличается применением сложных и разнообразных техники и технологий производства, большими масштабами выпуска продукции, многоплановой кооперацией труда, предполагает комплексный труд большого количества людей. Такой комплекс невозможно представить без эффективной организации труда. В каждой сфере человеческой деятельности во все времена оптимальный организованный труд обеспечивал достижение наивысших результатов.

Значение организации труда актуализируется по мере развития экономических отношений, благоприятствующих возрождению конкуренции, где большая роль приходится на результативность труда, который в свою очередь прямым образом влияет на эффективность производства. Рационально выстроенная организация труда необходима для обеспечения социальной направленности экономики.

Все более востребованной становятся организация труда, основанная на принципах научной организации. Это обусловлено тем, что верная координация трудовой деятельности и научно-обоснованные нормы являются лидирующим условием эффективной работы предприятия [4].

Впервые термин научной организации труда был введен в оборот с 1920-х гг. по 1980-е гг. [1]. В ходе развития рыночных отношений его применение становится все реже, но актуальность принципов и подходов не теряется. Основателем научной организации труда является Ф. Тейлор. Суть его теории заключалась в увеличении производительности труда за счет максимального его разделения на производстве. Тейлор проводил эксперименты, наблюдая за трудовым процессом людей различных профессий и выявлял наиболее рациональные способы выполнения задачи. Благодаря этому был введен термин «тейлоризм», который означал систему организаций труда, основанную на рационализации производства (эффективное использование техники, увеличение производительности труда за счет

разделения производственного процесса на самостоятельные простые операции) [1].

Г. Форд воплотил концепцию Тейлора [1]. Он использовал низкоквалифицированный пласт рабочей силы на конвейерном производстве. Экономическая концепция получившая наименование как «фордизм», представляла способ производство, которое позволяло массово выпускать продукцию по цене, стимулирующей потребление. Г. Форд один из первых начал практиковать выплаты заработной платы на высоком уровне, что также способствовало приобретению товаров, в следствие чего образовался средний класс общества.

Японское направление в организации труда стало знаменитой в 70-е гг. благодаря автомобилестроительной компании «Тайота». С одной стороны, концепция предполагает участие сотрудников в обсуждении не только производственных, но и социально-экономических проблем. С другой стороны, концепцию можно рассмотреть, как новый тип корпоративной культуры и принцип экономической системы. Здесь идет упор на мелкосерийное производство.

Теоретические положения и применения в России осуществлялись А. К. Гастевым. Основные принципы и положения НОТ были изложены в государственном стандарте, где организация труда формулировалась как добытые наукой и практикой улучшения, для повышения общей результативности труда.

В 1955 году был основан НИИТруда как основной разработчик нормативной документации в режиме плановой экономики. Главным недостатком можно назвать унифицированность норм, поскольку они разрабатывались для однотипных оборудований и предприятий, а также же излишнюю идеологическую направленность мероприятий [1].

В 1970– 1980-х гг., были разработаны уже отраслевые методики по нормированию и организации труда. Данные методики представляли собой четкие системы, базирующиеся на расчете основных показателей, охватывали решение организационных вопросов по деятельности трудовых коллективов, безопасности и охраны труда.

После этапа перестройки, созданные системы были разрушены, разработанные стратегии развития устарели, но потребность в рациональной организации труда осталась. Каждое предприятие самостоятельно, исходя из своей специфики, производит расчеты, основываясь на общих методологических принципах.

Организация труда на предприятии включает комплекс мероприятий, направленных на обеспечение пропорциональности в расстановке персонала, рациональное использование рабочей силы при определённой степени механизации работ и усовершенствования

технологий для повышения производительности труда и создания условий для нормальной работы. Основные характеристики организации труда представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные характеристики организации труда [2]

| № п/п | Характеристика | Содержание |
|-------|----------------|--|
| 1. | Цели | Предметная; Экономическая; Социальная; |
| 2. | Задачи | Технико-технологические; Экономические; Организационные; Психофизиологические; Социальные; |
| 3. | Объекты | Трудовой процесс и его элементы; Порядок у условия выполнения трудовых процессов; Взаимодействие исполнителей и их групп с средствами труда. |
| 4. | Элементы | Разделение и кооперация труда; Укрепление дисциплины труда, инициативы и активности; Организация и обсаживание рабочих мест; Обеспечение здоровья и безопасности условий труда; Проектирование трудовых процессов и методов их осуществления |

Отметим, что организация труда основывается на достижениях науки и передовом опыте, систематически внедряемых на предприятии, позволяет наилучшим образом соединить человеческий и технический фактор в едином производственном процессе. Кроме того, она предполагает систематическое совершенствование на основе научного исследования и анализа процессов и условий труда, внедрением нового и передового опыта.

Научная организация труда формируется на основе соотношения целей руководства предприятия с целями персонала и выбор их оптимального варианта для достижения полезного эффекта. Этот эффект выражается в росте количественных и качественных показателей, снижении издержек, с другой стороны - в создании условий, способствующих раскрытию трудового потенциала сотрудников, а также в обеспечении комфортных и безопасных условий труда. Научная организация труда решает комплекс задач экономического, социального и психофизического характера.

Из сочетания вышеупомянутых характеристик и содержаний организации труда вытекает ряд направлений деятельности предприятия. Каждое подобное направление решает определённый круг задач и требует комплекс разработок внутренней документации. Как правило сюда включают организационно-распорядительные, информационно-справочные документы официального назначения.

Научная организация труда оказывает прямое воздействие на экономические и социальные процессы на предприятии.

Таблица 2 - Воздействие НОТ на экономические и социальные процессы [2,3]

| № п/п | Прямое действие | Вторичное действие | Общий эффект |
|-------|------------------------------------|-------------------------------------|---|
| 1. | Экономия рабочего времени | Экономия ресурсов для труда | Повышение экономической эффективности |
| 2. | Экономия материальных ресурсов | Экономия финансовых ресурсов | Повышение конкурентоспособности предприятия |
| 3. | Повышение производительности труда | Снижение издержек производства | Рост престижа и авторитета предприятия |
| 4. | Улучшение условий труда | Рост прибыли | |
| 5. | Рост уровня оплаты | Рост удовлетворения трудом | |
| 6. | Лучшее использование оборудования | Активизация инициативы и творчества | |

Из вышесказанного вытекают основные базовые принципы организации труда:

1. Принцип конкретности. Способы, формы организации труда должны быть обусловлены содержанием трудового процесса;

2. Принцип динамичности. Обоснован постоянным научно-техническим прогрессом, результат которого внедряется на предприятии в виде новой техники, технологии и т.д.;

3. Принцип оптимальности. В процессе организации труда в основе принятых решений лежит выбор и планирование варианта, обеспечивающий наибольшую результативность;

4. Принцип эффективности организации труда. Сводится к необходимости создания способов, методов и форм организации труда, которые обеспечивают наибольшую результативность;

5. Принцип комплексности. Организация труда связана со всеми другими комплексами систем предприятия.

Уровень организации труда динамично меняющийся аспект, поскольку по мере развития материально-технической базы предприятия и изменениям культурно-технической составляющей персонала происходят изменения в организации труда.

Низкий уровень состояния организации труда связан с неэффективностью руководящего состава, низким уровнем нормирования труда, критичными условиями труда и т.д. Из этого вытекают плохая дисциплина, низкий уровень производительности труда, нежелание работать у сотрудников, высокий уровень текучести кадров и т.д. Рациональная организация труда может повысить эффективность основных показателей без значительных капитальных вложений.

Литература

1. Бельчик Т.А. Экономика труда: учебное пособие / Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2019. 234 с.
2. Гершанок А. А. Основы организации труда: учеб. пособие. Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т. 2019. 227 с.
3. Костюченко Т.Н., Байчерова А.Р., Сидорова Д.В. Экономика труда: учебное пособие Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. 165 с.
4. Селиверстов Ю.И. Повышение производительности труда – ключевой фактор роста российской экономики // Научные технологии и инновации: сб. докл. Междунар. научно-прог. конф (XXII науч. чтения). – Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2016, Ч. 11. С. 195-202. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://conf.bstu.ru/material_conf/XXII_nauchnue_hteniya

Романенко И. В., Сухонда М. А.

ФГБОУ ВО "Сибирский государственный университет путей сообщения". г. Новосибирск, Россия

ПОНЯТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА

В настоящее время термин «механизм» используется в разнообразных выражениях и словосочетаниях, например, хозяйственный механизм, организационно-экономический механизм, рыночный механизм и так далее относительно объемов всего отечественного хозяйства или конкретных субъектов, производств или организаций. При этом ученые всевозможно разделяют эти термины и наполняют их разными смыслами [2, с.59]. Сущность всех механизмов

и их главных составляющих, всегда находится в прямой зависимости от различных обстоятельств, а также в непрерывном совершенствовании.

Известный российский экономист Б.А. Райзберг характеризует организационно-экономический механизм как совокупность организационных структур, определенных форм и методов управления, правовых форм, с помощью которых исполняются экономические законы, а также процедура воспроизведения [3, с.7 4]. С целью применения результативной работы организационно-экономического механизма определенной экономической отрасли подразумевается применение все возможных способов и инструментов, влияние которых напрямую зависит от четко установленных государственных приоритетов и задач.

Цель организационно-экономического механизма – упорядочить процесс управления с помощью воздействия на объект управления.

Характер данного воздействия определяются такими особенностями современной экономики как:

- ограничение государственного вмешательства в экономику;
- свободное ценообразование;
- конкуренция производителя;
- многообразие форм собственности;
- неустойчивость развития рыночных отношений

Экономические механизмы делятся на организационно-экономические механизмы открытого и закрытого типа. К открытому типу можно отнести: рыночный механизм ценообразования, механизм сбалансированности национальной и мировой экономики, финансовый механизм государства и предприятий. В свою очередь механизмы закрытого типа характеризуются воспроизведением в новых условиях хозяйствования исходных экономических явлений, их еще называют мультипликативными механизмами, то есть это такие механизмами, у которых происходит чередование циклов экономического развития, или они связаны с сезонными колебаниями ценовой конъюнктуры на разные товары и услуги.

Организационно-экономический механизм различается тем, что естественное развитие всевозможных экономических процессов заменяется или же дополняется их регулированием и управлением. При всем этом качество работоспособности всего механизма определяет комплексный результат функционирования всех его звеньев в целом. Следует также отметить, что работоспособность каждого звена может иметь, как положительное, так и отрицательное влияние на весь механизм по причине воздействия внешних и внутренних факторов.

Чаще всего в структуру экономических методов управления

входят:

- организационно-производственное планирование;
- метод комплексных целевых программ;
- коммерческий расчет;
- система экономических регуляторов деятельности.

Главным же структурным элементом организационно-экономического механизма являются экономические субъекты. В процессе деятельности экономические субъекты взаимодействуют между собой, руководствуясь своими интересами. Результатом данного взаимодействия является достижение оптимального решения в результате согласования интересов субъектов посредством организационно-экономического механизма.

Ввиду того, что экономические интересы являются динамичной и подвижной категорией, вследствие этого экономические рычаги способны оказывать на них двойственное воздействие как стимулирующее, так и тормозящее. По этой причине во всех случаях следует предусматривать интегрирующее воздействие всех рычагов механизма управления.

Экономические рычаги можно рассматривать по разным уровням преимущественного воздействия. Так, категория заработной платы может использоваться как один из важнейших экономических рычагов, который действует на уровне личности работника. На уровне коллектива рычагом может быть прибыль, рентабельность предприятия, а на уровне общества - фондоотдача, окупаемость инвестиций, экологичность предприятия.

К основным методам и инструментам организационно-экономического механизма относят:

- нормативно-правовые;
- экономические;
- организационные;
- административные;
- информационные.

Главные цели и задачи данного механизма не должны быть в диссонансе с ключевым принципом согласования заинтересованностей объектов организационно-экономического механизма. Основополагающими принципами построения и совершенствования организационно-экономического механизма определенного направления деятельности организации, являются [1, с.71]:

- целеустремленность - сходство механизма с целями деятельности и совершенствованиями отрасли;
- системность - координация и налаженная связь всех

составляющих механизма функционирования;

- более вероятное задействование потенциала отрасли;
- адаптивность – д отступное восприятие всевозможных изменений внешней среды;
- совокупность улавливания всех разрешаемых задач;
- инновационность – направленность механизма на внедрение инноваций и обновления отрасли.

Факторами формирования организационно-экономического механизма является то, что влияет на объект, тем самым сохраняя или разрушая его. Особенности управляющей системы как «объекта подбора» определяют факторы, принимаемые во внимание при совершении действий по слиянию или же разделению ее элементов. Они могут быть внутрисистемными и внесистемными. Внутрисистемные факторы определяются особенностями объекта подбора. Организационно-экономический механизм деятельности определенной отрасли включает в себе различные общественные институты, научно-исследовательскую составляющую и иные организации, которые помогают развиваться бизнесу и внедрять инновации в конкретное направление отечественной экономики [5, с. 92].

Следует помнить, что все изменения, которые осуществляются в организационно-экономическом механизме деятельности отрасли, происходят под влиянием обстоятельств внешней среды. К обстоятельствам внешней среды относят [4, с. 103]:

- направления усовершенствования мирового производства в определенной сфере;
- потребность в российских товарах на внутреннем и внешнем рынках;
- уровень международных взаимоотношений;
- перспективные направления и различные стратегия улучшения национальной экономики.

Исходя из вышесказанного можно выделить следующие отличительные особенности механизма по А.Ю. Чаленко [6]:

- организационно-экономический механизм не в состоянии существовать без самого процесса, так как он является его составной частью и направлен на выполнение только его процессных функций;
- сам же механизм не имеет собственного управления, он является обездвиженным и находится в ожидания управления процессом;
- соединение организационно-экономического механизма с управлением представляет внутреннее содержание процесса.

– ядром всего механизма является комплекс экономических и организационно-правовых методов;

– в процессе своего функционирования механизм должен реализовывать синергизм действия организационных и экономических методов;

– механизм должен строиться так, чтобы охватывать систему экономических и организационных отношений;

Деятельность определенной отрасли и действенность организационно-экономического механизма фиксируются в параметрах эффективности. Эти параметры подробно описывают работу всего хозяйственного механизма. Все единство этих параметров способствует выявлению проблем данного механизма, результативность используемых методов и параметров, сглаживающих определенную отрасль отечественной экономики [2, с. 85].

Основные характеристики содержания организационно-экономического механизма деятельности отрасли определяются назначением данной отрасли в национальной экономике и факторами внешней среды. Структурное представление и содержание организационно-экономического механизма функционирования является общей схемой и может быть применена как обобщенная модель механизма функционирования для всех отраслей национальной экономики.

Таким образом, можно отметить, что организационно-экономический механизм функционирования отрасли – это многообразная система, обладающая совокупностью взаимодействующих и связанных между собой субъектов, инструментов, методов и процессов воздействия, которые используются для получения того или иного результата на практике, с учетом соблюдения интересов разных сторон.

Литература

1. Авкопашвили П.Т. Формирование организационно-экономических механизмов в системе корпоративного управления в промышленности. НСК. 2016. 148 с.

2. Бородин А.И. Состав и структура организационно-экономического механизма стратегического развития предприятия Москва, 2016. 306 с.

3. Жигайло В.А. Механизм взаимодействия государства и частного партнерства. СПб, 2017. 75 с.

4. Ивлещук П.В. Сущность организационно-экономического механизма для функционирования предприятия. Москва, 2015. С. 66-72.

5. Чаленко К.Г. О термине «механизм» в экономических

исследованиях // Капитал страны. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/176697> (дата обращения 29.11.2019).

6. Шишкина А.В. Сущность организационно-экономического механизма развития предпринимательских структур // Российское предпринимательство. 2013. Том 14. № 2. С. 27-33.

Ромашова В. В.

Научный руководитель: Польская С. И

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского». г. Симферополь, Россия

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ И МЕТОДОВ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РОССИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

В условиях переходной экономики, а зачастую ее последствием является и нестабильность, решающим фактором создания полноценной рыночной среды и дееспособного среднего класса общества становится формирование и развитие предпринимательства. В РФ основополагающую роль в развитии малого и среднего бизнеса играет концепция по развитию данных структур. Она служит определению как необходимости формирования развития малого и среднего предпринимательства в России, так и становление целей и задач бизнеса в экономической и социально-политической сферах жизни населения [1, с.174].

Следует разобраться, что подразумевают под определением малого предпринимательства, малый бизнес— предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения [2, с. 227].

Мировой практикой ведения бизнеса доказано, что предпринимательство занимает очень важное место в национальной экономике любого государства, ведь оно во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового внутреннего продукта. Также Росстат отмечает, что успешное становление российской экономики и повышение конкурентоспособности зависят от качественной и эффективной работы сектора малого и среднего бизнеса. Поэтому важно отметить, что деятельность и ведение предпринимательства является важным структурным звеном, функционирование которого влияет на государство в целом, поэтому важно решать и исправлять проблемы, возникающие в данной сфере.

В зарубежных исследованиях выделяют проблемы малого и

среднего предпринимательства- неудовлетворительные темпы развития бизнеса, при этом указывают на необходимость реформирования систем налогообложения.

При рассмотрении и сравнении показателей РФ с мировыми, то роль малого и среднего бизнеса в основных параметрах развития России значительно ниже по сравнению с индустриальными странами.

Так, вклад субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в ВВП России составляет 21% (наибольший вклад в общий оборот вносят регионы Центрального и Приволжского федеральных округов), в то время как в Италии — 68%, Финляндии и Израиле — 60%, Австралии и Швеции — 58% [2, с. 228].

По показателю численности субъектов МСП на 100 человек населения Россия заметно уступает всем странам, кроме США. По этому показателю в Чехии в 4,7 раз больше малых и средних предприятий, чем в России, в Швеции — в 3,4 раза, в Испании — в 2,7 раза, в Польше — 2,1 раза. По исследованию ФНС РФ на период за октябрь 2018 года в ПФ действует 5 958 421 субъект МСП.

В РФ сфера МСП в основном представлена из микропредприятий, что составляет 95% от общего числа, непосредственно на торговлю и услуги гражданам приходится лишь 42,7 % МСП.

Для развития государства актуальным направлением является развитию инновационной среды, что непосредственно является преимуществом малых и средних предприятий, они обладают:

- высокой восприимчивостью к нововведениям;
- сильными и многоплановыми характеристиками мотивации;
- немногочисленный управленческий персонал [2, с. 229].

В России развитие предпринимательства приходится еще на 1985 год, с выпуском Закона об индивидуальной трудовой деятельности

Правотворческий процесс малого и среднего бизнеса имеет отражение в таких документах:

- Гражданский кодекс РФ;
- НК РФ;
- ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства»;
- ФЗ «О бухгалтерском учете»;
- Федеральный закон от 22.07.2008 № 159-ФЗ «Об особенностях

отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства» [2, с. 15].

Нестабильность экономики влияет на все сферы жизни общества, малый и средний бизнес становится не исключением, так по итогам

антикризисного мониторинга «Опоры России» были выделены последствия нестабильности экономики, 71% опрошенных из 400 человек выделяют: сокращение издержек, сокращение сотрудников (25%), уменьшение расходов выплаты заработной платы (24%). В следствии кризисных ситуаций есть и положительные аспекты, которые ведут к изменениям и улучшения предприятия, так 29% опрошенных изменили бы ассортимент, 24% провели аккредитацию. 61% отметили существенное изменение спроса. Также можно наблюдать такую динамику в долговых аспектах: 68% не привлекали заемные средства в решении проблемы, 32% в свою очередь использовали [3].

Основной проблемой малого и среднего предпринимательства по примеру Мировой практики банкротства известно, что угроза финансовой нестабильности организаций возникает в среднем на 25—30% из-за внешние факторы и на 70—75% из-за внутренних, связанных с неэффективным управлением, что в особом положении с нестабильностью экономики приводит к полному закрытию бизнеса. Поэтому важно решать такие проблемы.

Так, в развитых зарубежных странах эти соотношения составляют:

- внешние факторы составляют 10—15%;
- внутренние — 85—90%.

В России на внешние и внутренние факторы приходится приблизительно по 50% [4, с. 104].

Благодаря росту и внедрению инновационной составляющей в бизнес повышается количество новых рабочих мест, что способствует улучшению социально-экономических условий граждан. Поэтому решение проблем МСП, развития являются компонентом стратегий правительства всех стран. Инновации- обеспечивают высокий уровень работы как в обычном режиме, так и в условиях нестабильности экономики.

В зарубежных странах основой функционирования бизнеса является поддержка государства, что очень важно в условиях кризиса, когда предприятия самостоятельно не могут решать свои проблемы, например, такие как:

1. Национальные программы финансовой и технической поддержки инновационных МСП (США, Япония, Великобритания, Индия, Китай и др.).

2. Прямое финансирование с помощью субсидий и займов, которые достигают 50% расходов на создание новой продукции и технологий (Франция, США и др.).

3. Предоставление ссуд, например, такие как: без выплаты процентов (Швеция); безвозмездные ссуды на покрытие 50% затрат на

внедрение новшеств (Германия).

4. Целевые дотации научно-исследовательские разработок (практически во всех развитых странах).

5. Функционирование фондов внедрения инноваций с учетом возможного коммерческого риска (Англия, Франция, Германия, Нидерланды, Швейцария).

6. Уменьшение государственных пошлин для индивидуальных изобретателей, а также различное предоставление им налоговых льгот (Австрия, Германия, США, Япония и др.), при этом создание специальной инфраструктуры для их поддержки и экономического страхования (Япония).

7. Внедрение бесплатных услуг патентных поверенных по заявкам индивидуальных изобретателей, также освобождение от уплаты пошлин (Нидерланды, Германия, Япония, Индия).

8. Льготное налогообложение предприятий, действующих в инновационной сфере (США, Великобритания, Индия, Китай, Япония) [5, с. 99].

9. Обеспечение на законодательном уровне защиты интеллектуальной собственности и авторских прав (во всех развитых странах).

10. Государственные программы по уменьшению рисков (США, Япония).

11. Активная роль разработок широкой сети фондов венчурного капитала (во всех развитых и развивающихся странах).

12. Создание и активное внедрение сети научных парков, бизнес-инкубаторов и зон технологического развития (во всех странах) [5, с.100].

В Российской Федерации поддержка малого и среднего предпринимательства осуществляется на федеральном, региональном и муниципальном уровнях: с помощью различных специальных налоговых режимах, упрощенных способах ведения бухгалтерского учета, упрощенной системы предпринимательской системы статистической отчетности, внедрение различных льгот [5, с. 105].

В целом, как подчеркивает М. Ломоносов, «Один опыт я ставлю выше, чем тысячу мнений, рожденных только воображением» [5, с. 94] в каждом государстве поддержка и решение проблем малого и среднего бизнеса очень важна, ведь целостное развитие территории России зависит от развития структур предпринимательства. Поэтому важна поддержка государства, которое поддерживает бизнес в условиях нестабильности экономики и помогает достичь больших успехов при обычных условиях.

Литература

1. Никифоров, О. А., Боркина Н.В., Першиков А.Н. История российского предпринимательства: учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 270 с. — (Высшее образование). ISBN 978-5-534-06205-2. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 174. URL: <https://urait.ru/bcode/454979/p.174> (дата обращения: 03.06.2020).

2. Бухгалтерский учет на предприятиях малого бизнеса: учебное пособие для вузов / Н. А. Проданова, Е. И. Зацаринная, Е. А. Кротова, В. В. Лизяева. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 229 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-11482-9. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 15 URL: <https://urait.ru/bcode/445351/p.15> (дата обращения: 03.06.2020).

3. Антикризисный мониторинг Опоры России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://opora.ru/pre/932-antikrizisnyj-monitoring-opory-gossii> (дата обращения: 05.06.2020)

4. Черненко В. А., Шведова Н.Ю. Антикризисное управление: учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 417 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-04526-0. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 104 URL: <https://urait.ru/bcode/450545/p.104> (дата обращения: 03.06.2020).

5. Купцова Е. В., Степанов А.А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального Москва: Издательство Юрайт, 2020. 435 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-11053-1. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 99 URL: <https://urait.ru/bcode/456965/p.99> (дата обращения: 03.06.2020).

Салий А. А., Сабановская Е. Е. Лопатина И. Ю.

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия*

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Проблема гостеприимства стоит очень остро в современном мире. Для начала, стоит разобраться, что же такое гостеприимство в гостиничном бизнесе. Гостеприимство – это прежде всего взаимоотношения сотрудников не только между друг другом, но и профессиональные отношения с клиентами.

Цель исследования состоит в изучении теоретических и практических основ управления и развития в современном мире

гостиничного бизнеса.

Рассмотрим классическое определение «гостиничного бизнеса». Гостиничный бизнес – это бизнес, связанный с профессиональным предоставлением услуг по проживанию и полному бытовому обслуживанию клиента в гостиницах и отелях. В зависимости от комфортабельности предоставляемых жилых помещений, количества и качества социальных услуг, гостиницы имеют разный статус [1, с. 338].

Одно из фундаментальных понятий человеческой цивилизации, является гостеприимство. По мере развития предоставление гостеприимных услуг людям, которые по какой-либо причине находятся за пределами своего дома, стало профессией для всё большего числа людей, пока не стало настоящей индустрией. Другими словами, это всегда являлось общение лицом к лицу. Но сейчас появляются отели, а если быть точнее, то появляются разработки отелей с минимизацией контакта. В которых присутствие людей, уже не обязательно, ключи от вашего номера выдаёт автомат. Первая школа гостеприимства была открыта в XIX веке. В Швейцарии эта школа сегодня считается лучшей в мире. Кроме того, школы гостеприимства довольно высокого уровня имеются в Испании, Ирландии, США, Великобритании, Австралии и странах, где они имеются. Изучать гостиничный бизнес сложно, но интересно. В Швейцарии с дорогими отелями есть школы гостиничного бизнеса, где есть возможность учиться и в то же время приобретать опыт в этой области [2, с. 449].

Сейчас хотелось бы представить, какие новые вещи могут и будут происходить в гостиничном бизнесе, поскольку технологии с каждым днем стремительно развиваются. Учитывая скорость роста технологий, эти вещи станут очень реальными и настоящими. Виртуальная реальность. Хотя это не очень новая технология, в индустрии гостиничного бизнеса она становится все более популярной. Готовятся позволить людям совершить виртуальный тур по отелю перед бронированием. Многие люди публикуют 360 ° фотографии своих праздников в социальных сетях. Фотографии сделаны из различных туристических направлений, а также из гостиничных номеров и курортов. Таким образом, у вас уже есть возможность просмотреть номер в отеле с помощью виртуальной реальности. Проще говоря, технология уже работает и используется, ее просто нужно адаптировать и более приспособить к потребностям гостеприимства. Возможность просмотра на 360 ° на веб-сайте отеля является отличным вариантом для продаж. Гости могут увидеть не только планировку комнаты, но и удобства и вид.

Люди привыкают к технологиям сканирования отпечатков пальцев

или лица, чтобы разблокировать свои гаджеты. Но эти решения имеют большое будущее в индустрии гостеприимства [2, с. 449].

Гостям не нужно будет носить ключи, и они смогут получить доступ к номерам и другим удобствам, просто отсканировав палец. Конечно, биометрические решения на данный момент все еще вызывают много вопросов, связанных с безопасностью. Люди на данный момент могут не захотеть распоряжаться такими конфиденциальными данными. Однако это изменится в будущем. Мы можем представить, что даже гостиничные номера станут умными [4, с. 331].

С помощью определенных датчиков некоторые операции в отеле могут стать более плавными. Например, уборщица может получить пинг, когда гость покидает комнату, чтобы он мог начать уборку комнаты. Также датчики могут предупреждать гостей о незапертых дверях, оставленных открытых окнах, дыме и многих других факторах. Следует из выше написанного вопроса. Возможен ли исход полного замещения личностного контакта клиентов с сотрудниками? Гостиничный бизнес, всё больше поддаётся оцифровке, так же появляются новые технологии по развитию управлением персоналом [6, с. 498].

Исследования EW Facility Services показывают, что голландцы придают большое значение человеческим контактам. Было опрошено более 1000 голландцев, и, судя по всему, с быстрой и личной помощью (75%) и принимающей стороной или хозяйкой с юмором (38%) места получают баллы, когда речь идет о гостеприимстве. Человеческий фактор в гостеприимстве, безусловно, незаменим, если верить голландцам. Для реализации этого мы используем, например, «Facility Host», который играет центральную роль в настройке общего опыта. Есть 3 вещи, которые робот никогда не сможет взять на себя. Хост объекта контролирует работу объекта в организации. От ежедневных последующих раундов до сервисной работы и специальных запросов. Каждый день предлагает новые проблемы и учебные моменты. Поэтому контакт с человеком незаменим для гостя, клиента или пациента. Экран может подать сигнал, но он не требует прямого действия. Но Хозяин Объекта имеет большую ценность не только для гостей; они также являются наиболее важной точкой контакта для сотрудников. И именно частое взаимодействие позволяет быстро и адекватно реагировать на текущие вопросы и возможности для улучшения, что в итоге положительно сказывается на опыте сотрудников [5, с. 331].

Гости будут иметь положительное впечатление от отеля только в том случае, если весь персонал будет сердечным и дружелюбным к

нему. Поэтому сотрудники для работы в отелях проходят довольно строгий отбор. Чтобы получить определенную позицию в отеле, менеджер должен провести несколько видов тестирования для своих новых кандидатов: психологический, квалификационный и тест на алкоголь. Также персонал всех категорий отелей должен проходить периодическое медицинское обследование для получения соответствующего сертификата [3, с. 280].

Следует сделать вывод, что человеческое прикосновение по-прежнему наиболее ценится. А с негостеприимным опытом, например, в ресторане, голландцы немедленно рекомендуют, чтобы друзья и знакомые не ходили туда. Правильная обработка жалоб - и работа с проблемами - увеличивает шансы на возвращение клиента. Несмотря на то, что сотрудникам нужна свобода действий, роль управляющего объектом остается важной для управления качеством обслуживания клиентов. Регулярный, но, прежде всего, личный контактный пункт позволяет легче справляться с трудными ситуациями, в большей степени, чем когда это необходимо сделать с помощью обхода контакта со службой поддержки или по электронной почте.

Технология занимает все большее место в нашем мире. Это также имеет свои преимущества, когда дело доходит до обслуживания объекта. Например, это облегчает регистрацию в отеле. Но, несмотря на эту положительную сторону технологии, клиенты по-прежнему ценят персональный подход. Выражение лица, дружеская улыбка или чувство юмора просто не могут быть полностью заменены компьютером или роботом.

Литература

1. Баумгартен Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг: учебник для среднего профессионального образования. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 338 с. (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]. URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456732> (дата обращения: 09.06.2020).

2. Николенко П. Г., Щамин Е.А., Ключева Ю.С. Гостиничная индустрия: учебник и практикум для среднего профессионального образования. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 449 с. (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]. URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456706> (дата обращения: 09.06.2020).

3. Пугачев В. П. Управление персоналом организации: практикум: учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 280 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblio-online.ru/bcode/455030> (дата обращения: 09.06.2020).

4. Тимохина Т. Л. Гостиничный сервис: учебник для среднего

профессионального образования Москва: Издательство Юрайт, 2020. 331 с. (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]. URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451272> (дата обращения: 09.06.2020).

5. Тимохина Т. Л. Организация гостиничного дела: учебник для вузов Москва : Издательство Юрайт, 2020. 331 с. (Высшее образование) [Электронный ресурс]. URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450317> (дата обращения: 09.06.2020).

6. Управление персоналом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Литвинюк [и др.]; под редакцией А. А. Литвинюка. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 498 с. (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]. URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450928> (дата обращения: 09.06.2020).

Смирнова Д. И., Козлова А. Т.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Казанский национальный исследовательский технологический университет (ВПО «КНИТУ»), г. Казань, Россия

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА: УПРАВЛЕНИЕ НЕСООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Подход к управлению качеством, основанный на контроле, сохраняется в большинстве организаций и сейчас. Однако жизнь заставляет превратить управление качеством из способа борьбы с дефектами в действительно управленческую деятельность, которая ныне присутствует во многих организациях, и процесс этот медленно, но верно набирает силу. Так, с 50-х годов прошлого столетия все чаще обращается внимание на то, что качество необходимо обеспечивать на всех стадиях жизненного цикла товара.

Одной из составляющих комплекса мер по обеспечению качества продукции является работа по выявлению и устранению причин брака. Как правило, в нормативных документах организации предусмотрена детальная градация брака, таких как отказ оборудования, недостатки технологической документации, ошибка исполнителя, ошибка в управляющей программе станка и т. п. В перечисленном ряду особое место занимает «ошибка исполнителя». Появление практически любого брака связано с ошибкой того или иного работника (здесь и далее под ошибкой подразумеваются как нервные действия, так и неправомерное бездействие): рабочего, наладчика, технолога, конструктора, мастера, руководителя и т.д. В этом смысле причина «ошибка исполнителя» тривиальна и не содержит информации для

совершенствования производственного процесса. Вместе с тем, творческая деятельность предполагает возможность возникновения ошибки как неизбежного следствия творчества – принятие самостоятельных, нерегламентированных решений. Таким образом, любая человеческая деятельность может привести к ошибке.

Причиной ошибочных действий сотрудника может быть либо случайное нарушение им требований или принятие ошибочного решения в пределах предоставленной ему степени свободы, либо результат некорректного воздействия на работника внешних факторов. Умышленное нарушение установленных требований также может быть следствием некорректного воздействия внешних факторов, таких как система стимулирования, морально-психологический климат и т. п., что, в свою очередь, является следствием ошибки формирования этих факторов. Можно определить факторы, способствовавшие ее возникновению, и принять меры, снижающие вероятность ее повторения. Среди таких мер наиболее эффективная, но и наиболее сложно реализуемая – поддержание мотивации работника на бездефектную работу. Главная задача любого промышленного предприятия - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака. А для того, чтобы их избежать, необходимо документировать процессы и процедуры в виде стандартов, положений, инструкций, методик.

Наиболее распространенными причинами брака в процессе производства являются:

- халатность и невнимательность исполнителей, приводящие к появлению следующих дефектов: оплавление, прожоги при сварке; забоины на резьбе; трещины на паяных швах; не обеспечение заданных размеров; несоответствие чистоты обрабатываемой поверхности; наличие царапин и вмятин на внешних поверхностях деталей и сборочных единиц; некачественное лакокрасочное покрытие; некачественное гальваническое покрытие; некачественная сборка;

- скрытый дефект материалов и деталей из литья: трещины, расслоения, наличие пор, посторонние включения;

- несоблюдение исполнителями технологической дисциплины и требований технической документации;

- поставка изделий низкого качества и надежности по кооперации;

- некачественная маркировка комплектующих изделий;

- сбой работы технологического оборудования.

По всем случаям обнаружения несоответствующей продукции на предприятии может быть проведен анализ несоответствий, могут установиться причины, разрабатываться и реализовываться корректирующие и предупреждающие мероприятия.

Если предприняты корректирующие и предупреждающие действия результативны, в целом, то выпускаемая продукция соответствует по своим характеристикам требованиям конструкторской документации и удовлетворяет требованиям заказчика как по качеству, так и по ассортименту.

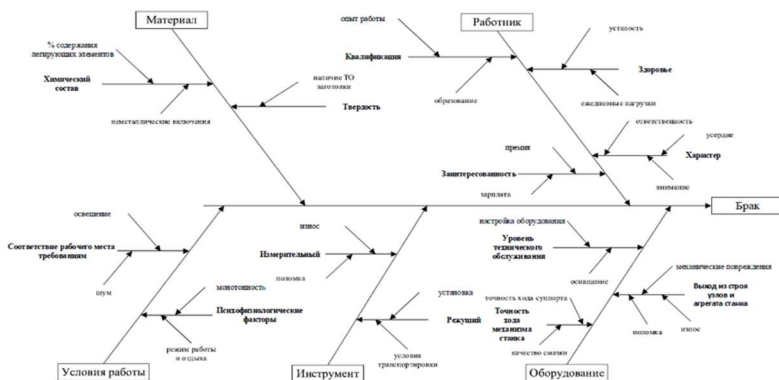


Рисунок 1 – Причинно-следственная диаграмма

Таким образом, с учетом полученных результатов можно сделать вывод, что на рассмотренная диаграмма Исикавы отчетливо показывает причины брака и управление несоответствующей продукцией.

По окончании формирования плана производства осуществляется закупка необходимых полуфабрикатов, сырья, материалов, деталей и покупных комплектующих изделий. На основании номенклатурного задания производства по выпуску продукции (месяц, квартал), а также для опытно-конструкторских работ и ремонтно-эксплуатационных нужд (служебные записки) в адрес поставщиков высылаются письма-заявки на поставку. Чтобы гарантировать качество новых изделий, промышленное предприятие должно прилагать особые усилия к обеспечению качества покупных материалов и комплектующих. В целях исключения запуска в производство несоответствующей установленным требованиям закупаемой продукции, полученные полуфабрикаты, сырье, материалы, детали проходят входной контроль в соответствии со стандартами организации. Система проверок устанавливается с тем, чтобы гарантировать, что все комплектующие изделия и материалы проверены лабораторией входного контроля с привлечением, при необходимости других подразделений.

Оценка и выбор поставщиков может осуществляться исполнителями работ по закупкам на основании информации о качестве поставляемой ими продукции, экономической целесообразности, имеющегося опыта взаимодействия с поставщиками и на основе проверки их способности поставлять продукцию в соответствии с установленными требованиями.

Для выбора поставщиков предлагаю критерии оценки по 10-балльной системе:

- наличие сертифицированной СМК;
- наличие сертификата соответствия на продукцию;
- анализ качества продукции по результатам входного контроля;
- уровень цен и условия оплаты;
- соблюдение требований к идентификации продукции;
- своевременность поставок и соблюдение поставщиком условий договора;
- информация об отказах в эксплуатации, а также об организационно-транспортных условиях, территориальном расположении.

В целях исключения несанкционированного запуска в производство забракованной в процессе входного контроля, а также в процессе производства продукции, в промышленной организации могут быть организованы изоляторы брака по подразделениям. Забракованная продукция передается в изолятор брака, регистрируется в журнале, идентифицируется: к ней прикрепляется бирка с указанием десятичного номера, номера акта о браке и даты забракования.

На этапе производства при выявлении несоответствий требованиям конструкторской документации, технической документации и другим нормативным документам продукции, могут оформляться возвраты. Сведения о показателях качества продукции оформляются и передаются в отдел контроля ежемесячно.

Необходимо осознать, что сегодня для процветания нашей страны нет никаких реальных путей, кроме того, при котором на первое место в стратегии развития экономики будут поставлены цели достижения высокого качества и конкурентоспособности отечественной продукции.

Литература

1. Федеральный закон от 29.06.2015 № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации»// СПС Консультант Плюс.
2. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Введ.2015-11-01. – М.: Стандартинформ,2015. – 50 с.

3. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования. – Введ. 2015-11-01. – М.: Стандартинформ, 2015. – 24 с.

4. Деминг, У. Эдвардс. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. Москва, «Альпина Бизнес Букс».- 2007. 370 с.

5. Ishikawa, K. What is Total Quality Control? The Japanese Way. Prentice Hall (1985). Русский перевод: Исикава, К. Японские методы управления качеством. Сокращённый перевод с англ. М.: Экономика, 1988. 230 с.

Смирнова О.В.¹, Сороченко А.С.²

¹*Мелеузовский молочно-консервный комбинат,*

²*Московский государственный университет
технологий и управления,*

г. Мелеуз, Россия

ИМПОРТНО-ЭКСПОРТНЫЕ ОПЕРАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ МОЛОКА

Молочный комплекс является одним из важнейших составных частей АПК, главной задачей функционирования которого является удовлетворение потребностей общества в молочной продукции при определенном уровне доходов населения.

Именно поэтому перспективы роста рынка молочной продукции можно оценить положительно. Важнейшими факторами роста объемов рынка являются:

- тенденция роста реальных доходов населения;
- потенциал емкости рынка, связанный с увеличением уровня потребления молочных продуктов по сравнению прошлым периодом времени;
- интерес к здоровому образу жизни;
- приверженность населения России к молочным продуктам.

Эти факторы являются источником увеличения спроса на молочную продукцию в ближайшей перспективе.

В структуре продовольственных товаров FMCG рынок молочных продуктов занимает 22% - это самый крупный рынок среди упакованных продуктов питания и третий по величине после сигарет и алкоголя среди всех FMCG категорий (12,6% в денежном выражении).

По данным Росстата, доля расходов на молоко и молочные продукты в общей структуре расходов населения составляет 3%. С 2020 года доля этих расходов в общей структуре расходов выросла на 13%.

В совокупных затратах на приобретение продуктов питания и напитков доля расходов на молоко и молочную продукцию составляет 10%.

По сравнению с 2018 годом рост объемов товарного сырого молока в сельскохозяйственных организациях по итогам 2019 г. составил 2,4%, или 726,59 тыс. тонн, и это выше результатов 2017 года. При этом за январь-февраль 2020 года молока было произведено 2,8 млн тонн, что на 9,1% больше, чем за аналогичный период 2019 года. Динамика производства молока и молочной продукции в России представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Производство молока крупного рогатого скота в России, тыс. тонн (данные Росстата)

| | Хозяйства всех категорий | | | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|--------------------------|----------------|
| | Январь-декабрь 2018 года | Январь-декабрь 2019 года | 2019 к 2018, % | Январь-февраль 2019 года | Январь-февраль 2020 года | 2020 к 2019, % |
| Российская Федерация | 30 611,2 | 31 337,8 | 102,4 | 2 594,9 | 2 832,3 | 109,1 |
| ЦФО | 5 753,0 | 6 019,5 | 104,6 | 720,1 | 800,5 | 111,2 |
| СЗФО | 1 863,2 | 1 908,6 | 102,4 | 265,4 | 279,7 | 105,4 |
| ЮФО | 3 655,3 | 3 679,5 | 100,7 | 194,9 | 217,4 | 111,6 |
| СКФО | 2 627,2 | 2 692,2 | 102,5 | 51,6 | 57,4 | 111,2 |
| ПФО | 9 441,4 | 9 675,7 | 102,5 | 814,8 | 882,7 | 108,3 |
| УФО | 1 945,3 | 1 963,1 | 100,9 | 187,1 | 202,0 | 108,0 |
| СФО | 4 348,1 | 4 420,7 | 101,7 | 337,9 | 366,7 | 108,5 |
| ДФО | 977,8 | 977,8 | 100,0 | 23,2 | 26,0 | 112,2 |

Производство молока в 2019 по отношению к 2018 году имеет отрицательную тенденцию в 3,37%, в основном это относится к таким продуктам, как кефир – 5,33% и сметана – 4,21%. Рост в категории молочных продуктов продемонстрировали сливки – 9,35%, что составило почти 14 тысяч тонн. Постоянный рост демонстрирует категория йогуртов – 3,21% к аналогичному периоду 2018 года (25,5 тысяч тонн). В 2019 году было произведено 2765 тысяч тонн кисломолочных продуктов. В целом категория кисломолочных продуктов показала снижение на 2,13%, кроме творога и продуктов из него.

Ситуация меняется в первые два месяца 2020 года. Производство основных видов продукции в натуральном выражении приведено в таблице 2.

Производство молока увеличилось на 2,41%. Также продемонстрировали положительную динамику кисломолочные продукты – 465,89 тысяч тонн, что на 3,05% больше аналогичного

периода предыдущего года.

Таблица 2 - Производство основных видов продукции в натуральном выражении, тысяч тонн (данные Росстата)

| Продукция | 2017 | 2018 | 2019 | 2019 к 2018, % | Январь- февраль 2019 | Январь- февраль 2020 | 2020 к 2019, % |
|---------------------------------------|------|------|------|----------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------|
| Молоко, кроме сырого | 5336 | 5488 | 5303 | 96,63 | 875 | 896 | 102,41 |
| Сливки | 152 | 149 | 163 | 109,35 | 26 | 29 | 110,27 |
| Йогурт | 790 | 795 | 820 | 103,21 | 133 | 139 | 104,74 |
| Ацидофилин | 14 | 16 | 16 | 98,96 | 3 | 2,98 | 99,35 |
| Ряженка и варенец | 234 | 232 | 232 | 99,78 | 38 | 40 | 106,68 |
| Кефир | 1039 | 1023 | 968 | 94,67 | 163 | 164 | 100,9 |
| Простокваша, в том числе мечниковская | 18 | 16 | 16 | 99,99 | 3 | 3,19 | 106,63 |
| Сметана | 570 | 537 | 515 | 95,79 | 82 | 87 | 106,91 |

Литература

1. Барышников Н. Г., Самыгин Д.Ю. Прогнозные сценарии развития сельского хозяйства региона // Экономист. 2013. № 12. С. 9-15.
2. Будаева Д. Ц. Организационно-экономические факторы развития молочного животноводства в регионе // Вестник Бурятской государственной сельскохозяйственной академии им. В. Р. Филиппова. 2013. № 2 (31). С. 91-95.
3. Бушуева И. Г. Российский рынок молока и молочной продукции // Молочная промышленность. 2013. № 12. С. 4-6.
4. Бычков М. Ф. Оценка формирования и механизмы функционирования молочного подкомплекса // Вестник Саратовского госагро университета им. Н. И. Вавилова. 2012. № 3. С. 67-70.

Усанова А. В., Ступникова Е. И.
Научный руководитель: Андреева И. В.
*АФ ННГУ им. Н.И. Лобачевского,
 г. Арзамас, Россия*

ЭФФЕКТИВНЫЕ ДИСТАНЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом основного общего образования (далее – ФГОС), установлены следующие требования к результатам освоения

обучающимися основной образовательной программы основного общего образования личностным, которые включают в себя готовность и способность обучающихся как к личностному самоопределению, так и к саморазвитию, формирование и повышение их мотивации к обучению и целенаправленной познавательной деятельности, а также метапредметным, которые включают в себя умение самостоятельно планировать и осуществлять учебную деятельность и организацию учебного сотрудничества как со сверстниками, так и с педагогами [1, с. 5].

Одной из форм проведения урока, которая отвечает требованиям ФГОС и является эффективной в образовательном пространстве – это использование дистанционных технологий.

Дистанционные технологии – это инструмент для реализации основных принципов личностно-ориентированного подхода обучения.

В данной статье мы рассмотрим наиболее эффективные, на наш взгляд, образовательные Интернет-платформы.

1. Moodle.

Moodle – система, которая позволяет произвести обучение в электронном виде, а также проверить полученные знания в формате тестирования. Подходит для использования с 5 по 11 классы.

Преимущества данной платформы:

- бесплатная система;
 - возможность получения качественных знаний;
 - широкие возможности управления курсами;
 - используется мощный аппарат тестирования;
 - дает возможность для реализации дифференцированного обучения;
 - позволяет реализовывать образовательный процесс по разным стратегиям как индивидуальное, так и социальное и т.д.;
 - отслеживания прогресса учащихся посредством визуализации;
- возможность публикации учебного контента различного формата – аудио, видео, текст, флэш и т.д.

Недостатки данной платформы:

- система бесплатная, но ее нужно где-то устанавливать это может оказаться дорогостоящей задачей для школы;
- Moodle очень требователен к серверу;
- требует серьезного изучения – метод «научного тыка» не пройдет.

2. E-learning.

E-learning – это система обучения при помощи информационных и электронных технологий. Широкий набор приложений и процессов,

обеспечивающих: обучение, построенное на использовании web-технологий; обучение, построенное с использованием персонального компьютера, виртуальных классных комнат; и средства организации взаимодействия пользователей по сети. Подходит для использования с 5 по 11 классы.

Преимущества данной платформы:

- бесплатная система;
- возможность тиражирования знаний сквозь границы и время;
- много практики;
- интересное интерактивное обучение;
- психологический комфорт и мобильность.

Недостатки данной платформы:

- риски в сфере защиты персональных данных;
- лишение опыта живого общения.

4. Учи.ру.

Учи.ру – интерактивная образовательная Интернет-платформа, позволяющая изучать школьные предметы в интерактивной форме. Подходит для использования с 5 по 11 классы.

Преимущества данной платформы:

- бесплатная система;
- помогает повышать образовательные результаты;
- способствует усвоению материала без пробелов;
- повышает интерес к обучению;
- даёт доступ к образованию детям с особыми образовательными потребностями;
- помогает осваивать компьютер и компьютерные технологии в непринуждённой игровой форме;
- формирует навык смыслового чтения;
- развивает логическое мышление.

Недостатки данной платформы:

- расширенная версия является платной;
- корректный запуск не во всех браузерах.

Таким образом, использование данных дистанционных технологий в образовании способствует усовершенствованию работы с информацией с помощью цифровых технологий, систематизацией, с обработкой данных, развитию творческих способностей школьников, эффективному использованию письменной коммуникации, повышает интерес к изучаемому предмету, что непосредственно отвечает требованиям ФГОС.

Литература

1. Федеральные государственные образовательные стандарты /

Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://mon.gov.ru/dok/fgos> (Дата обращения: 20.06.2020)

2. Васильева Т. С. ФГОС нового поколения о требованиях к результатам обучения // Теория и практика образования в современном мире: материалы IV Междунар. науч. конф.: СПб. 2014. С. 74-76.

Чекина Е. О.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОГНОЗ

На восьмом году стагнации, со снижением уровня благосостояния населения, Россию постигло две беды – к-пандемия, охватившая весь мир, и мировой экономической кризис, спровоцировавший резкое, более чем вдвое снижение мировых цен на углеводородное сырье и топливо.

Для российской экономики эти события особенно болезненны. Наша страна в последние шесть лет (2014-2019 гг.) находилась либо в экономическом кризисе (2014-2016 гг.), либо имела слабый экономический рост (около 1,5% в год) в 2017-2019 гг. Российскую экономику в 2019 году можно охарактеризовать как стабильно и умеренно растущий, без признаков либо значительного восходящего тренда, либо новой рецессии, аналогичной 2015 году и началу 2016 года [2].

К концу 2019 года ВВП страны, являющийся ключевым показателем экономических показателей, продемонстрировал ограниченный положительный рост со скоростью, почти вдвое меньшей, чем в 2018 году, что далеко не впечатляет для догоняющей экономики. На рисунке 1 продемонстрирована динамика некоторых экономических отраслей в составе роста ВВП.

В структуре ВВП России учитывается региональный валовой продукт субъектов государства. Данный показатель позволяет аналитикам судить о состоянии экономического развития, как отдельных регионов, так и страны в целом. За основу анализа берется ВВП России по годам, на основании чего составляется кривая динамического развития. Кроме того, по показателям валового продукта можно судить о качестве жизни населения в целом, так рост ВВП свидетельствует об улучшении жизни граждан, падение – о

снижении качества жизни.



Рисунок1 - Динамика экономических отраслей в составе роста ВВП [5]

Это почти в 2,5 раза ниже среднего мирового уровня; с небольшими колебаниями это экономическое отставание наблюдалось в течение последних семи лет, в результате чего доля России в мировом ВВП снизилась до уровня менее 2%.

Положительным моментом является то, что Россия несколько превысила свои экономические показатели за 2018 год во всех основных секторах своей экономики. Сельское хозяйство работало относительно хорошо, по крайней мере, по сравнению с крайне неблагоприятными результатами 2018 года. Транспорт и строительство показали небольшой, но положительный рост. Сектор услуг столкнулся с некоторой неопределенностью.

Вялые показатели в секторах услуг, розничной торговли и строительства (в частности, жилищного строительства) ни в коем случае не являются неожиданными, поскольку эти сектора сильно зависят от потребительского спроса, который, в свою очередь, сдерживается снижением - или, в последнее время, стагнацией - располагаемые доходы домохозяйств [1]. На рисунке 2 представлена динамика структуры ВВП РФ в период с 2011-2019 гг.

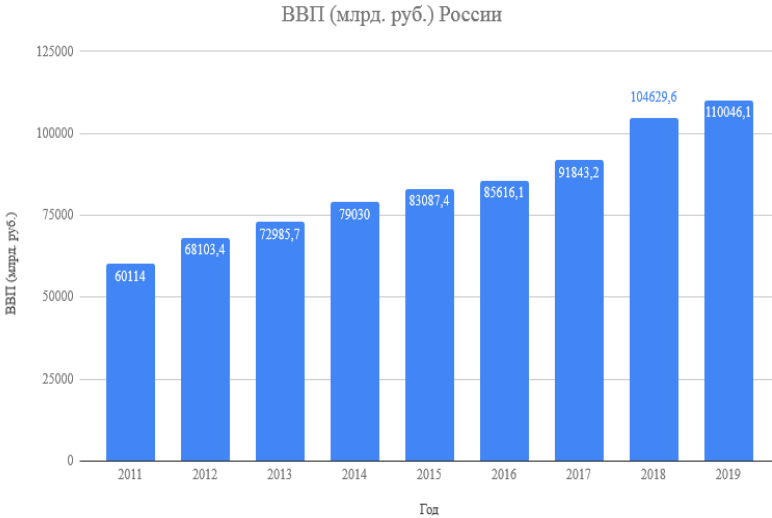


Рисунок 2 - Структура ВВП России [5]

Рост ВВП России на 2019 год будет обусловлен развитием трёх структур– промышленности, инвестициям и строительству, которое впервые вошло в список выгодных сфер финансирования. До этого момента оно было в упадке. В 2016 г. строительная отрасль снизилась на 4,3%. Развитие строительства позволяет привлекать и другие сферы – заводы по выпуску техники и стройматериалов.

Огромную роль сыграла также пониженная процентная ставка на ипотеку– жильё для молодых семей стало более доступно, а программа субсидий для семей с 2 или 3 детьми по указу президента РФ только укрепила позиции строительной отрасли.

Во многом, ВВП зависит от политической и социальной обстановки в стране и на международной арене в целом. Большое значение имеют внешнеполитические и экономические связи государства, от степени сформированности и развитости внутреннего рынка.

Совокупный объем частного финансового богатства россиян по итогам прошлого года достиг \$1,6 трлн, или 99 трлн рублей по курсу на конец года. Несмотря на то, что Россия за последние 12 лет переживает уже третью экономическую рецессию, объем личных финансовых состояний россиян вырос с конца 1999 года в 16 раз — с \$0,1 трлн до \$1,6 трлн. Для измерения неравенства можно применять и коэффициенты разрыва между доходами богатых и бедных. Так, если в

2012 году доходы 10% самых богатых россиян превышали доходы 10% самых бедных в 16,4 раза, то в 2017-м — в 15,4 раза. В 2018 году, однако, разрыв увеличился и составил 15,6 раза [4].

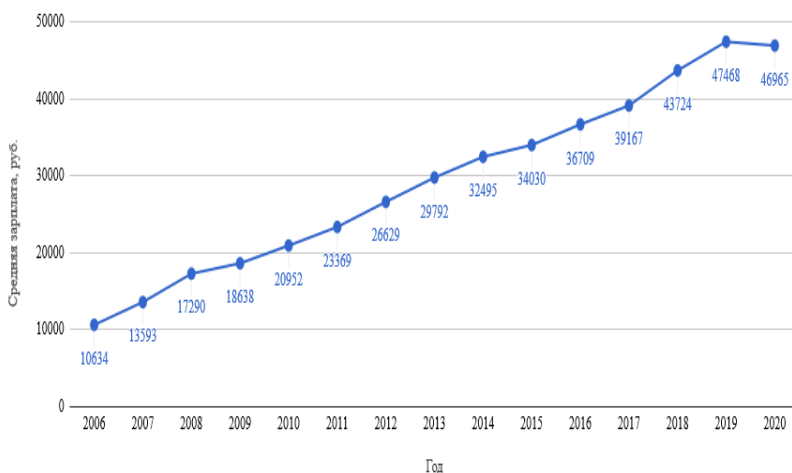


Рисунок 3 - Средняя заработная плата в РФ за 15 лет [5]

По графику видно, что по годам средняя заработная плата, исчисленная в национальной валюте, растет. В 2017 году она составила 39 167 рублей до вычета налогов. В 2019 году данный показатель вырос до отметки в 47 468 рублей. В феврале 2020 года средняя заработная плата по России выросла на 1,25% и составила 47 257 рублей по сравнению с январем.

Министерство экономического развития сделало прогноз, исходя из которого, можно сделать вывод, что средняя заработная плата в России в 2020 году продолжит расти. Уровень инфляции продолжит сохранение достаточно низкого уровня. С целью улучшения благосостояния пенсионеров, будут проводиться индексации пенсионных выплат. Средний уровень в зарплате в долларовом эквиваленте в 2020 году составил 650 долларов.

Российская экономика в феврале—марте 2020 года оказалась под мощным воздействием сразу двух негативных факторов — стремительного распространения пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 и ее пагубного влияния на глобальную экономику, а также обвала цен на нефть. На этом фоне рубль существенно обесценился к доллару и евро. Реагируя на ситуацию, правительство и Банк России утвердили несколько пакетов мер по поддержке экономики и граждан.

В случае умеренных экономических и политических событий в

России и во всем мире активизация реализации национальных проектов (с соответствующим увеличением финансирования) может стать основным драйвером российской экономики в 2020 году.

Увеличение расходов домашних хозяйств может также способствовать положительному росту ВВП. Более высокие потребительские расходы могут быть вызваны [3]:

- увеличение реальных располагаемых доходов населения. Скорее всего, они вырастут на 1,2% в количественном выражении, то есть более чем на 700 млрд. рублей в год;

- дальнейшее увеличение потребительского кредитования. Рост потребительского кредитования, наблюдавшийся в первой половине 2019 года, вызвал бурные дискуссии и прогнозы о предстоящей рецессии. Хотя ставки по кредитам замедлились во второй половине 2019 года, банки, вероятно, сделают все возможное, чтобы повысить их снова.

В 2020–2021 годах экономическая ситуация в мире может ухудшиться, что приведет к новому глобальному кризису. Угроза реальна, хотя сроки не определены. Все кризисы возникают в крупнейших экономиках, и текущая ситуация вызывает беспокойство:

- торговая война между США и Китаем может достичь своего пика после президентских выборов в США 3 ноября 2020 года;

- столкнувшись с высоким торговым дефицитом, Дональд Трамп, в случае переизбрания, может начать торговые споры с некоторыми странами ЕС;

- Китай может увидеть экономический спад в этом году из-за своей торговой войны с США;

- по-прежнему существует неопределенность в отношении экономики ЕС, чей совокупный ВВП сопоставим с ВВП США. Германия, крупнейшая экономика ЕС, уже вступила в рецессию;

- Индия переживает экономический спад, и хронический экономический застой в Японии продолжается.

Наряду с традиционными проблемами, есть несколько более недавних, которые могут вызвать замедление экономики в ближайшем будущем:

- 0) демографическая ловушка;
- 1) снижение розничных продаж;
- 2) негативные изменения на рынке труда [6].

В последнее время Россия сталкивается с демографической ловушкой, и население страны будет продолжать стареть и сокращаться. Численность рабочей силы в стране сокращается, в частности наиболее продуктивная группа в возрасте 23–47 лет,

необходимая для ключевых секторов экономики, таких как обрабатывающая промышленность, сельское хозяйство, строительство и транспорт.

Таким образом, ухудшение демографической ситуации в России влияет (и будет продолжать влиять) на сектор розничной торговли, при этом гипер- и супермаркеты теряют покупателей.

В целом, ничто не указывает на ухудшение в настоящее время стабильной макроэкономической ситуации в России в 2020 году. Самое главное - убедиться, что стабильность идет рука об руку с экономическим ростом и улучшением уровня жизни россиян.

Литература

1. Буров М. П. Экономика России: методическое пособие. М.: Дашков и Ко. 2018. 134 с.

2. Мернес М. Дефолт России, 2020. М.: Издательские решения. 2020. 206 с.

3. Рынок труда, занятость и заработная плата [Электронный ресурс]. URL:https://www.gks.ru/labor_market_employment_salaries(дата обращения 20.06.2020)

4. Столярова З.В. Вопросы оптимизации социально-экономического регулирования в современной России // Экономика. Общество. Человек: межвузовский сборник научных трудов. Вып. XXXVI / научный редактор Е.Н. Чижова; Белгор. гос. технол. ун-т им. В.Г. Шухова; Белгор. регион. отд-е РАЕН. Белгород, 2019. С. 154-158.

5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения 20.06.2020).

6. Экономика России [Электронный ресурс]. URL:https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (дата обращения 22.06.2020).

Шилин Н. А.

Научный руководитель: Расходова И. А.

*ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева-КАИ»,
г. Казань, Россия*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА УЧЕБНОЙ ДИСКУССИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ

Общение представляет собой сложный процесс, в ходе которого

происходит взаимодействие между людьми с целью обмена информацией, восприятия и полного понимания друг друга. Одной из форм общения является межличностное общение. Развитие навыков общения, владение различными приемами аргументации своей точки зрения. Студент вуза должен уметь пользоваться формами изложения текста. Самые распространенные из них это: синтез, сравнение, общение.

Всем этим необходимо обучать студентов. Один из методов обучения студентов, который включает в себя обучение эмоциональности, использования корректных речевых конструкций, способности аргументировать и отстаивать свою точку зрения, совершенствование навыков общения, является метод учебной дискуссии. В данной статье более подробно рассмотрим этот метод.

Метод дискуссии при проведении учебных занятий по иностранному языку в высших учебных заведениях в условиях современного общества занимает высокое место. Данная форма преподавания является достаточно сложной. Она позволяет кроме получения и накопления новых знаний, организовывать самостоятельность студента, раскрывать потенциал каждого индивида [1, с.143].

Сначала дадим определение понятию дискуссия. С латинского языка это означает рассмотрение, исследование. Дискуссия – это умение аргументировать свою точку зрения. На практике средствами обсуждения выступают не мнения участников беседы, а позиция каждой стороны. Эта позиция должна характеризоваться убедительной речью.

Если рассмотреть дискуссию в современном плане, то это первая очередь, обсуждение, которое сопровождается сопоставлением различных точек зрения. В результате происходит поиск мнения, которое устроит все стороны. Главная основа дискуссии – это наличие значимых проблем для общего обсуждения (с политической, философской, социальной и других точек зрения), но само по себе существование проблемы не обеспечит проведения результативной дискуссии.

Бесспорно, что умение дискутировать – такое же фундаментальное умение, как навык участия в работе с группой совершенно разных людей.

Также особое место занимают языковые средства. В дискуссии необходимо умело аргументировать свою позицию, доступно доказывать свои взгляды. На основе вышесказанного, дадим определение понятию аргументация.

Аргументация — это такая деятельность, задача которой является изменение убеждения другой стороны беседы в свою пользу. Существуют определенные стили аргументации, способы. Чтобы дискуссия была результативной, необходимо наличие таких навыков, как обсуждение проблемы и ее аргументация, отстаивание своей точки зрения, а также уважение к участникам дискуссии, особенно к их культуре и личным взглядам каждого из участников беседы.

Для грамотного участия в дискуссии, необходимо иметь определенные способности. Это и умственные навыки, и грамматическая правильность речи. Стоит ответить, наличие логичности в высказываниях, которая характеризуется порядком мысли и самого рассуждения.

При изучении иностранного языка, дискуссия, умение слушать, говорить и понимать основную цель вопросов — очень важные умения, которые помогают формировать всё разнообразие основных компонентов коммуникации в целом. Дискуссия в реальности с носителем языка достаточно сложный процесс. В этом случае стоит учитывать специфику речевого этикета, грамматику в построении предложений. К сожалению, очень часто на занятиях студенты строят предложения, как на родном, русском, языке. На мой взгляд, это должно быть сразу исправлено преподавателем.

Эксперты обращают внимание, что основная и главная цель преподавателей при организации дискуссии — научить студентов правильно составлять, убедительно производить речь. Кроме того, речь должна быть наполнена эмоциональными реакциями человека, которые помогут переубедить собеседника в свою пользу. Одна из главных задач преподавателя на занятиях — это создать условия, приближенные к беседе в реальной жизни [2, с. 56]. В такой форме беседы, как дискуссия, для достижения максимального результата ценятся коммуникативные упражнения, которые должны включать в себя корректную формулировку. Именно она может приблизить учебную обстановку на уроке к ситуации реального общения. В этом случае общение будет выступать не только в качестве цели, но и как средство обучения иностранному языку.

Рассмотрим основные условия проведения таких занятий:

Во-первых, это соотношение многообразия по одному вопросу, т.е. выдвижение две разных точки зрения.

Во-вторых, корректность ведения дискуссии. Это может быть как толерантность в адрес собеседника, так и принятие элементарные нормы приличия.

В-третьих, полная заинтересованность студентов в дискуссии. То

есть стремление участников разговора не только высказаться, но и понять основную мысль других участников беседы.

Содержание беседы, рассмотрение какого-либо вопроса на занятие и т.п. должны организовывать сами студенты. В этом случае общение и речевая деятельность студентов будет более разнообразной.

Если рассмотреть план организации дискуссии, то по мнению М.А. Ковальчука, можно выделить 4 основных фазы дискуссии [3, с. 38]:

1. Определение основной цели дискуссии, темы.
2. Сбор информации по данной теме.
3. Структурирование, обдумывание и оценка информации.
4. Результат дискуссии.

При рассмотрении дискуссии в социально-психологическом аспекте, можно выделить три основных этапа дискуссии [4, с. 39].

Первый – ориентация. Участники беседы должны показать свою заинтересованность, находчивость в затронутой теме.

Второй – оценка. Сравнение мыслей других участников по данной теме. Важно учитывать, что конфликт интересов не должен переходить на личности.

Третий – консолидация. Заключительный этап, который заключается в подведении результатов дискуссии, интеграции мнений с другими участниками разговора.

Максимальный результат таких занятий может быть достигнут только в том случае, если курс преподавания составлен корректно, в полном объеме. Важно, чтобы продолжительность такого занятия постоянно возрастала. Но стоит учитывать, что многократное повторение одной и той же формы ведения дискуссии, негативно отражается на результатах таких уроков.

При формировании проблемной ситуации для дискуссии необходимо обратить внимание на следующие факторы:

- наличие реальной проблемы. Данный фактор обеспечит поиск решений по теме проблемы;
- монотонность, которая заключается в непрерывности поднятой темы. В этом случае проблему можно рассмотреть с разных точек зрения [5, с. 102];
- реализация свободного разбора проблемы.

В мировом опыте существуют следующие формы дискуссии:

- круглый стол – беседа, где участвует группа из нескольких человек (обычно 5-7 человек) и обсуждает конкретную тему «на равных». Каждый может высказаться и отстаивать свою точку зрения;
- симпозиум – беседа, в ходе которой участники после представления своей точки зрения, отвечают на вопросы других

участников [6, с.3 4];

- дебаты;
- мозговой штурм и др.

В целом, дискуссия используется при обучении иностранному языку и как метод, и как форма, т.е. может проводиться в рамках других занятий.

Подводя итоги, хочется сказать, что данный метод должен использоваться для формирования умений не только говорить, хотя это является основной задачей, но и слушать, правильно понимать ситуацию и уметь высказывать свою точку зрения. Для этого преподаватель должен тщательно подбирать материал для проведения занятий. Обязательно следует учитывать возраст студентов, их интересы, уровень владения иностранным языком. Студенты должны уметь правильно аргументировать свою точку зрения. Также они должны владеть такими навыками такими, как правильная и корректная грамматика речи, логика построения. Кроме того, преподавателям следует выстраивать курс таким образом, чтобы не было слишком много одной и той же информации. В этом случае занятия по методу учебной дискуссии будут результативными, а главное интересными для студентов. Тем самым будущий специалист будет готов к межкультурной коммуникации, к открытому и конструктивному диалогу, где сможет дискутировать, правильно аргументировать свою точку зрения.

Литература

1. Елизарова Г. В. Культура и обучение иностранным языкам. СПб.: Союз, 2015. 291 с.
2. Ковальчук М. А. Дискуссия как средство обучения иноязычному общению. М. : Высш. шк., 2008. 44 с.
3. Ковальчук М. А. Интенсивное обучение иностранным языкам в контексте проблемы гуманитаризации образования // Интенсивное обучение иностранным языкам сегодня / под ред. Г. А. Китайгородской. М., 2010. Ч. 1. С. 29–99.
4. Матухин Д.Л. Профессионально-ориентированное обучение иностранному языку студентов лингвистических специальностей, Язык и культура, № 2 (14), 2011.
5. Миролубов А. А. Методика обучения иностранным языкам: традиции и современность. Ч. 1. Обнинск: Титул, 2010. 213 с.
6. Шевцова Г.В., Москалец Л.Е. Методологические аспекты профессионально-ориентированного обучения иностранному языку студентов-заочников в техническом вузе // Вестник ТГПУ. 2017. №12 (189). 76 с.

Блинова А.А.

Научный руководитель: доц. Чижов С.Ф.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЕВЫМИ РИСКАМИ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одним из важнейших факторов рыночной экономики является дух соперничества, который во многом определяет формы хозяйственной деятельности людей и ярко проявляет себя в такой экономической категории, как конкуренция.

Возникает конкуренция, если много товаров продается на одном рынке, близких по своим потребительским свойствам. Суть конкуренции заключается в улучшении или поддержании позиций компании на рынке, что достигается за счет отличия поставляемых компанией товаров от товаров конкурента, по степени удовлетворения ими потребностей, и по издержкам на их производство.

Конкуренция – это соперничество между производителями (продавцами) продукции, в масштабном случае – между любыми рыночными, экономическими субъектами; гонки за рынками сбыта продукции для получения более высокой прибыли [2].

Конкурентоспособность – способность производителей и продавцов продукции вести конкурентную борьбу со своими конкурентами, которые поставляют на рынки аналогичные товары или стремятся проникнуть на эти рынки. В конкурентной борьбе за завоевание рынка и привлечение клиентов, фирмы используют рекламу, снижают цены и производственные издержки, повышают качество товара, предоставляют послепродажное и сервисное обслуживание, удовлетворяют потребности отдельных групп потребителей [4].

Каждый инвестор сталкивается с неопределенностью, и для её преодоления осуществляется анализ отраслевого риска, который определяет вероятность того, что отрасль, в общем, находится на начальной стадии жизненного цикла и есть все основания для ее развития и дальнейшего инвестирования. При сравнении национальных рисков разных стран, международные инвесторы учитывают отраслевую ориентацию большинства национальных рисков. Кроме того, то, что считается фактором риска для большинства секторов, например, политическая нестабильность, может стать фактором дополнительных возможностей для других секторов, таких как военно-

промышленный комплекс.

Оценка рисков в сфере управления бизнесом осуществляется с помощью таких параметров, как общее состояние рынка, уровень государственной поддержки, значимость фирмы в масштабах региона, тенденции в развитии конкуренции, риск недобросовестной конкуренции. Данные параметры позволяют оценить структуру и динамику отрасли, понять свои возможности, и какие существуют угрозы, чтобы в дальнейшем определить основные факторы успеха и на этой основе разрабатывать стратегию поведения фирмы на рынке.

Отраслевой риск - это вероятность потерь из-за изменений в отрасли и степени этих изменений как внутри компании, так и по сравнению с другими отраслями [1].

Отраслевое управление рисками, как и другие виды рисков, состоит из нескольких этапов (рис.1) [5]. Во-первых, следует выявить и классифицировать факторы риска. Во-вторых, проведение анализа выявленных факторов и оценка вероятности и степени потенциального воздействия риска. В-третьих, установление приемлемого уровня риска и выбор метода воздействия на риск. Как и в любом процессе управления, необходимо осуществлять контроль за результатами.

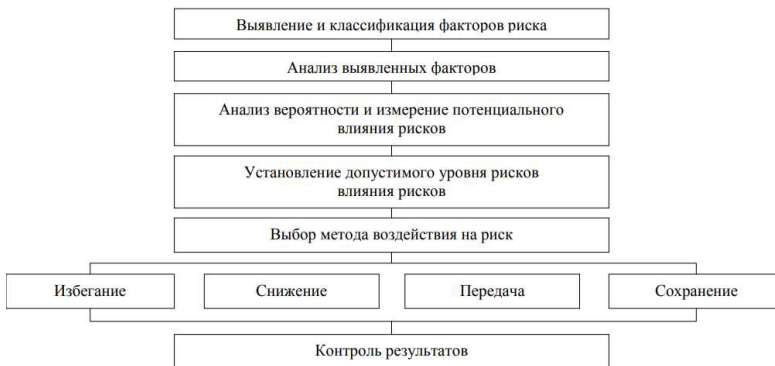


Рис. 1. Этапы управления рисками

Выявление факторов риска. Суть отраслевого риска может быть определена как взаимосвязь такого рода качеств, как непостоянство и изменчивость в самой отрасли, подверженность циклическим колебаниям, прохождение этапов жизненного цикла и конкуренция внутри отрасли [10].

В отрасли уровень конкуренции является источником информации о стабильности предпринимательских компаний в этой отрасли по

сравнению с компаниями других отраслей и, в большинстве случаев, является оценкой отраслевого риска.

Анализ выявленных факторов. Оценивается уровень конкуренции на конкретном рынке, по семи критериям [8]:

- 1) количество производителей;
- 2) различие (дифференциация) продукции;
- 3) уровень концентрации (т.е., доля каждой компании в производстве и продажа продукта);
- 4) метод установления цен на товары;
- 5) возможность появления новых фирм на рынке;
- 6) степень информированности о ценах и качестве товаров покупателей и продавцов;
- 7) в какой мере покупка совершается без принуждения.

Теория «Пяти сил конкуренции» М. Портера наиболее широко используется для оценки конкуренции.

Уровень прибыли и доля рынка компании устанавливаются тем, насколько результативно предприятие противостоит следующим конкурентным силам [7]:

- новые конкуренты, входящие в отрасль, производящие аналогичные продукты;
- угроза субститутов (товаров заменителей);
- конкуренты, которые уже закрепились на отраслевом рынке;
- влияние продавцов (поставщиков);
- влияние покупателей (клиентов).

1. *Новые конкуренты.* Следующие барьеры для входа могут помешать им войти в отрасль [11]:

- дифференциация товаров и услуг, т.е. зависимость от брендов, которые подчеркивают уникальность продукта и его признание клиентами;
- экономия на масштабах и производственном опыте компаний, уже созданных в отрасли, помогает сохранять затраты на минимальном уровне, недоступном для потенциальных конкурентов;
- затраты на переориентацию, связанные со сменой поставщиков, обучением персонала, научной и дизайнерской разработкой нового продукта и т.д.;
- потребность в создании новой системы каналов распределения;
- спрос в капитале. Эффективная конкуренция нередко требует больших первоначальных инвестиций;
- политика государства, которая не способствует проникновению на рынок;

2. *Товары-заменители.* Появление продуктов, которые

эффективно удовлетворяют одни и те же потребности, но по-другому, может обострить конкуренцию. Например, компании, производящие маргарин, могут конкурировать с производителями масла. У маргарина есть свои конкурентные преимущества: это диетический продукт с низким уровнем холестерина.

Барьерами для товаров-заменителей могут быть [9]:

- реализация ценовой конкуренции, которая переводит внимание потребителя с проблемы качества на снижение цены;
- рекламные кампании для привлечения покупателей;
- производство новых и привлекательных продуктов;
- повышение качества обслуживания при продаже и распространении продуктов.

3. *Конкуренция внутри отрасли и ее интенсивность.* Интенсивность конкуренции может варьироваться от мирного сосуществования до грубых и жестких способов убрать с рынка. Конкуренция наиболее выражена в отраслях, которые характеризуются [6]:

- большим количеством конкурентов;
- барьерами для снижения затрат, такие как неизменно высокие постоянные затраты;
- однородностью произведенных товаров;
- высокими выходными барьерами;
- насыщенностью и зрелостью рынка.

Для снижения давления конкуренции в отрасли в основном используют сравнительные преимущества, которые имеет компания.

4. *Влияние поставщиков.* Компания конкурирует, т.е. ведет экономическую борьбу не только с аналогичными производителями, но и со своими поставщиками.

Сильные поставщики могут снизить качество своих товаров и услуг и повысить цену своей продукции.

5. *Воздействие потребителей.* Выражается конкуренция со стороны покупателей [3]:

- давление на стоимость товара, чтобы снизить её;
- более высокие требования к качеству товара;
- требование к лучшему обслуживанию;
- противостояние между конкурентами в отрасли.

Сила покупателя зависит от значимости продукта для клиента; области его применения; степени однородности товаров; уровня осведомленности покупателей; других факторов.

После анализа факторов риска, оценки вероятности и приемлемости уровня риска принимается решение о том, как повлиять

на риск (рис.2) [5].

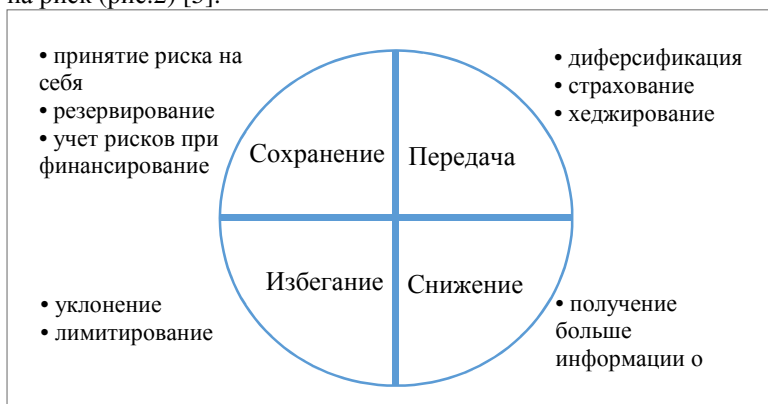


Рис. 2. Четыре группы методов управления риском

На данный момент можно выделить четыре основные группы методов управления риском: избегание, снижение, принятие риска на себя и передача другим лицам. Выбор метода осуществляется на начальной стадии, когда предприятие занимается анализом риска.

1. *Избегание.* Предотвращение рисков происходит, когда снижение рисков не снижает вероятность их возникновения и возможного ущерба, поэтому лучший способ работы - это избежать этого, например, отказа от проекта, реализация которого приводит к рискам, катастрофическим для компании [7].

Непредсказуемость рисков является второй характерной причиной избегания рисков. Если на этапе анализа рисков невозможно предсказать последствия проекта, которое может привести к убыткам, т.е. нет подтвержденных статистических оценок, эвристические методы дают слишком противоречивые результаты, то риск потерь для данного проекта неизвестен.

2. *Снижение.* Минимизация неблагоприятного воздействия определенных факторов на результаты производства и коммерческой деятельности в целом [7]. Снижение рисков заключается в сокращении вероятности возникновения рисков и минимизации объема возможных потерь. В этом случае менеджер по рискам на основе данных, полученных на этапе анализа рисков, разрабатывает меры, которые позволяют компании снизить влияние риска.

3. *Сохранение.* Предприятие принимает риск на себя, т.е. сохранение целого или части риска фирмы и дальнейшее покрытие

потенциальных убытков своими собственными средствами.

Эти методы чаще всего используются, если риски маловероятны, а возможный ущерб невелик. Одной из проблем в этом случае является определение размера резервного фонда, предназначенного для хеджирования риска.

4. *Передача.* Данный метод применяется в том случае, если есть вероятность возникновения риска и дальнейший ущерб невелик. Или вероятность возникновения риска минимально, как и размер ущерба. При этом стоимость передачи риска сравнивается с ожидаемым результатом. При данном методе часто используют страхование: передача риска страховой компании, хеджирование риска на фондовом рынке [10].

Благодаря конкуренции каждое предприятие стремится к совершенствованию своего производства и реализации продукции. При входе, удержании и выходе предприятия на рынке существуют риски, которые могут принести значительный ущерб хозяйственной деятельности. Чтобы быть на рынке конкурентоспособным, фирма должна знать свои преимущества, анализировать возможные риски и какие методы можно использовать, для их устранения и минимизации потерь.

Литература

1. Афоничкин, А.И. *Управленческие решения: учебник для вузов / СПб.: Питер, 2018. 480 с.*
2. Баринов, А.В. Развитие организации в конкурентной борьбе // *Менеджмент в России и за рубежом.* 2019. № 6. С. 3-13.
3. Борачук, А.В. Вопросы повышения конкурентоспособности хозяйствующих систем: монография / Борачук А.В., Борачук В. В., Ватулин А. Е., Выборнова В. В., Гавриловская С. П., Даюб А. Н., Демура Н. А., Кузнецова И. А., Люлюченко М. В., Мясоедов Р. А., Никитина Е. А., Рудычев А. А., Рябов А. А., Селиверстов Ю. И., Сорокина В. Ю., Стадникова С. В., Хлебенских Л. В., Чижов С. Ф., Ярмоленко Л. И./ *Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова.* 2016. 185 с.
4. Маркина Т. В. Влияние рисков на конкурентоспособность предприятия // *Экономические и гуманитарные исследования регионов.* 2016 г. №3. С. 201-208.
5. Мурашкин, Н. *Индивидуализм и экономический порядок / М. Псков, 2017. 361 с.*
6. Островский, Г. Конкурентоспособность предприятия как объект управления // *Консультант директора, №20.* 2017. 12 с.
7. Пригожин, А.И. Управление финансовыми рисками как метод обеспечения экономической устойчивости фирмы // *Вестник*

евразийской науки. 2018. №2. С. 22-30.

8. Родионова, В.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие / М.: Инфра – М, 2017. 90 с.

9. Смирнов, В.В. Методика оценки конкурентоспособности региона: теория и практика // Вестник Чувашского университета. 2018. №3. С. 66-74.

10. Старикова, М. С. Конкурентоспособность экономических систем: проблемы, закономерности, перспективы монография / Старикова М. С., Денисова Е. Д., Пономарев И. Н., Новоятлев М. А./ Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2018. 72 с.

11. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика / М: Гном и Д, 2017. 304 с.

Иванов В.В.

Научный руководитель: доц. Чижов С.Ф.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова. г. Белгород, Россия.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Развитие экономики на современном этапе непосредственно связано с научно-техническим прогрессом: возникают новые виды предпринимательской деятельности, появляются новые товары, внедряются новейшие технологии на производствах, используются передовые системы управления и маркетинга. На государственном уровне уделяется большое внимание созданию новых и эффективному функционированию существующих субъектов малого предпринимательства с целью повышения инновационной активности регионов и страны в целом.

По итогам 2019 года удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации, составил 5,7 %. Внедрение научно-технических нововведений, необходимое для обновления парка производственного оборудования, повышения технологического уровня производства, подразумевает широкое использование овеществленных технологий, т.е. машин и оборудования, а также программных средств, непосредственно связанных с реализацией инноваций. В 2019 г. их приобретали соответственно 51,5 и 24,1% малых предприятий, осуществлявших нововведения технологического характера (в 2018 г. — 55,6 и 24,3%). Доля малых предприятий, приобретавших новые технологии, невелика — 10,3%, в том числе

права на патенты и патентные лицензии — 7,1% [7].

Причиной невысокой инновационной активности предприятий является высокий уровень риска, характерный для инновационных проектов. Кроме того, инновационное предпринимательство подвержено всем видам риска (коммерческие, финансовые, технические и т.д.) на всех стадиях разработки и реализации проекта [3]. В этой сфере невозможно полностью избежать риск, как невозможно предсказать, например, поведение всех экономических субъектов, участвующих в производственном процессе. Поэтому важной задачей управления становится своевременная идентификация возможных рисков и сведение их к минимуму.

Управление рисками или риск-менеджмент – это «совокупность отдельных шагов или стадий, включающих разработку общей философии управления риском организации, составление положения об управлении риском, выявление рисков, их анализ и оценка опасности вложений, регулирование уровня рисков и реализация финансовых механизмов компенсации ущерба при возникновении неблагоприятных событий» (Фоломьев А.Н.).

Инновационные риски представляют собой элемент экономических рисков, угрожающих любому предприятию, как, например, потери при запуске в производство услуг или товаров, которые вследствие отсутствия спроса не обеспечат ожидаемого эффекта. Объектом же инновационного риска выступают сами инновационные и научно-технические процессы, а также процессы коммерциализации результатов инновационной и научной деятельности [2].

Основными источниками инновационных рисков являются, с одной стороны, объективная недостаточность информации, и субъективное восприятие и возможность принятия неверного решения – с другой. Большую угрозу представляет также неопределенность, свойственная инновационной деятельности. Особого внимания требует тот факт, что неопределенность различна и динамично изменяется на разных стадиях инновационного и научно-технического циклов [4]. Неопределенность инновационной деятельности обусловлена неточностью и/или неполнотой информации о факторах, влияющих на конечный социально-экономический результат и затраты, связанные с ним. Однако следует помнить, что избыток информации в равной степени способствует неопределенности.

Процесс управления рисками реализуется посредством комплекса мероприятий аналитического, организационно-экономического, финансового характеров, направленных на своевременное выявление,

оценку, предупреждение и контроль событий, способных вызвать перерыв и отклонения в реализации проекта. К таким мероприятиям относятся [6]:

- группа методов компенсации рисков (стратегическое планирование деятельности организации; активный маркетинг; прогнозирование внешней среды; создание системы резервов);
- группа методов распределения рисков (диверсификация видов деятельности; диверсификация сбыта и поставок; диверсификация кредиторской задолженности; распределение ответственности между участниками; распределение рисков во времени);
- группа методов локализации рисков (создание организаций, использующих венчурное финансирование; создание специальных подразделений для выполнения рискованных проектов);
- группа методов ухода от рисков (отказ от ненадежных партнеров; отказ от рискованных проектов; страхование различных видов рисков; поиск гарантов).

Одним из основных способов снижения инновационного риска является диверсификация инновационной деятельности, состоящая в распределении усилий разработчиков (исследователей) и капиталовложений для осуществления разнообразных инновационных проектов, непосредственно не связанных друг с другом. Если в результате наступления непредвиденных событий один из проектов будет убыточен, то другие проекты могут оказаться успешными и будут приносить прибыль. На практике же диверсификация может не только уменьшать, но и увеличивать риск инновационной деятельности в случае, если предприниматель вкладывает средства в инновационный проект, который направлен в ту область деятельности, в которой его знания и управленческие способности ограничены [12].

Если проведение каких-либо работ по инновационному проекту слишком рискованно и величина возможного риска неприемлема для инновационной организации, она может передать эти риски другой организации. Передача риска выгодна как для стороны передающей (трансфера), так и для принимающей (трансфери) в случае, если:

- потери, которые велики для стороны, передающей риск, могут быть незначительны для стороны, риск на себя принимающей;
- трансфери может находиться в лучшей позиции для сокращения потерь или контроля за хозяйственным риском [1].

Распространенными методами минимизации риска также являются лимитирование, хеджирование и страхование [4]. Страхование – наиболее удобный и распространенный способ передачи риска страховой компании за соответствующую плату. Страхование

обеспечивает компенсацию ущерба, никак не влияя на его размер или вероятность наступления [11]. По сути, это разделение инновационного риска между предприятием и страховой компанией. Передача рисков на договорной основе широко распространена в предпринимательстве. Она осуществляется посредством заключения строительных, арендных договоров, поручительства, договоров обслуживания и снабжения, факторинга и т.д.

Хеджирование рисков наиболее популярно при работе с активами и товарами мирового спроса, в сфере инновационного предпринимательства оно позволяет избежать или свести к минимуму риски, связанные с невыгодным изменением цен на сырье, процентных ставок, курса валют, путем заключения срочных контрактов. Снижение рисков с помощью лимитирования заключается в установлении пределов (или лимитов) на расход ресурсов или объемов реализации [6].

Существует несколько методов анализа инновационных рисков. Среди них: метод иерархической декомпозиции, анализ уязвимости, анализ сценариев, метод оценки индивидуального риска проекта, метод субъективных вероятностей и другие [3]. На практике для каждого конкретного случая применяют определенный набор методов, в зависимости от опыта, квалификации менеджеров, целей исследования и особенностей проекта. Существуют также универсальные управленческие воздействия, помогающие минимизировать риски [7]:

- анализ и оценка инновационного проекта;
- проверка предполагаемых участников проекта;
- составление плана и прогноза инновационной деятельности;
- отбор персонала для реализации проекта и т.д.

Важным инструментом управления являются методы снижения рисков, среди которых: планирование и прогнозирование деятельности фирмы; создание собственных систем сбора и анализа информации о потенциальных или действительных партнерах; организация защиты коммерческой тайны; тщательный подбор персонала. Следует отметить особое значение защиты коммерческой тайны для инновационной деятельности, это же касается и интеллектуальной собственности в целом [1].

Выбор конкретного пути минимизации риска в инновационной деятельности зависит от опыта руководителя и возможностей инновационной организации. Однако для достижения более эффективного результата, как правило, используется не один, а совокупность методов минимизации рисков на всех стадиях осуществления проекта.

Для эффективного использования инструментов риск-

менеджмента на всех этапах инновационного процесса предприятию необходимо иметь слаженный комплекс управления рисками, так как риск-менеджмент затрагивает работу всех подразделений предприятия и находится под постоянным контролем [3]. Все виды рисков подвергаются оценке для определения возможностей по их использованию или минимизации.

Инновационно-ориентированная экономика побуждает предприятия применять и производить инновации для удержания конкурентных позиций. В инновационной деятельности особое внимание следует уделять как инновационным, так и инвестиционным рискам, так как анализ, оценка и управление обоими видами рисков является эффективным только в совокупности.

Литература

1. Афонин И. В. Инновационный менеджмент / И. В. Афонин. - М.: Гардарики, 2017. - 224 с.
2. Бойцов П. М. Управление рисками в условиях инновационной деятельности предприятия // Вестник нижегородского университета им. н.и. Лобачевского. 2016. №3-3. С. 28-31.
3. Гужов В. В. Особенности оценки и управления рисками в инновационных проектах // Статистика и экономика. 2015. №5. С. 17-21.
4. Ерусалимский В. М. Инновационные риски: подходы к оценке // Социально-экономические явления и процессы. 2015. №5. С. 17-20.
5. Канов В. И., Помулев А. А. Управление рисками инновационной деятельности как основа устойчивого экономического развития предприятий // Вестник томского государственного университета. 2016. №4(16). С. 39-48.
6. Селивёрстов, Ю. И. Инвестиции: учебное пособие / Ю. И. Селивёрстов. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2015. – 151 с.
7. Сомина, И. В. Методы и модели оптимизации параметров инновационных процессов в российской экономике: монография / И. В. Сомина. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 140 с.
8. Шматко А. Д. Управление рисками в инновационной деятельности предприятий // Научные труды северо-западного института управления. 2015. №6. С. 123-128.
9. Лукинова Е. Л. Инновационная активность малых предприятий промышленного производства // Наука. Технологии. Инновации. 2019 – URL: https://issek.hse.ru/data/2016/08/31/1121081402/NTI_N_15_31082016
10. Консультант плюс – URL: <http://www.consultant.ru>
11. Научно-техническая библиотека БГТУ им. В. Г. Шухова.

Официальный сайт – URL: <http://ntb.bstu.ru>

12. Энциклопедия по экономике – URL: <http://economy-ru.info/>

Козлова Т. С

Научный руководитель: Чижов С. Ф.

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия

РОЛЬ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА И ОЦЕНКА РИСКОВ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В современных быстроменяющихся условиях предприятия оказываются перед вызовами, которые диктуют не только мировые тенденции, но и развитие внутреннего рынка государства.

Изменение и ускорение экономических процессов в Российской Федерации повлияло на разработку новых подходов к успешному развитию предприятия.

В условиях возрастающей конкурентной борьбы между предприятиями во главу угла все чаще становится проблема обеспечение надлежащего качества производимой продукции. Качество продукции—это фактор, который может обеспечить развитие предприятия и его устойчивое экономическое положение. Именно поэтому в последнее время мы можем видеть увеличение количества исследований в области изучения систем менеджмента качества (СМК).

К повышению конкурентоспособности предприятия ведет планомерная работа по минимизации рисков в области управления качеством продукции. Но наряду с этим можно отметить, что при минимизации рисков, связанных с управлением качества продукции неопределенность во внешней среде предприятия может привести к возрастанию такого рода рисков.

В настоящее время, под понятием риска подразумевается какая-либо угроза, которая связана с незапланированными затратами, или получение выручки меньше той, на которую рассчитывал предприниматель [3]. Понятие «риск» в менеджменте рассматривается как характеристика управленческой деятельности, которая осуществляется при возникновении неопределенности из-за отсутствия достаточного количества информации при выборе менеджером определенного альтернативного решения [4].

Новые требования стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015 года предполагают, что предприятия будут проводить анализ своего

организационного окружения, что приводит нас к внедрению понятия риск-ориентированного подхода в системе менеджмента качества. Риск-ориентированный подход в этом случае можно трактовать как рассмотрение потенциальных качественных и количественных рисков в процессе управления СМК. Также в зависимости от обстоятельств в которых находится предприятие возможно применение и иных подходов к риск-менеджменту помимо указанных в стандарте. Внедрение таких подходов будет требовать от предприятия введения и использования различных нормативных документов и программ, содержащих необходимые указания.

Для оценки рисков в управлении качеством продукции на предприятии определим задачи предприятия в области СМК:

Обеспечение стабильности качества производимой продукции на всех этапах жизненного цикла.

Соответствие требованиям международных стандартов в области качества продукции серии ИСО 9001.

Постоянное совершенствование и развитие СМК.

Но, к сожалению, многие предприятия (порядка 60-70%) ограничиваются только фактическим получением сертификата соответствия и не проводят работы по совершенствованию внедренной системы менеджмента качества. Пассивность в этом вопросе ведет к подрыву репутации предприятия в глазах потребителя, что неминуемо приводит к экономическим потерям.

Риски, которые возникают перед предприятием в области управления качеством можно разделить на: внешние и внутренние (рисунок 1).



Рисунок 1. Классификация рисков в области управления качеством

Под внешними рисками следует понимать изменения:

- налогового законодательства;
- требования стандартов системы менеджмента качества;
- валютного регулирования.

Также в нынешних реалиях к внешним рискам можно отнести вынужденную приостановку деятельности предприятия, связанную с негативной эпидемиологической обстановкой и другими чрезвычайными ситуациями.

Под внешними рисками следует понимать изменения:

- налогового законодательства;
- требования стандартов системы менеджмента качества;
- валютного регулирования.

Также в нынешних реалиях к внешним рискам можно отнести вынужденную приостановку деятельности предприятия, связанную с негативной эпидемиологической обстановкой и другими чрезвычайными ситуациями.

К внутренним рискам в области управления качеством относятся:

- поставка некачественного сырья;
- срыв сроков поставки сырья для производства продукции;
- форс-мажорные обстоятельства, связанные в некачественной транспортировкой готовой продукции;
- выход из строя эксплуатируемого оборудования;
- человеческий фактор, связанный с возникновением брака продукции.

Предприятию важно не только понимать области возникновения рисков, но и знать методы их минимизации для обеспечения устойчивого экономического положения на рынке. Для этого необходимо разработать комплекс мероприятий, которые обеспечат качество продукции.

Внешние риски, связанные с политической ситуацией в стране предприятие минимизировать не сможет, но есть возможность предсказать момент возникновения риска для проведения предупреждающих действий. Такая опережающая работа позволит предприятию максимально безболезненно перенести возникающий извне риск.

Также для минимизации внешних рисков можно воспользоваться следующими действиями:

- снижение затрат, которые связаны с реализацией продукции;
- снижение непроизводственных расходов;
- стремление к полной реализации продукции, находящейся на складах;

-проведение переговоров с поставщиком с целью снижения закупочной цены сырья и оборудования.

Предотвратить внутренние риски можно при помощи методов, указанных на рисунке 2.

Указанные методы могут применяться для различных типов рисков. Например, риск, связанный с возникновением брака продукции можно минимизировать при помощи использования метода предотвращения риска. Для этого руководству предприятия необходимо пересмотреть политику мотивации персонала или обеспечить оптимальный режим труда и отдыха сотрудников. Или для минимизации того же риска мы можем использовать метод воздействия. При выборе данного метода руководству предприятия необходимо произвести контроль производительности труда персонала.

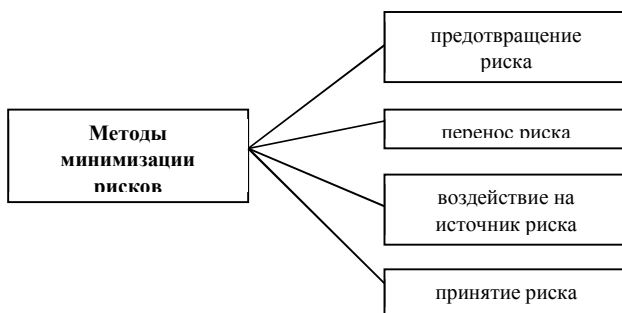


Рисунок 2. Методы, используемые при предотвращении внутренних рисков

Конечно, основным направлением управления рисками будет являться их предотвращение. Для определения влияния различных факторов риска на обеспечение качества продукции используют метод альтернатив. Этот метод учитывает вероятность возникновения того или иного события, которое зависит друг от друга.

Для минимизации убытков при возникновении рискованных ситуаций руководству предприятия необходимо регулярно совершенствовать и обновлять СМК. Данные работы проводятся при помощи следующих действий:

- регулярное проведение работ по улучшению СМК;
- документальное закрепление лиц, ответственных за внедрение и поддержанием СМК в рабочем состоянии;
- постоянный аудит процессов управления качеством (нормирование труда, обеспеченность ресурсами);
- совершенствование знаний персонала в области управления качеством продукции, ознакомление с разработанной нормативной

документацией в этой области;

-получение обратной связи от потребителя продукции.

В системе менеджмента качества также существуют следующие нормативные документы, которые позволят минимизировать риски: управление несоответствующей продукцией, контроль за документацией, анализ, предупреждающие действия, внутренний аудит.

Методы риск-менеджмента в управлении качеством сейчас является новым направлением. Благодаря комплексному подходу в управлении рисками можно более полно учитывать внутренние и внешние риски, возникающие при деятельности предприятия. Внедрение системы менеджмента качества и ее совместное использование с принципами риск-менеджмента позволяет предприятию вести систематический мониторинг рисков, возникающих в процессе ее деятельности. Также такая интеграция позволяет проводить соответствующие предупреждающие действия с целью минимизации убытков организации. Показателем эффективной реализации данной системы можно назвать стабильное экономическое развитие предприятия и отсутствие нареканий по поводу реализуемой продукции со стороны потребителя.

Литература

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования (Переиздание)».
2. ГОСТ Р ИСО 31000-2019 «Менеджмент риска. Принципы и руководство».
3. Доможирова О. В., Роль риск-менеджмента в управлении и оценке риска при осуществлении предпринимательской деятельности / О. В. Доможирова, О. Ю. Подолянко//Белгородский экономический вестник.-2019.-№4.-С.69-73..
4. Шилкина А. Т., Савкин А. Г. Управление рисками в системе менеджмента качества промышленного предприятия. Региональный аспект//Фундаментальные исследования—2015—№7-4—С.857-862.
5. Щетинина Е. Д. Формирование алгоритма управления рисками предприятий малого и среднего бизнеса /Е. Д. Щетинина, С. А .Кучерявенко, С. Г. Стенюшкина// Вестник БГТУ им.В.Г.Шухова-2016.-№11.-С. 224-228.
6. Чижов С.Ф., Божков Ю. Н., Брежнев А. Н, Ряпухина В. Н., Малыхина И. О. Риск-менеджмент. Белгород 2018.
7. Родионова М. А. Процесс управления рисками в системе менеджмента качества// Материалы 9-й Всероссийской научно-практической конференции «Управление качеством образования,

продукции и окружающей среды», Бийск, 2015. С.126-129.

8. Дмитриев А.Я., Митрошкина Т. А. Анализ рисков процессов системы менеджмента качества организации// Эффективные системы менеджмента-гарантии устойчивого развития. 2016. Т.1 №5. С.36.

9. Третьякова Е. А., Рудакова М. А. Теоретические и практические аспекты управления рисками в области обеспечения качества выпускаемой продукции на промышленных предприятиях// Актуальные проблемы экономики и права. 2015. №1. С.151-156

10. Круглова Н. Ю., Единак А. Ю. Устюжанина Л.В. Повышение эффективности деятельности организации на основе процессного подхода к решению кадровых вопросов//Экономический журнал. 2017. №4(48). С 39-56.

11. Вяткин В. Н., Гамза В. А., Маевский Ф. В. Риск-менеджмент: Учебник. Москва. 2015.

12. Волкова Т. А., Пирматова Л. Ю., Попрыжко Л. А. Процесс управления рисками в системе менеджмента качества организации//Качество в производственных и социально-экономических системах. Сб. научных трудов 4-й Международной научно-технической конференции. Курск: Университетская книга, 2016. С.95-100.

13. Балдин К. В., Воробьев С. Н. Риск-менеджмент. Москва. 2015.

14. Серенков П. С., Назаренко В. В., Ромбальская О. И. Методология риск-менеджмента в рамках СМК на основе комплексного процессного подхода//Методы менеджмента качества. 2015. №10. С.12-16.

15. Нацыпаева Е.А., Родионова А.С. Документирование процессов как инструмент практической реализации процессного подхода к управлению в рамках новой версии стандарта ISO9001-2015//Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2016. №3(62). С.56-60.

Петрова Е. А.

Научный руководитель: Чижов С. Ф.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Активное развитие цифровых технологий с начала 21 века произошло на основе процессов глобализации и информационной

революции. Цифровизация бизнеса и процессов управления выступает важнейшим фактором деятельности субъектов рынка, причем цифровая трансформация проникает во все уровни, сектора и отрасли экономики.

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р.

Основные цели программы:

- создание экосистемы ЦЭ РФ, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности и в которой обеспечено эффективное взаимодействие, включая трансграничное, бизнеса, научно-образовательного сообщества, государства и граждан;

- создание необходимых и достаточных институционального и инфраструктурного характера, устранение имеющихся препятствий и ограничений для создания и (или) развития высокотехнологических бизнесов и недопущение появления новых препятствий ограничений как в традиционных отраслях экономики, так и в новых отраслях и высокотехнологических рынках;

- повышение конкурентоспособности на глобальном рынке как отдельных отраслей экономики Российской Федерации, так и экономики в целом [3].

Сбалансированная, научно обоснованная, структурная макроэкономическая политика является одним из основных инструментов реструктуризации и процесса формирования цифровой экономики и «новой промышленности».

Информация является основным ресурсом как в обществе, так и в процессах хозяйствования. Люди преобразуют ее в знания, а социально-экономические отношения переносятся в сетевое пространство.

Сегодня, понятие «цифровой экономики» как никогда приобретает свою актуальность, цифровая трансформация активно проникает во все уровни, сектора и отрасли хозяйствования нашей страны. Что же представляет собой данное понятие, как и каким образом, применение цифровых технологий влияет на сектор предпринимательства? Способствует ли наращиванию конкурентных преимуществ компаний?

В утвержденной в России «Стратегии развития информационного общества РФ на 2017-2030 годы» дано следующее определение цифровой экономики «Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются

данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг».

Иными словами, цифровая экономика представляет собой трансформацию, переход в «умный» мир, характеризующийся развитием более совершенных компьютерных технологий, таких как онлайн-услуги, электронные платежи, интернет-торговля, краудфандинг и прочее [9].

К главным элементам цифровой экономики относят электронную коммерцию, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-рекламу, а также интернет-игры.

На мой взгляд, благодаря развитию цифровых технологий появляются новые возможности, которые позитивным образом отражаются на жизни человека.

С развитием цифровизации, потребитель может быстрее получать необходимые ему услуги не выходя из дома, экономить свое время и средства, покупая необходимые товары и продукты в интернет-магазинах по более низким ценам.

Применение цифровых технологий позволяет улучшить деловой и инвестиционный климат благодаря доступности государственных услуг по регистрации юридических лиц, сертификации и аккредитации, получению разрешений, декларированию и уплате налогов, таможенному сопровождению, развитию целой экосистемы бизнес-сервисов (логистические услуги, мобильный банкинг), повышения прозрачности ведения бизнеса (электронные площадки для проведения тендеров и закупок, порталы обратной связи) [2].

Таким образом, спрос потребителя на «умные» вещи стремительно растет.

Помимо инновационного развития социально-культурной сферы жизнедеятельности, цифровизация дает огромный толчок в развитие экономики.

Так, для предпринимателя развитие цифровизации несет немало положительных аспектов. Цифровая экономика является важнейшим двигателем инноваций, конкурентоспособности и экономического роста. Она меняет привычные модели отраслевых рынков.

С ростом спроса потребителя, а также ввиду тенденции повсеместного распространения IT – технологий, на рынке выигрывают те предприятия, которые переходят на современные инновационные методы управления организацией, процессами производства и

реализации товаров и услуг. Наличие конкуренции вынуждает предприятия внедрять передовые информационные технологии, что, в свою очередь, способствует активизации инфраструктуры ранка и наращиванию конкурентных преимуществ компаний [6].

Владение цифровыми активами дает предпринимательским структурам дополнительное конкурентное преимущество, и уровень конкурентоспособности компаний будет определяться уровнем их цифровизации.

Доход на инвестиции в цифровые технологии в долгосрочном периоде в 6–7 раз превышает доходы на инвестиции в нецифровые активы, а использование интеллектуальных технологий в управлении традиционными отраслями может максимально увеличить сопутствующий эффект цифровизации.

На сегодняшний день, а также в перспективе на долгосрочный период, использование широкополосных каналов связи, облачных технологий, больших данных, искусственного интеллекта и интернета вещей - все это ключевые возможности цифровой трансформации.

Внедрение технологий минимизирует издержки, повышает производительность труда, количество и качество предлагаемых товаров и услуг, выступает прямым стимулом инновационной деятельности.

В результате, это приводит к улучшению предложения на рынке, чтобы соответствовать спросу и в дальнейшем удовлетворять постоянно растущие потребности покупателей. В конечном счете, цифровые технологии в целом стимулируют и поддерживают ускоренное развитие экономики [5].

Цифровизация может стать одним из ключевых факторов экономического роста. Так, по прогнозам некоторых аналитиков к 2030 г. рост ВВП будет более чем наполовину связан с цифровизацией. Вклад индустрии информации в рост ВВП составит почти 4%, а цифровизации секторов экономики – около 30% [5].

Я считаю, что для достижения таких показателей и качественного перехода необходимо создание прочной фундаментальной базы знаний и навыков, которая обеспечит высококвалифицированную подготовку молодых специалистов. Кроме того, правительство РФ осуществляет активную поддержку работников пенсионного и предпенсионного возраста.

Следовательно, возникает необходимость повышения их квалификации и переподготовки.

Негативная сторона такого прогресса в том, что большая часть населения может остаться без работы. Ведь появление новых

технологий способствует высвобождению большого количества трудовых ресурсов. Однако эксперты, успокаивают и утверждают, что такого не произойдет, если персонал вовремя будет приобретать «продвинутые» навыки. Кадры должны будут представлять некий гибрид инженера-конструктора, инженера - технолога, разработчика моделей, финансиста и экономиста [7].

В свете последних событий, с появлением в начале 2020 года и распространением по всему миру новой коронавирусной инфекции COVID-19, цифровизация экономики выросла в 10 раз. В рамках вводимых правительствами ограничений на передвижение и мер социального дистанцирования, бизнес и потребители активно осваивают цифровые решения для продолжения деятельности в удаленном формате

Цифровизация способствует переходу в онлайн-среду медицины, трудовой деятельности, образования, позволяет совершать онлайн-покупки, получать больше данных о распространении вируса и обмениваться информацией об исследованиях. Развитие указанного тренда говорит не только о назревшей потребности, но и о созданной материальной базе для широкого использования цифровых технологий [2].

В больницах появились роботы-помощники, а сервисы используют личные данные клиентов для борьбы с инфекцией. Например, в китайских больницах появились роботы-помощники — они развозят больным лекарства, собирают мусор, постельные бельё. Появились роботы, которые распознают лица и дистанционно измеряют температуру.

Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) в контексте кризиса COVID-19 отмечает: «По сравнению с ситуацией мирового финансового кризиса 2008 г., за прошедшие 12 лет количество пользователей сети Интернет выросло с 1,6 до 4,1 млрд, а количество используемых в мире смартфонов достигло 3,2 млрд. Удельный вес интернет-пользователей среди мирового населения за то же время вырос с 23% до 54%, количество людей, пользующихся сервисами интернет-покупок, удвоилось, а объем розничной торговли в сети Интернет вырос с 1 до 3,8 трлн долл. США»

В связи с тем, что людям приходится работать в удаленном режиме, растет спрос, преимущественно, на сервисы для видеоконференций и мессенджеры.

Таким образом, процессы цифровизации выступают двигателем развития всех субъектов хозяйствования, залогом стремительного экономического роста и фактором конкурентоспособности

предприятий. Применение инновационных технологий позволит компаниям выйти на качественно новый уровень.

Литература

1. Белгородская область в цифрах 2020: Краткий статистический сборник/ Белгородстат, 2019 -180 с.
2. Говорова Н. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики / Н. Говорова // Проблемы теории и практики управления. 2019. № 4. С. 25–37.
3. Еремейчук К. Ю. Цифровая экономика – будущее России // Аллея науки. 2017. № 14. С. 419–422
4. Иванов В.В. Цифровая экономика: мифы, перспектива, реальность: Учебник. /В. В. Иванов, Г. Г. Малинецкий - М.: Российская академия наук, 2019. - 63 с.
5. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товара и услуг: учебное пособие / И. М. Лифиц, 2-е изд., перераб. и доп. М.: Высшее образование: Юрайт-Издат, 2018. -460 с.
6. Мокроносов А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2018. – 194 с.
7. Медовников Д. С. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса: Учебник. / Д. С. Медовников: Институт менеджмента инноваций НИУ ВШЭ, 2018. – 121 с.
8. Моисеев В. В. Актуальные проблемы государственной экономической политики России /В. В. Моисеев.// Вестник БГТУ им.Шухова. 2017. №6–С. 196-203.
9. Философова Т. Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие/ Т. Г. Философова, В. А. Быков; под ред. Т.Г. Философовой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 295 с.
10. Цифровая экономика 2020. Высшая школа экономики. [Электронный ресурс]. URL: <https://ict.moscow/research/tsifrovaia-ekonomika-2020/>

Салангина А. А.

Научный руководитель: Чижов С. Ф.

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ РОССИИ

Актуальность и необходимость процесса цифровизации в электроэнергетической отрасли не вызывает сомнений, поскольку он

направлен на формирование энергетики будущего на новой основе.

Цифровизация электроэнергетики является элементом цифровизации экономики. Цифровизация экономики есть новая социокультурно-экономическая реальность («умная» действительность) как результат внедрения и дальнейшего развития информационно-коммуникационных технологий, основанных на использовании двоичного кода [3].

В 2017 году цифровизация экономики была включена в перечень основных направлений стратегического развития РФ до 2025 года [1]. В том же году была утверждена Правительством РФ государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [3]. Суть цифровой электроэнергетики - создание информационно-телекоммуникационной инфраструктуры и аппаратно-программных средств, обеспечивающих технологическую возможность применения решений промышленного интернета, мероприятия по совершенствованию нормативно-правовой и нормативно-технической документации, меры по кадровому и информационному обеспечению [5].

В подготовке заявки по направлению «Цифровая энергетика» в рамках программы РФ по цифровой экономике участвовали Минэнерго России, Россети, Росатом, ИнтерРАО, Ростех, Ростелеком, Русгидро [5]. Первая в мире цифровая подстанция (110 кВ, Qujing, Yunnan) была введена в эксплуатацию в Китае в 2006 г., в России - в 2017 г. (110 кВ, ПС им. М.П. Моргунова, Красноярский край) [4]. В РФ сроки перехода к новой технологической парадигме возможны в период с 2020 по 2035 годы.

Сегодня цифровизация практически становится синонимом конкурентоспособности и открывает доступ к рынкам будущего. Она позволяет управлять более сложными энергосистемами, способствуя развитию широкого спектра новых технологий, в том числе распределенной генерации.

Для достижения системного эффекта от цифровизации необходимо объединить усилия всех сторон — государства, компаний, инновационного сообщества, науки [4].

Цифровизация позволит энергетическим предприятиям увеличить доходы на 3-4% в краткосрочной перспективе.

Сложившаяся ситуация дает большие перспективы развития как предприятиям, так и целым странам. Так уже сейчас можно говорить, что многие бизнес-модели будут строиться на базе инновационных технологий, в том числе и на таких технологиях как виртуальные электростанции и хранилища энергии.

Также стоит отметить что существуют прогнозы что предприятия энергетического комплекса будут постепенно отказываться от принципов масштабной инфраструктуры что существуют сейчас, будет произведён переход к регулированию отрасли на основании новых технологий — субсидировании возобновляемой электроэнергии, требования по интеллектуальным системам учета — должно смягчиться.

Уже можно предполагать, что цифровая трансформация позволит компаниям увеличить свои доходы уже в краткосрочной перспективе на 4% в год. Подразумевается, что именно автоматизация процессов и внедрение цифровых решений позволят получить увеличение доходов при регенерации и распределении энергии

К 2025 году цепочка создания стоимости в энергетической отрасли будет децентрализована, а перечень предлагаемых продуктов и услуг расширится. В более долгосрочной перспективе появятся персонализированные решения, а также возможность объединения существующих продуктов и услуг с продуктами и услугами из других отраслей.

В связи с тем, что довольно сложно выстроить необходимы системы и процессы, которые обеспечат цифровую трансформацию предприятия, многие компании стремятся получить «быстрые победы», т.е. осязаемый результат уже сейчас. Однако именно мобилизация и даже небольшие действия закладывают фундамент для долгосрочных целей [6].

Однако стоит понимать, что цифровизация в компаниях должна начинаться с верхушки, с глав компаний, которые, в свою очередь должны донести до своих сотрудников значимость происходящих изменений и те преимущества которые они дают.

Такая трансформация подразумевает очень глубокие изменения, отличающиеся от обычных программ по снижению затрат, и именно это заставляет выработать специальную корпоративную стратегию, включающую в себя интеграцию необходимых изменений на всех уровнях, и требующую более внимательного наблюдения и вмешательства со стороны руководителей. Важно четко занять направления, в которых компания будет развиваться и понимать сколько своих ресурсов предприятие готово потратить на каждое из направлений и насколько глубокой будет трансформация.

Сейчас для всех компаний без исключения само главное насколько они будут гибкими в принятии решений и насколько быстро будут реагировать на появления всевозможных новшеств.

Разные компании идут разными путями. Одни стремятся создать

собственные аналитические инструменты, «умные» счетчики, другие же предпочитают отдать эти сферы на разработку другим компаниям. Однако последним стоит взвешивать насколько предлагаемы поставщиками продукты соответствуют цифровым задачам и стратегиям развития их компании.

Многие предприятия энергетической промышленности начинают очень тесное сотрудничество со стартапами, для того что бы объединить усилия по созданию новых технологий и продуктов, позволивших им выжить и удержать свое первенство в мире современных технологий.

Совместная работа со стартапами позволяет получить доступ к различного рода ноу-хау и тем навыкам, которые бы позволили увеличить конкурентоспособность компаний, и развивать не направления, которые ранее не были затронуты. Также энергетические компании заинтересованы в совместной работе с муниципалитетами, это бы позволило им развивать перспективное направление «умных» городов и электротранспорт.

Существуют и отрицательные моменты внедрения этого направления. Зависимость критически важных инфраструктур энергетики от зарубежных поставок, представляет высокие риски для экономики и безопасности России. Ситуацию с оборудованием усиливают санкции, которые распространяются и на оборудование и технологии двойного назначения [2].

Кроме того, многих интересует вопрос: кто будет производителем сложного электронного оборудования и соответствующего программного обеспечения? Это будет в подавляющем большинстве случаев импортное оборудование. Существенно лучше ситуация с отечественными программными разработками, но это не решает проблемы с выпуском отечественного оборудования, по качеству соответствующего мировым стандартам. По самым оптимистичным оценкам, его массовое производство возможно не ранее, чем через 3 - 5 лет.

Отдельные опытные образцы такого оборудования в стране есть, но в серию они пока не пошли [5].

Такие инциденты могут возникать и дальше, что скажется на экономической и энергетической безопасности страны.

Рассмотрев аспекты «за» и «против», можно выделить тот факт, что, несмотря на все отрицательные стороны этого аспекта, цифровизация как процесс является одним из приоритетных направлений стратегического развития страны, и имеет решающее значение для стабильного развития экономики.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Завальный П. Что такое цифровизация российской энергетики. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.energovector.com/>
3. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 22.01.2020).
4. Рудычев А. А., Никитина Е. А., Гавриловская С. П. Основные аспекты подготовки и разработки модели оценки конкурентоспособности предприятия//Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. 2013. № 6. С. 137-140.
5. Сочетание цифровых и энергетических технологий - необходимое требование развития энергетики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.smartenergysummit.ru/> (дата обращения: 22.01.2020).
6. Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
7. Тарасенко В. Н., Денисова Ю. Проблема энергосбережения в России // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. №11. С. 63 – 68.
8. Цифровая энергетика будущего. Ч. 3. Переход к «интернету энергии». [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.2035.media.ru/>
9. Электроэнергетика 4.0: перейти на цифру. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rvc.ru/press-service/media-review/nti/132228/>
10. Энергетика цифры [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3758627>

Сергеев Д. О.

Научный руководитель: Кочина С. К.

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА СТРОИТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

При всем разнообразии определения понятия «инвестиции», не

меняется суть термина – вложение средств с расчётом на дальнейшее получение прибыли. В основе этого процесса заключается довольно сложный и разнообразный комплекс действий, направленный на увеличение капитала [5, с. 178].

Недвижимость, доступную для прямых инвестиций, можно разделить на 2 класса: жилая и нежилая, она также является коммерческой. Жилая недвижимость часто сдаётся в аренду; её можно разделить на квартиры, апартаменты и частные дома. По ценовому сегменту жильё делится на эконом-класс, комфорт, бизнес-класс и элитную недвижимость. Коммерческие объекты в зависимости от назначения делятся на торговые, офисные, недвижимое имущество свободного пользования и др. [5, с. 178].

Для инвестора в недвижимость доход будет складываться из двух составляющих: первая – это увеличение стоимости квадратного метра, а вторая – арендные платежи. Однако при определении окупаемости инвестиций также важно учитывать расходы владельца, такие как налоги, затраты на ремонт, страхование, поиск арендатора, счета за коммунальные услуги, платежи управляющей компании и т. д. И поскольку собственник всегда несёт эти затраты, то в периоды простоев, отсутствия арендаторов, кризиса рынка недвижимости данный актив начинает приносить убытки [5, с. 179].

В связи с тем, что недвижимость очень разнообразна, её стоимость по-разному будет реагировать на определённые процессы в экономике. Кроме того, практика показывает, что инвестиции могут осуществляться не только в финансовой или материальной форме, но и в виде ноу-хау, технологий, патентов и других нематериальных активов путём списания долгов и т.д. [5, с. 180].

В макроэкономике инвестиции понимаются как доля ВВП, которая не потребляется в текущем периоде и обеспечивает прирост капитала в экономике. В микроэкономике под инвестициями понимается процесс создания нового капитала [5, с. 180].

Инвестирование состоит из ряда практических действий граждан, юридических лиц и государства, направленных на реализацию инвестиционных программ с целью получения дохода [5, с. 179].

Инвестиционные процессы в строительной отрасли являются важной частью всей государственной инвестиционной деятельности и обеспечивают воспроизводство основных фондов отдельных экономических единиц, секторов, промышленных кластеров, регионов и всей экономики страны за счёт нового строительства, расширения, реконструкции и технического перевооружения действующих предприятий [6, с. 263].

Рассмотрим в динамике объём инвестиций в строительную индустрию в нашей стране (таблица 1) [7].

Таблица 1. Объём инвестиций в строительную отрасль РФ, млрд. рублей

| Направление экономической деятельности | Года | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Строительство, в т.ч.: | 469,3 | 401,2 | 443,7 | 511,5 | 636,2 | 647,0 |
| строительство зданий | 107,6 | 128,9 | 110,3 | 130,5 | 183,8 | 186,9 |
| строительство инженерных сооружений | 281,4 | 189,5 | 227,6 | 248,6 | 305,8 | 311,0 |
| работы строительные специализированные | 80,3 | 82,8 | 105,8 | 132,4 | 146,6 | 149,1 |

По результатам таблицы 1 видна положительная динамика инвестирования в строительную отрасль РФ за рассматриваемый период. Исключением только является 2015 г. (по сравнению с 2014 г. произошёл спад), причина такого снижения заключается в постепенном выходе страны из кризисного периода 2014 г., сопровождающийся антироссийскими санкциями.

В целом, анализируя данные занесённые в таблицу, можно сделать вывод о том, что стабильный макроэкономический фон (ожидания по основным показателям оправдались или показали более положительный результат) повысил мотивацию инвесторов вкладывать средства в недвижимость в России. Снижение ключевой процентной ставки Центральным Банком до минимального уровня создаёт условия для улучшения условий для получения внешнего финансирования, что также способствует мотивации инвесторов [6, с. 263].

При осуществлении производственной деятельности строительных компаний инвестиционные ресурсы конвертируются в объекты основного капитала, а за счёт участия в инвестиционных процессах потенциал строительной отрасли реализуется в формировании производственных фондов других секторов экономики. Строительная отрасль является частью фондостроительной отрасли и вместе с машиностроением составляет материальную базу для инвестиционной и производственной деятельности. Воспроизводство производственных мощностей, структурное и качественное обновление

производственного потенциала во многом зависят от уровня развития строительной отрасли. Учитывая особенности строительной отрасли как объекта регулирования инвестиционных процессов, необходимо учитывать следующие особенности [1, с. 155].

В отличие от промышленного производства продукция строительной отрасли является стационарной и используется только там, где она произведена. Это требует совершенствования организационных форм управления с целью снижения инвестиционных затрат на транспортировку строительной техники и персонала с одной строительной площадки на другую. В соответствии со стадиями технологического процесса длительный процесс строительства определяет наличие значительного временного интервала между инвестиционными процессами и получением прибыли от реальных вложений, что в свою очередь приводит к иммобилизации вложенных средств и увеличению неопределенности в оценке всех аспектов инвестиций и риска неудачи [1, с. 155].

Инвестиционная деятельность при реализации любого проекта подразумевает создание проектного цикла. Цикл проекта называется этапами разработки и реализации инвестиционного проекта. Этот цикл показывает период времени для достижения поставленных целей в инвестиционном проекте. Этот цикл состоит из пяти этапов [7, с. 139]:

Этап 1. Формулировка проекта. Этот шаг подразумевает анализ текущего состояния предприятия и возможность его дальнейшего развития. На этом этапе создаются бизнес планы, которые помогут найти решение возникших проблем [8, с. 141].

Этап 2. Подготовка проекта. На этой стадии требуется уточнение плана проекта: коммерческий, технический, экономический, финансовый и др. Для решения поставленных задач на этом этапе происходит сбор и анализ исходной информации [8, с. 141].

Этап 3. Экспертиза инвестиционного проекта. Если проект финансируется с помощью инвестора, то экспертизу он проводит самостоятельно, возможны случаи, когда компания намерена инвестировать собственные средства. Этот этап важен для выявления возможных ошибок положений проекта [8, с. 142].

Этап 4. Реализация проекта. Этот этап подразумевает отслеживание и анализ выполненных работ, контроль со стороны контролирующих органов предприятия или у инвестора [8, с. 142].

Этап 5. Оценка результата. Оценка происходит по завершении проекта в целом или в процессе его исполнения. Обратная связь важна на этом этапе между заложенным проектом и его фактическим исполнением. Общая продолжительность этих фаз будет общей

продолжительностью проекта [8, с. 142].

Таким образом, в результате эффективного подхода к инвестиционному проекту предприятие сможет в будущем увеличить объём производства и прибыль. Оценка инвестиционных проектов важный фактор в управлении предприятием. Правильность принятия решения в дальнейшем повлияет на деятельность этого предприятия, а также на качество продукции или услуг. Для того, чтобы заинтересовать инвестора, и, чтобы он в дальнейшем принял решение инвестировать в проект, необходимо точно и подробно разработать бизнес план этого проекта и оценить, какой конечный результат будет получен на производстве [8, с. 143].

Глобальный экономический кризис, охвативший развитые капиталистические страны в начале 1970-х годов, привел к движениям против государственного вмешательства в планирование и к системам планирования, которые были сильно ориентированы на рынок. Вмешательство государства, при котором правительство централизованно контролировало процессы землепользования, строительства и городского планирования, практиковалось в большинстве стран в период после Второй мировой войны. Однако государственное вмешательство оказалось неспособным контролировать параллельный рост безработицы, инфляции и процентных ставок, поэтому неолиберальные интересы воспользовались предкризисной ситуацией для продвижения программ радикальных политических реформ, направленных на отмену большей части институтов государства всеобщего благосостояния и режимов регулирования, включая вмешательство в планирование [3, с. 124].

Эти движения и силы создали широко известную идеологическую трилогию конкуренции, дерегулирования и приватизации, отличающуюся своей враждебностью ко всем формам пространственного регулирования, включая городское и региональное планирование, экологическую политику и политику экономического развития. Рациональность планирования, его методы, процессы и в целом его легитимность подвергались серьезным сомнениям. Это привело к действиям, предполагавшим полностью исключить планирование и регулирование городских процессов посредством опоры на рыночные механизмы. Такое отношение отражено в движении, которое определяется как «непреднамеренное планирование», которое было основано на предпосылке, что поведение и взаимодействие людей в конечном итоге приведут к социально оптимальным результатам при регулировании [3, с. 124].

Хотя в развивающихся странах имеется множество возможностей

для инвестиций в инфраструктуру, инвесторы не используют их в полной мере – часто из-за пробелов в благоприятных условиях для таких инвестиций. Сектор инфраструктуры представляет особые риски для частных инвесторов, и, поскольку участие частного сектора в предоставлении инфраструктуры является относительно недавней формой закупок во многих странах, правительства не обязательно обладают опытом и возможностями, необходимыми для эффективного управления этими рисками. Помимо индивидуальной подготовки и финансирования проектов, необходимы конкретные, ориентированные на реализацию рекомендации, которые могут помочь правительствам выявлять реформы и управлять ими, чтобы сделать более широкую среду инвестиций в инфраструктуру более открытой для участия частного сектора [4, с. 216].

Целенаправленные реформы политики могут повысить качество и количество частных инвестиций в инфраструктуру, что станет значительным дополнением к государственным инвестициям. Опыт конкретной страны, представленный в обзорах инвестиционной политики ОЭСР (Организация Экономического Сотрудничества и Развития), даёт примеры передовой практики в ряде областей политики, а также риски, которых следует избегать. Примеры стран помогают пролить свет на сложные связи между нормативными и институциональными структурами, которые делают частные инвестиции в инфраструктуру возможными. Обеспечение необходимых ресурсов и повышение привлекательности инфраструктурных сетей для частного участия возможно за счёт повышения эффективности предоставления услуг, облегчения доступа инвесторов к земле и создания более равных условий игры между государственными операторами инфраструктуры и частными инвесторами. Кроме того, улучшение процессов закупок может помочь обеспечить долгую жизнь проектов и обеспечить прирост производительности [4, с. 218].

Страны также реформируют свои нормативные режимы, чтобы найти баланс между потребностями государственных и частных инвесторов в возмещении затрат, с одной стороны, и доступностью для конечных пользователей, с другой. В более общем плане разработка национальных планов инфраструктуры, улучшение основных стандартов защиты инвесторов, установление четкой и хорошо реализованной земельной политики, а также совершенствование механизмов разрешения споров и пересмотра условий контрактов – это средства, с помощью которых правительства могут укрепить доверие инвесторов, снизить риски проекта и надежное вложение [4, с. 219].

Разработка инвестиционной политики – фактор, определяющий

эффективность достижения поставленных стратегических целей. Прямая разработка стратегии включает в себя как аналитическую, так и проектную части. Анализ внешней и внутренней среды, оценка рынка и конкурентных преимуществ организации позволяют создать «портфель стратегий», который включает: маркетинг, инновации, инвестиции, ассортимент и внешние аспекты. Этот список может меняться в зависимости от вида деятельности. Неизменной составляющей является инвестиционная стратегия и формирование инвестиционного портфеля, от эффективности которого зависит прибыльность [2, с. 212].

Формулирование стратегии – ключевой шаг в определении инвестиционной политики. Реализация разработанной стратегии – это разработка и применение механизмов, обеспечивающих достижение поставленных целей. Сюда входят организационные и экономические механизмы, составляющие внутреннюю политику организации. Руководство применяется ко всем сферам деятельности организации и направлено на реализацию разработанных мер [2, с. 213].

Мониторинг, анализ хода реализации стратегии и корректировка мер в случае отклонений от текущих критериев для достижения конечной цели. Определение направления капитальных вложений зависит от выбора конкретной стратегии строительной организацией на основе анализа её потенциала и факторов, способствующих стратегическому успеху. Разработка и реализация инвестиционной политики в строительном секторе экономики направлена на повышение конкурентоспособности строительной продукции на внутреннем и мировом рынках, что, прежде всего, требует институциональных преобразований, основными направлениями которых являются корпоративная реформа, поддержка малого бизнеса и развитие интегрированных структур [2, с. 213].

Реализация вышеперечисленных мер позволит, с одной стороны, повысить инвестиционную привлекательность строительного сектора, обеспечив тем самым желаемый приток инвестиций, а с другой – оптимизировать структуру государственных инвестиционных вложений, тем самым повысив эффективность их использования, и с другой стороны, для обеспечения стабильного положения отечественных строительных материалов в стране [2, с. 213].

Литература

1. Абакумов Р. Г. Исследование факторов, влияющих на воспроизводство основных средств в условиях инновационного развития экономики // Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. 2016. №1. С. 154–158.
2. Авилова Ж. Н., Целютина Т. В. Консалтинговые ресурсы как

составляющая инновационного потенциала строительного сектора региона // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №10. С. 209–215.

3. Грачёва М. В. Актуальные направления и методы анализа экономических систем. М.: Экономический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 2020. 308 с.

4. Гумба Х. М. Экономика строительства: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2018. 449 с.

5. Дорошенко Ю. А., Малыгина И.О. Модель инициирования инвестиционных проектов как инструмент активизации инвестиционно-инновационной деятельности региона // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №6. С. 178–181.

6. Коссов В. В., Липсиц И. В. Экономический анализ реальных инвестиций. М.: Магистр, 2013. 347 с.

8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>

7. Шлапакова Н. А., Учаева Т. В., Зоткина К. Г. Инвестиции в строительстве. Оценка инвестиционных проектов // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2018. №8. С. 138–144.

Сухова А. С.

Научный руководитель: Чижов С. Ф.

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ВЫЯВЛЕНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ПРИБЫЛИ ФИРМЫ В РИСК-МЕНЕДЖМЕНТЕ

Управление рисками позволяет предотвращать нерациональное использование ресурсов, то от чего напрямую зависит прибыль.

Риск представляет собой возможное отклонение величины управляемого параметра, оцениваемое в момент принятия решения, которое соответствует моменту реализации управляющего решения, от той величины, исходя из которой осуществляется выбор управляющего решения.

Прибыль - это главный результат деятельности предприятия или фирмы, которая обеспечивает их потребности, а также потребности работников и самого государства. Эффективное функционирование фирмы возможно при ее прибыльности, поскольку прибыль - есть главный источник дальнейшего развития. Чем больше прибыль, тем фирма ближе к достижению поставленных целей. Одной из главных задач стратегического и оперативного управления прибылью, является ее

непрерывная деятельность. В условиях экономической нестабильности рыночных отношений проблема повышения прибыли наиболее актуальна.

Для обеспечения стабильного роста прибыли необходимо постоянно находить новые резервы ее получения. При разработке бизнес плана предприятия на плановый период можно определить резервы массы прибыли. С помощью источников информации можно провести анализ прибыли: уровень влияния конкретных факторов, изменение состава суммы прибыли. Определение резервов роста прибыли базируется на обоснованной методике их расчета, мобилизации и реализации.

Резервы предприятия (фирмы)-это вы выявленные основные показатели деятельности количественного и качественного роста, вращающиеся в неиспользованных или нерационально, также частично используемых производственных ресурсов (организационного, материального, информационного, финансового и другого характера).

Также резервы служат источником средств, которые могут быть использованы как для расширения производства, так и в непредвиденных обстоятельствах, грозящих срывом производства.

В процессе выявления резервов роста прибыли выделяют три этапа:

Первый этап – «аналитический» - на этом этапе резервы выявляют и оценивают количественно.

Второй этап- «функциональный» - на этом этапе реализуются мероприятия и осуществляется контроль за их исполнением.

Третий этап- «организационный» - на этом этапе разрабатывается комплекс мер по обеспечению и использованию выявленных резервов.

Источниками увеличения суммы прибыли являются снижение себестоимости продаж, увеличение объема продаж, выполнение их на выгодных условиях.

Увеличение объема реализации товарной продукции, является одним из основных резервов роста прибыли. Прибыль и объем реализации товарной продукции создают между собой прямую зависимость, так как, чем больше реализуется продукции, тем больше будет сумма прибыли.

Точное и своевременное соблюдение договорных обязательств по поставкам продукции, также является одним из способов повышения прибыльности хозяйствующих субъектов. Несоблюдение этих условий является гарантией убытков.

Снижение себестоимости выпускаемой продукции является одним из важнейших факторов роста прибыли. Максимальное снижение

себестоимости продукции является важнейшим условием эффективного функционирования фирмы.

Обновление основных фондов оказывает большое влияние на увеличение суммы прибыли продукции, однако чаще всего введение новых объектов вызывает повышение роста себестоимости товарной продукции.

Так как цены постоянно отражают конъюктуру рынка их можно использовать при повышении резервов роста прибыли. Главное соблюдать правильную тактику и расчет в области установлении цен, от их будет непосредственно зависеть объем получаемой прибыли, платежеспособность фирмы, ее финансовое состояние, а также ликвидность.

Важную долю в поиске резервов роста составляет экономия на расходах: в объемах материалов и топлива, стоимости аренды (возможен вариант переноса производства в наиболее дешевое здание), сокращение количества потребляемой энергии (можно ввести энергосберегающие технологии). Методической базой экономической оценки резервов снижения затрат овещественного труда служит система прогрессивных технико-экономических норм и нормативов по видам затрат сырья, материалов, топливно-энергетических ресурсов, нормативов использования производственных мощностей и др. [4 с. 31].

Из-за существенного наличия остатков нереализуемой продукции на конец отчетного периода, фирма не полностью получает выгоду, а значит и выручку. Некоторые условия помогут сократить эти расходы:

- стремление к наибольшей выработке;
- увеличение оборота средств и их источников;
- управление затратами и их эффективностью;
- устранение не производственных затрат и иных потерь;
- уменьшение запасов на складах;
- сдача в аренду свободные помещения и склады;
- проведение анализа собственного и заемного капитала;
- увеличение гибкости производства: изучение ассортимента и спроса на него;
- завоевание новых рыночных сегментов;
- увеличение качества изготавливаемых товаров.

Если фирма будет придерживаться рекомендаций, которые описаны ранее в статье, по поводу сокращения уровня расходов, то продукция будет наиболее конкурентоспособной, так как:

- руководство фирмы владеет достоверной фактической и прогнозной информацией об израсходованных оборотных средствах;
- фирма продает свой товар по ценам, которые повышаются в

плановом периоде, что позволит добиться желаемых результатов (рост прибыли и рентабельности);

- у фирмы не будет необходимости искать источники финансирования непредвиденных расходов на покупку материалов и сырья;

- менеджеры фирмы будут владеть всеми необходимыми сведениями, которые позволят принимать краткосрочные и долгосрочные управленческие решения;

- фирма может планировать направления использования чистой и нераспределенной прибыли.

Все выше описанные резервы получения роста прибыли изображены на рис. 1



Рисунок 1. Основные резервы роста прибыли

Главные условия роста прибыли в современных организациях:

1. Ориентация на покупателя и качество продаваемой продукции (нужно трудиться на качество, а не на количество выпускаемой продукции);

2. Работники редко заинтересованы в увеличении прибыли фирмы, их интересует в первую очередь, рост заработной платы, поэтому необходимо создать условия заинтересованности у сотрудников к делам фирмы, совершенствование и развитие «человеческого потенциала», создание систем поощрения;

3. Стабилизация занимаемого положения на рынке, а также его улучшение с сохранением конкурентных преимуществ;

4. Изучение и внедрение исследовательских разработок, усиление позиций конкурентной борьбе с помощью выявления и использования новых наукоемких продуктов, а также методик и применения современного нового оборудования.

Прибыль является главным инструментом государственного регулирования над субъектами хозяйствования в рыночной экономике. Одной из главных задач любого производства-это поиск резервов повышения эффективности использования всех ресурсов. Выявление которых возможно с помощью финансового экономического анализа.

Литература

1. Бакаев М. И., Шеремет А. Д. Теория анализа хозяйственной деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2018 г.-628с.
2. Большой экономический словарь. / Под ред. Азримяна А. Н. - Институт новой экономики, 2019 г.- 598с.
3. Бухгалтерский учет. / Под ред. Безруких П. С. - М.: Бухгалтерский учет, 2016 г.- 624с.
4. Быкадоров В. Л., Алексеев П. Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. Практическое пособие. - М.: Издательство "ПРИОР", 2017 г.-483с.
5. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет. / Под ред. Табалиной С. А. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 2018 г.- 315с.
6. Карпова Т. П. Управленческий учет. - М.: ЮНИТИ, 2015 г.- 584с.
7. Налоги. / Под ред. Черника Д. Г. - М.: Финансы и статистика, 2015 г.- 158с.
8. Румянцева З. П., Саломатин Н. А. и др. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2018 г.- 487с.
9. Справочник финансиста предприятия. - М.: ИНФРА-М, 2018 г.- 543с.
10. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент. Российская практика. - М.: Перспектива, 2015 г.-412с.
11. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. - М.: Экономика, Дело, 2017 г.-602с.
12. Теория экономического анализа. / Под ред. Шеремета А. Д. - М.: Прогресс, 2018 г.- 582с.
13. Чижова, Е. Н. Универсальные слагаемые эффективной деятельности фирмы: учеб. пособие /Е.Н. Чижова, И. П. Медведев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. – 178 с.
14. Щетинина, Е. Д. Управление конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино – Белгород: Изд-во БГТУ им В. Г. Шухова, 2016. – 202 с.

Список авторов

Агафонова Елена Сергеевна – студентка Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС, г. Нижний Новгород, Россия.

Амельчаков Никита Юрьевич – магистрант кафедры стратегического управления Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Амзорова Ксения Юрьевна – студентка Сибирского государственного университета путей сообщения, г. Новосибирск, Россия.

Андреев Алексей Алексеевич - студент стоматологического факультета, Тверской государственный медицинский университет Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Тверь, Россия.

Андреева И. В. – студентка АФ ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Арзамас, Россия

Балаева А. Ю. - студентка Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королёва, г. Самара, Россия.

Бережная Анна Вячеславовна - аспирант кафедры стратегического управления Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Битихова Диана Альбертовна – студентка магистратуры, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова. г. Нальчик, Россия.

Блинова Анна Александровна – магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Буланов Владимир Владимирович - доктор философских наук, доцент, Тверской государственный медицинский университет Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Тверь, Россия

Вавилова Софья Андреевна – студентка Сибирского государственного университета путей сообщения, г. Новосибирск, Россия.

Васильченко Татьяна Игоревна – магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Верес Т. С. – студент Крымского федерального университета им.

В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия.

Ганиева Альбина Казимовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия.

Герасимов Виктор Игоревич – студент Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королева, г. Самара, Россия.

Гладышева Дарья Александровна - студентка факультета экономики, менеджмента и торговли, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия.

Голованева Надежда Михайловна – студентка Донецкого национального университета экономики и торговли имени М. Таган-Барановского. г. Донецк, ДНР.

Глухова Александра Михайловна - магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Гранкина Валерия Владимировна - студентка факультета экономики, менеджмента и торговли, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия.

Гречух Светлана Ивановна – магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Демин Дмитрий Александрович – студент Самарского государственного экономического университета, г. Самара, Россия.

Дроздовская Полина Андреевна - студентка лечебного факультета, Северо-Западный государственный медицинский университет имени И. И. Мечникова. г. Санкт-Петербург, Россия.

Ерофеев Е. А. - студент Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева, г. Самара, Россия.

Жулин Илья Валерьевич - студент лечебного факультета, Северо-Западный государственный медицинский университет имени И. И. Мечникова. г. Санкт-Петербург, Россия.

Зайцева Татьяна Сергеевна - старший преподаватель Сибирского государственного университета путей сообщения, г. Новосибирск, Россия.

Заря Алиса Сергеевна – студентка Института экономики и управления, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.

И. Вернадского», г. Симферополь, Россия.

Иванов Владимир Владимирович магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Идеменова Олеся Сергеевна - студентка Самарского государственного экономического университета, г. Самара, Россия.

Измайлов Айрат Маратович – кандидат экономических наук, доцент кафедры прикладного менеджмента Самарского государственного экономического университета, г. Самара, Россия.

Кантеева Алина Амразовна – студентка Института сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ, г. Пятигорск, Россия.

Карпов Валерий Александрович – студент, Самарский Национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва, г. Самара, Россия.

Коваленко А. А. - студентка Сибирского государственного университета путей сообщения, г. Новосибирск, Россия.

Козлова Алсу Талгатовна - кандидат экономических наук, доцент, кафедры стандартизации, сертификации и технологического менеджмента, Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Казанский национальный исследовательский технологический университет (ВПО «КНИТУ»), г. Казань, Россия.

Козлова Татьяна Сергеевна – магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Колосова Алина Олеговна - студентка Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия.

Коночкина Екатерина Александровна – студентка факультета управления Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия.

Кортаева Татьяна Васильевна – кандидат исторических наук, доцент Самарского государственного экономического университета, г. Самара, Россия.

Костицына Кристина Евгеньевна - магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Кухарь С. И. – магистрант кафедры стратегического управления Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Левченко Дарья Олеговна – магистрант, инженер кафедры

экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Лизунова Виктория Эдуардовна – студентка Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Ломовцева Анна Витальевна – кандидат экономических наук, доцент, Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС, г. Нижний Новгород, Россия.

Лопатина Ирина Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия.

Мазнева В. Д. – студентка Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия.

Марасова Ирина Алексеевна – студентка Димитровградского инженерно-технологического института (филиал НИЯУ МИФИ, г. Ульяновск), Россия.

Машкова Ксения Олеговна – студентка Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия.

Мохова Екатерина Викторовна – студентка Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург, Россия.

Наумова Ольга Игоревна – студентка Оренбургского филиала Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург, Россия.

Овсянникова В. Д. – студентка Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия.

Овчинников Дмитрий Дмитриевич – магистр Донского государственного аграрного университета, п. Персиановский, Россия.

Осипова Анна Игоревна – доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ «Донской государственный аграрный университет», п. Персиановский, Россия.

Петрова Екатерина Александровна – магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Польская Светлана Игоревна – ассистент кафедры финансов и кредита Института экономики и управления, «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь, Россия.

Попова Екатерина Сергеевна – студентка Самарского государственного экономического университета, г. Самара, Россия.

Расходова Ильмира Аббаровна – старший преподаватель кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева-КАИ», г. Казань, Россия.

Репина Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент факультета управления Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия.

Репина Юлия Викторовна – магистрант направления «Экономика», кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Романенко Илья Владимирович - студент ФГБОУ ВО "Сибирский государственный университет путей сообщения", г. Новосибирск, Россия.

Ромашова Виктория Владимировна – студентка ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь, Россия.

Сабановская Екатерина Евгеньевна - студентка факультета экономики, менеджмента и торговли, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия.

Савельева Мария Анатольевна - студентка лечебного факультета, Северо-Западный государственный медицинский университет имени И. И. Мечникова, г. Санкт-Петербург, Россия.

Салангина Анастасия Андреевна – магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Салий Анжелика Андреевна - студентка факультета экономики, менеджмента и торговли, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Краснодарский филиал, г. Краснодар, Россия.

Севастьянова Оксана Васильевна – кандидат экономических наук, доцент Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Секирина Наталья Владимировна – кандидат экономических

наук, доцент Донецкого национального университета экономики и торговли имени М. Таган-Барановского, г. Донецк, ДНР.

Сергеев Данил Олегович- студент кафедры проектирование технологических машин и комплексов Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Смирнова Дарья Ивановна - студент заочного отделения кафедры Стандартизации, сертификации и технологического менеджмента КНИТУ-КАИ им. А.Н. Туполева, г. Казань, Россия

Смирнова Олеся Владимировна - экономист ООО Мелеузовский молочно-консервный комбинат, г. Мелеуз, Республика Башкортостан, Россия

Сороченко Анастасия Сергеевна – студентка Московского государственного университета технологий и управления имени К.Г. Разумовского, г. Мелеуз, Республика Башкортостан, Россия.

Стрижакова Анастасия Александровна - студентка Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия.

Ступникова Елена Ивановна – студентка АФ ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия.

Сухова Анна Сергеевна - магистрант кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Сухонда Мария Алексеевна - студент ФГБОУ ВО "Сибирский государственный университет путей сообщения", г. Новосибирск, Россия.

Усанова Анна Владимировна - студентка АФ ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород Россия.

Ханафиева Адель Муратовна – студентка Оренбургского филиала Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург, Россия.

Хомутова Наталья Николаевна – кандидат философских наук, доцент, Северо-Западный государственный медицинский университет имени И. И. Мечникова. г. Санкт-Петербург, Россия.

Чекина Екатерина Олеговна – магистрант направления «Экономика», кафедры стратегического управления Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Чижов Сергей Федорович – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

Шилин Никита Андреевич – студент Института авиации, наземного транспорта и энергетики, ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева-КАИ», г. Казань, Россия

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ № 7

ОБЩЕСТВО РИСКОВ ГЛАЗАМИ СТУДЕНЧЕСКОЙ
МОЛОДЕЖИ

| | |
|--|----|
| Агафонова Е. С., Ломовцева А. В. Трансформация менеджмента в эпоху цифровой экономики | 3 |
| Амельчаков Н. Ю. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России в современных условиях | 7 |
| Амзорова К. Ю. Оценка и мониторинг | 11 |
| Андреев А. А., Буланов В. В. Наступление «цифровой эпохи» в контексте переоценки ценностей | 13 |
| Битохова Д. А. Программа лояльности потребителей: типология, эффективность, потенциал | 18 |
| Вавилова С. А., Амзорова К. Ю., Зайцева Т. С. Качество и управление качеством | 22 |
| Васильченко Т.И., Чижов С.Ф. Риски при цифровой трансформации предприятий | 24 |
| Верес Т. С. Севастьянова О. В. Роль персонала в информационной безопасности предприятия | 33 |
| Гладышева Д. А., Гранкина В. В., Лопатина И. Ю. Особенности управления человеческим капиталом на предприятиях гостиничного бизнеса | 37 |
| Глухова А. М., Чижов С. Ф. Управление рисками в условиях цифровой экономики | 42 |
| Голованева Н. М. Секирина Н. В. Нормативно-правовое регулирование операций с денежными средствами | 49 |
| Гречух С. И. Методика оценки эффективности и доходности производственно-хозяйственной деятельности промышленного предприятия | 52 |
| Демин Д. А. Коротаева Т. В. Влияние СМИ на структуру ценностей современной молодёжи | 57 |
| Дроздовская П. А., Жулин И. В., Савельева М. А., Хомутова Н. Н. Философия поступка М. Бахтина как системообразующий элемент гражданского общества | 62 |
| Ерофеев Е. А. Балаева А. Ю. Влияние корпоративного управления на российские компании | 69 |
| | |

| | |
|---|-----|
| Заря А. С., Севастьянова О. В. Проблемы и перспективы управления персоналом в российских организациях | 73 |
| Идеменова О. С., Измайлов А. М. Цифровые технологии как фактор развития бизнеса | 78 |
| Кантеева А. А. Менеджмент и маркетинг: современные тенденции и технологии | 84 |
| Карпов В. А., Герасимов В. И., Балаева А. Ю. Влияние мер по противодействию COVID-19 на российскую экономику | 91 |
| Коваленко А. А. Разработка прототипа портала системы асинхронного обмена сообщениями | 94 |
| Колосова А. О., Стрижакова А. А. Искусство управления рисками как основной элемент менеджмента | 97 |
| Коночкина Е. А., Репина Е.А. Современные тенденции и технологии продвижения торговых сетей в регионе на примере ПАО «Магнит» | 102 |
| Костицына К. Е., Чижов С.Ф. Диверсификация как метод рационального управления рисками | 107 |
| Кухарь С. И. Стратегическая вооруженность как предпосылка к формированию конкурентных преимуществ региона | 112 |
| Левченко Д. О. Проблемы и перспективы инвестиционно-инновационной деятельности российских компаний в условиях цифровой трансформации | 117 |
| Левченко Д.О., Чижов С.Ф. Риск-менеджмент в системе антикризисного управления российских компаний | 123 |
| Лизунова В.Э., Ганиева А.К. Применение системы elearning при обучении персонала | 129 |
| Мазнева В. Д., Овсянникова В. Д., Лопатина И. Ю. Роль и значение качества предоставляемых услуг в гостиничном бизнесе | 131 |
| Марасова И.А. Интернет-технологии в маркетинге | 136 |
| Машкова К. О. Налоговые доходы бюджета, проблемы формирования налоговых доходов бюджета и пути решения | 140 |
| Мохова Е. В. Характеристика личностных качеств Амансио Ортеги как руководителя компании Inditex Group на основе книги О'Шеа Ковадонги «ФЕНОМЕН ZARA» | 144 |
| Найкова А. Ю., Первушина О. В. Гуманистическая идентичность в контексте современной глобальной культуры как культурологическая проблема | 148 |
| Наумова О. И., Ханафиева А. М. Разработка бизнес-плана предприятия на примере ООО «Агрогалактика Дон» | 152 |
| | |

| | |
|---|-----|
| Овчинников Д. Д., Осипова А. И. Актуализация проблемы института банкротства физических лиц как неотъемлемая черта рыночной экономики: причины и профилактика несостоятельности | 156 |
| Попова Е. С. Измайлов А. М. Цифровые технологии как фактор развития бизнеса | 159 |
| Репина Ю. В. Теоретические аспекты организации труда | 162 |
| Романенко И. В., Сухонда М. А. Понятие организационно-экономического механизма | 166 |
| Ромашова В. В., Польская С. И. Анализ проблем и методов поддержки малого и среднего бизнеса России в условиях нестабильности | 171 |
| Салий А. А., Сабановская Е. Е. Лопатина И. Ю. Специфика управления предприятием гостиничного бизнеса в современных условиях | 175 |
| Смирнова Д. И., Козлова А. Т. Менеджмент качества: управление несоответствующей продукцией на предприятии ... | 179 |
| Смирнова О.В., Сороченко А.С. Импортно-экспортные операции на российском рынке молока | 183 |
| Усанова А. В., Ступникова Е. И., Андреева И. В. Эффективные дистанционные технологии в современном образовании | 195 |
| Чекина Е. О. Динамика развития российской экономики: текущее состояние и прогноз | 188 |
| Шилин Н. А., Расходова И. А. Использование метода учебной дискуссии на занятиях по иностранному языку в вузе | 193 |
| Блинова А.А., Чижов С.Ф. Управление отраслевыми рисками в целях повышения конкурентоспособности предприятия | 198 |
| Иванов В.В., Чижов С.Ф. Управление рисками в инновационной деятельности | 204 |
| Козлова Т. С., Чижов С. Ф. Роль риск-менеджмента и оценка рисков в управлении качеством продукции на предприятии | 209 |
| Петрова Е. А., Чижов С. Ф. Цифровизация как фактор повышения конкурентоспособности | 214 |
| Салангина А. А., Чижов С. Ф. Цифровизация электроэнергетики России | 219 |
| Сергеев Д. О., Кочина С. К. Инвестиционная политика строительной индустрии | 223 |
| Сухова А. С., Чижов С. Ф. Выявление резервов роста прибыли фирмы в риск-менеджменте | 230 |
| Сведения об авторах | 235 |

Научное издание

Экономика. Общество. Человек.

Выпуск XXXIX

Том 3

Материалы национальной научно-практической конференции с
международным участием

ТРАНСФОРМАЦИИ И РИСКИ СОВРЕМЕННОСТИ:
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Составитель Монастырская Ирина Александровна

Подписано в печать . .20. Формат 60×84/16.

Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. .

Тираж экз. Заказ Цена

Отпечатано в Белгородском государственном технологическом
университете им. В.Г. Шухова
308012, г. Белгород, ул. Костюкова, 46