

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

ВЕСТНИК
Национального института бизнеса

Выпуск 38

Межвузовская студенческая научно-практическая конференция
по актуальным вопросам экономики, управления и права
6 декабря 2019 г.

Москва
2019

ББК 74.58
В38

Редакционный совет:

- Плаксий С. И. – ректор Национального института бизнеса, доктор философских наук, профессор;
- Пеньковский Д. Д. – начальник управления науки и формирования у обучающихся профессиональных качеств по избранным профессиям и направлениям подготовки Национального института бизнеса, доктор исторических наук, профессор;
- Алексеев В. А. – начальник управления организации учебного процесса и качества образования, доктор философских наук, доцент;
- Миронова Н. Н. – зав. кафедрой экономики и управления на предприятии, доктор экономических наук, профессор;
- Решетов К. Ю. – зав. кафедрой гражданско-правовых дисциплин, доктор экономических наук, доцент;
- Шматова Н. И. – декан факультета экономики, управления и права, кандидат исторических наук, доцент;
- Черкасова Е. А. – декан заочного факультета экономики и права, кандидат исторических наук.

Вестник Национального института бизнеса включен
в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), индексируется
в Научной электронной библиотеке ELIBRARE. RU.

В38 **Вестник Национального института бизнеса. Выпуск 38.** Межвузовская студенческая научно-практическая конференция по актуальным вопросам экономики, управления и права. 6 декабря 2019 г. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета, 2019. — 122 с.

ISBN 978-5-907194-51-9

© Национальный институт бизнеса, 2019.

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ У БУДУЩЕГО

Аннотация. В статье подробно описаны причины и последствия демографического кризиса в Российской Федерации, приведен ряд сценариев развития ситуации в среднесрочной перспективе. Так, по самому оптимистическому прогнозу к 2050 году численность населения России почти не изменится. Однако по более реалистичным прогнозам, она сократится до показателей 1978 года. Безусловно, подобные демографические сценарии неутешительны, однако именно они определяют вектор движения социальной политики России, мотивируя власть в кратчайшие сроки пересмотреть и усовершенствовать подходы к решению проблем этой сфере.

Ключевые слова: демографическая катастрофа, рождаемость, смертность, убыль населения, сценарии развития демографической ситуации в России.

Одной из актуальных проблем современной экономики России как ни странно, является, демография. Дело в том, что экономика и демография тесно взаимосвязаны: на процесс производства и распределения общественных благ прямое влияние оказывает состав населения, в частности, его возрастная составляющая. В свою очередь, несоответствие темпов прироста экономической и демографической подсистем вызывает серьезные противоречия в их функционировании, оказывая влияние на уровень социально-экономического развития страны в целом.

Согласно официальным статистическим данным, на начало 2018 года Российская Федерация занимала первое место в мире по общей площади территории, шестое место — по объему валового внутреннего продукта и девятое место — по численности населения. При этом, как показывает практика, в демографическом направлении Россия в значительной степени уступает свои позиции Китаю, Индии, США, Индонезии, Бразилии, Пакистану, Нигерии и Бангладеш (рис 1.)

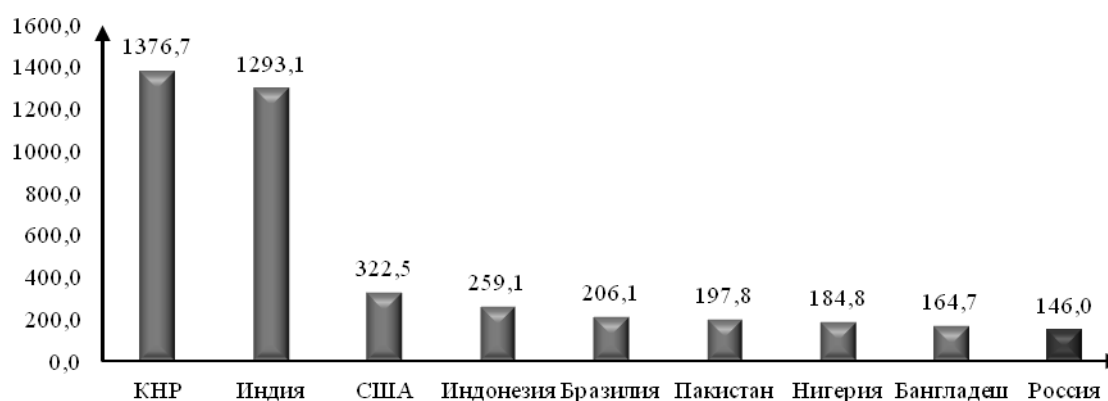


Рис. 1. Среднегодовая численность населения по странам мира

¹ Бутенко О.В.— кандидат экономических наук, генеральный директор ООО «Бизнес Консалтинг».

Подобная ситуация остается неизменной на протяжении как минимум двух десятилетий. Так, если в 1991 году численность населения составляла 290,1 млн. чел., то к началу 2018 года данный показатель сократился почти наполовину, до 146,9 млн. чел. (рис.2).

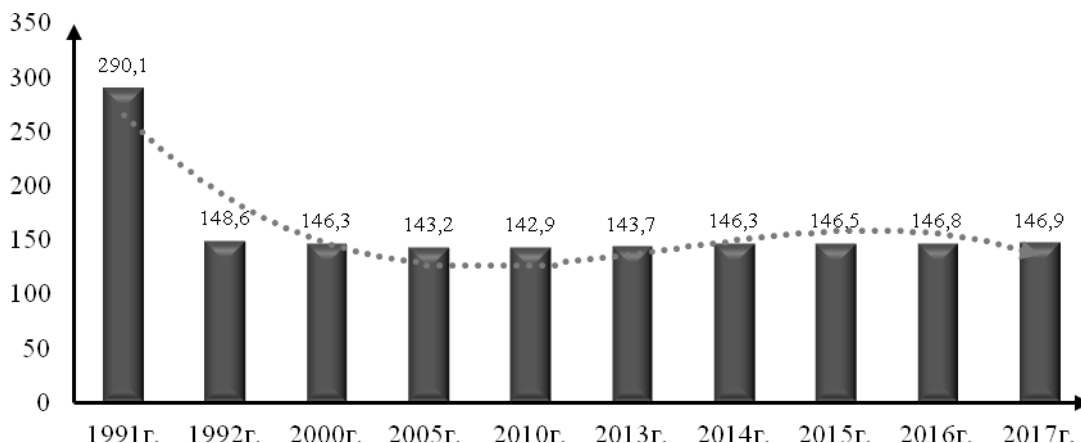


Рис. 2. Динамика численности населения РФ с 1991 по 2017 гг.

Для сравнения: современная Россия по численности населения приближена к периоду развития Российской империи 1926 года, понесшей потери в двух мировых войнах и Гражданской войне (1917–1922гг.). Однако уже к 1940 году численность населения была увеличена на 32% (или на 47,1 млн. человек). Позднее, несмотря на огромные жертвы в Великой Отечественной Войне (свыше 20 млн. человек) при снижении уровня рождаемости, численность населения ежегодно увеличивалась, прирост с 1950 по 1970гг. составил 35,4% (или на 63,2 млн. человек), достигнув максимума к 1991 году (290,1 млн. чел.). При сохранении подобных тенденций численность населения России уже к 2010 году могла бы составить 399,2 млн. человек (рис.3).

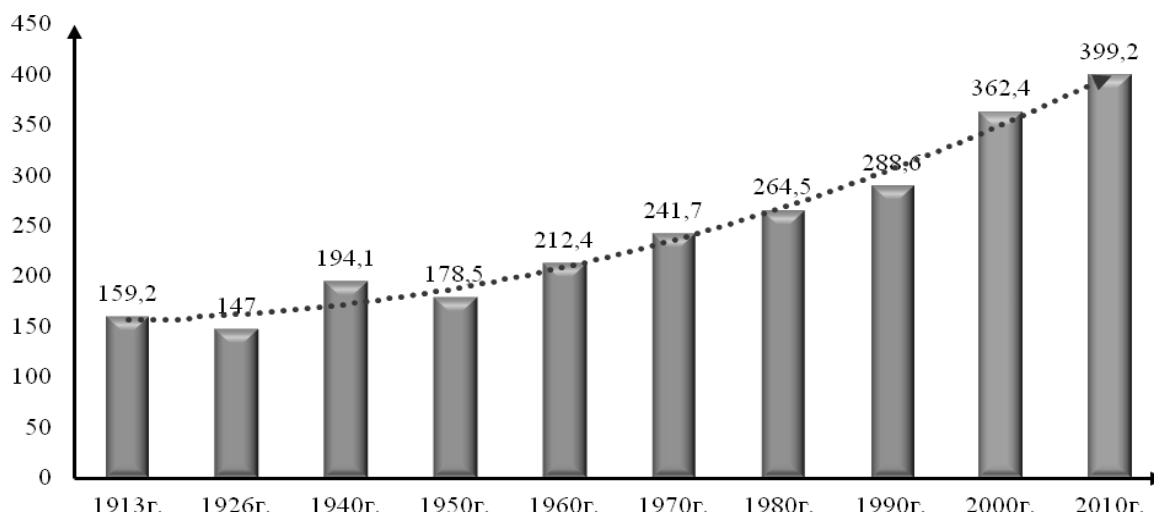


Рис. 3. Численность населения с 1913 по 2010 гг.

Однако после распада СССР и реформ перестроечного периода для России характерна стабильная тенденция сокращения численности населения, а последние двадцать семь лет можно назвать периодом депопуляции. По прогнозным оценкам Росстата численность населения России к 2050 году продолжит снижаться и составит к 2020 году — 147,8 млн. чел., к 2030 году — 140,5 млн. чел., а к 2050 году — 132,7 млн.чел. (рис. 4), приблизив государство к численности населения Эфиопии (около 140 млн. чел.), территория которой, как известно, в десятки раз меньше России.

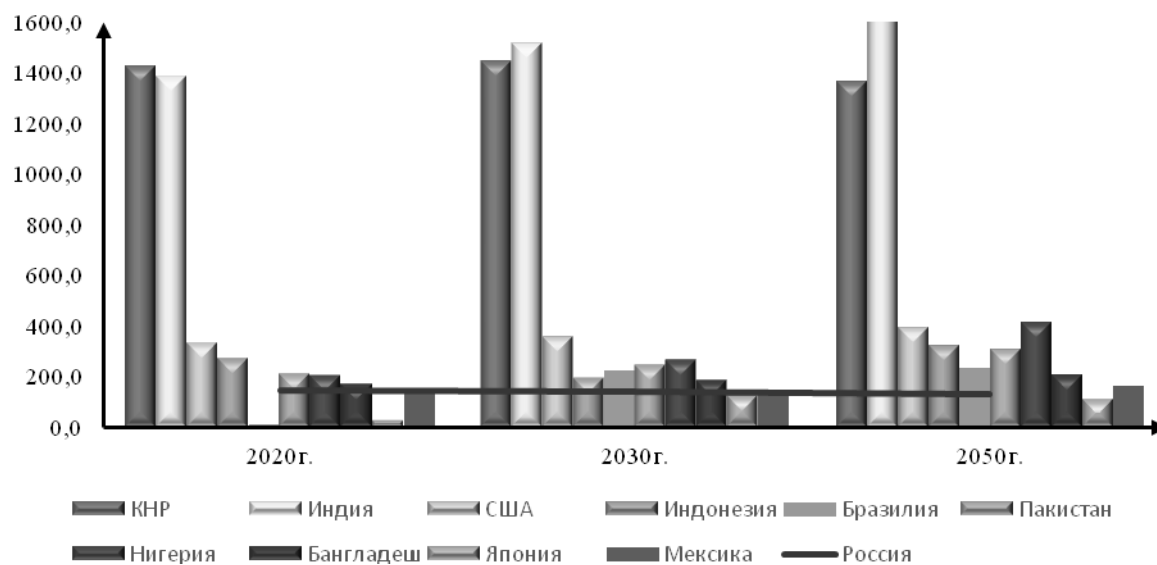


Рис. 4. Прогноз численности населения на 2020-2050гг.

В свете представленной информации очевидно, что демографическая ситуация современной России близка к катастрофической. Учитывая масштабы территории страны, вызывает серьезные опасения назревающая угроза суверенитету и территориальной целостности государства — конституционным принципам федеративного устройства, без которых государство не сможет существовать.

Объективно оценивая необходимость изменения демографической ситуации в стране, Президент РФ в октябре 2007 года утвердил Концепцию демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, целями которой обозначены: стабилизация численности населения к 2015 году на уровне 142–143 млн. чел., создание условий для её роста к 2025 году до 145 млн. чел., а также повышение качества жизни и увеличение ожидаемой продолжительности жизни к 2015 году до 70 лет, к 2025 году — до 75 лет¹.

Действительно, к началу 2015 года достигнуты запланированные результаты — численность населения составила 146,5 млн. чел., даже превышая на 2,5% ожидаемые долгосрочные показатели. Однако данный факт может показаться достижением лишь с одной стороны, поскольку при проводимом анализе следует учесть прирост численности населения в ходе реализации мероприятий

¹ Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 09 октября № 1351.

по присоединению Крыма и г. Севастополя к России в марте 2014 года, в результате чего население нашей страны увеличилось на 2,3 млн. чел. или на 1,6% (из указанных выше 2,5%), еще 0,5% составили прибывшие мигранты из стран СНГ.

Таким образом, положительная тенденция численности населения на начало 2015 года обусловлена скорее миграционными процессами, чем увеличением рождаемости и/или снижением смертности граждан. Подобное объяснение логично и для последующих периодов (рис. 5), так как ежегодное увеличение объемов миграции частично компенсирует естественную убыль населения.

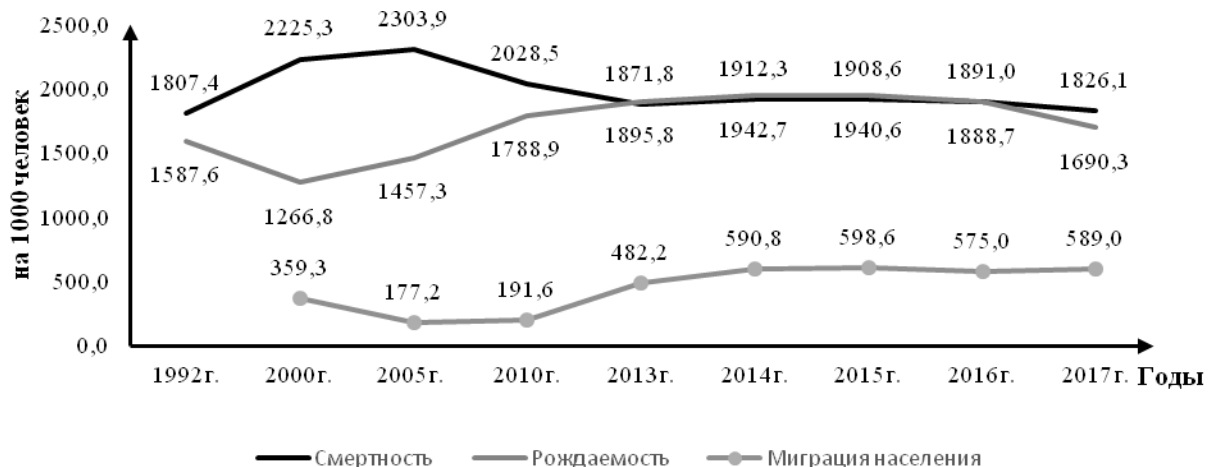


Рис. 5. Движение населения Российской Федерации с 1992 по 2017гг.

Тем не менее, на протяжении последних двадцати пяти лет страна лишается около 2 млн. человек ежегодно, а в пересчете на 100 000 человек смертность в России вдвое больше, чем в Европе и США.

По оценкам ООН¹, Россия по коэффициенту смертности занимает ведущие позиции в мире: 10,7 смертей на 1000 человек в 1992 году, 13,2 смертей на 1000 человек в 2013 году и 12,4 смертей на 1000 человек на начало 2018 года при среднем общемировом значении — 8,6. Основными причинами смертности являются сердечно-сосудистые заболевания — более 50%, онкология — в среднем 15% в год, болезни внутренних органов (дыхания, пищеварения (около 4% в год), самоубийства и гибель в ДТП — порядка 2% в год от общего числа умерших в расчете на 1000 человек населения. При этом наиболее высокий показатель смертности у лиц трудоспособного возраста (почти 30% из общего числа умерших). Среди причин смерти у лиц в трудоспособном возрасте около трети приходится на самоубийства, ДТП, отравления и другие внешние причины.

Динамика уровня рождаемости — важнейшей характеристики демографической ситуации в государстве — не отличается высокими значениями. Несмотря на то, что суммарный коэффициент рождаемости (СКР)² постепенно возрастает, величина его остается чуть ли не самой низкой в мире (1,61 — на начало

¹ https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_уровню_смертности_населения.

² показатель, характеризующий среднее число рождений у одной женщины в гипотетическом поколении за всю её жизнь при сохранении существующих уровней рождаемости в каждом возрасте независимо от смертности и от изменений возрастного состава.

2017 года (179 место в общемировом рейтинге из 224 стран)¹. Средний уровень СКР во всем мире, по оценкам ООН, составляет 2,36 с доминирующим положением африканских государств (Нигер — 6,62, Мали — 5,95, Замбия — 5,67, Мозамбик — 5,15 и других). В такой ситуации очевидно, что простого воспроизводства населения для Российской Федерации уже явно недостаточно, необходим значительно более высокий уровень рождаемости, который, по оценкам специалистов, предполагает прогноз СКР как минимум до 3,5 для преодоления отечественного демографического кризиса.

Оценивая ближайшие перспективы России, ученые Института демографии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» провели анализ 36 вариантов прогнозов изменения численности населения России до конца 2030 г., выделив только 9 относительно оптимистических сценариев, позволяющих рассчитывать на рост населения до 145 млн человек или более. При этом, как отмечают специалисты: «...лишь 4 допускают рост выше исторического максимума 1993 года (148,6 млн), из них только 2— до 150 млн или более. По 12 сценариям численность населения будет близка к стабильной, незначительно изменяясь в диапазоне от 140 до 145 млн...»². Остальные 15 вариантов прогнозов - пессимистичные, характеризующие падение численности населения Российской Федерации ниже 140 млн. чел., а по самому худшему прогнозу — до 128,0 млн. чел.

Наиболее оптимистичные перспективы основаны преимущественно на миграционном приросте, однако, подобные прогнозы вряд ли благоприятны для России, поскольку по сути своей, направлены на смену состава населения. Тем не менее, именно миграция рассматривается в Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года одним из ключевых факторов, направленных на улучшение демографической ситуации в будущем. Так, согласно положениям указанного документа, к 2025 году планируется «...обеспечить миграционный прирост на уровне более 300 тыс. человек ежегодно...»³. Анализируя фактически полученные результаты с 2007г. по 2017г., следует отметить, что фактический миграционный прирост населения составляет порядка 500 тыс. человек в год, что соответствует запланированным показателям, однако создает условия для развития этнического кризиса на территории страны: миграция граждан из других государств на фоне естественной убыли коренного населения способствует изменению структуры населения, вырождению русских людей (рис.6), ухудшению генофонда нации.

¹ По данным <https://www.cia.gov/>.

² Ближайшие демографические перспективы России <http://www.demoscope.ru/weekly/2014/0601/tema02.php>.

³ Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 09 октября № 1351.

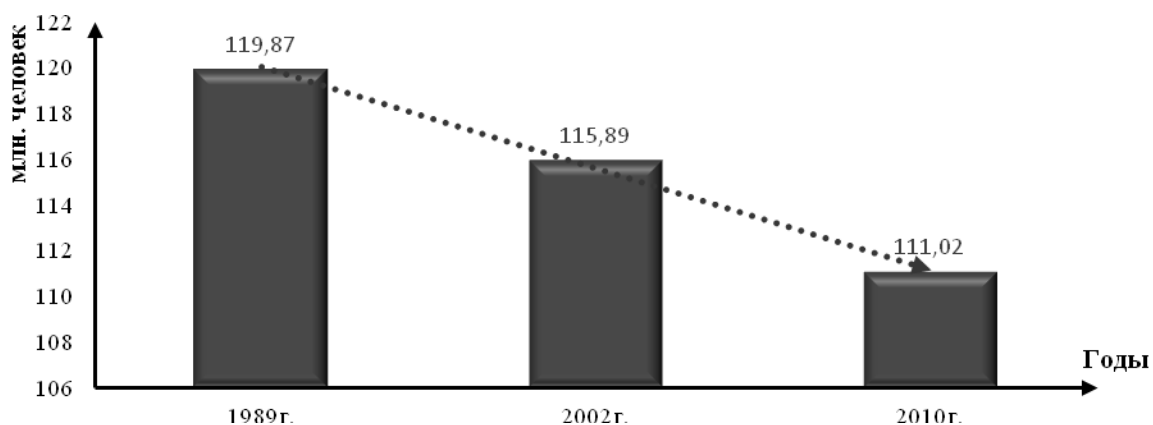


Рис. 6. Динамика численности русского населения по итогам Всероссийской переписи населения с 1989 по 210гг.

По прогнозным оценкам отдела народонаселения ООН, численность населения России сохранит тенденцию к снижению, возрастет убыль трудоспособного населения страны, которое повлечет за собой старение нации¹. Исходя из современной демографической ситуации в России, подобные прогнозы не лишены логики.

Так, если рассматривать структуру населения России по возрастным группам: граждане в возрасте до 20 лет, в трудоспособном возрасте (от 20 до 64 лет), а также в возрасте от 65 лет и старше, то следует отметить, что наибольшую долю в структуре населения занимает население в трудоспособном возрасте, однако удельный вес данной группы ежегодно снижается на фоне увеличения доли лиц в возрасте от 65 лет и старше (рис.7). Одновременно с этим, по показателю ожидаемой продолжительности жизни наблюдается динамика уверенного роста (с 67,8 лет в 1992 году до 72,7 лет к началу 2018 года), которая в совокупности с низким уровнем рождаемости, на практике способствует достижению негативного демографического эффекта, усугубляя процесс старения нации.

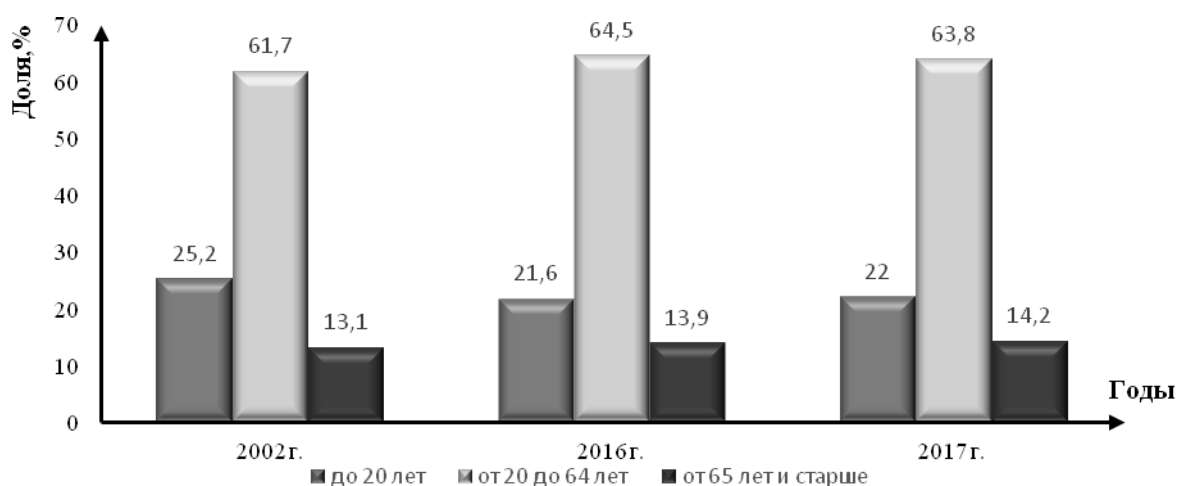


Рис.7. Распределение численности населения России по возрастным группам

¹ Отдел народонаселения ООН UN Population Division World Population Prospects The 2010 Revision: <http://www.unpopulation.org/>; Бюро цензов CИF: <http://www.census.gov/ipc/www/idb/>.

Снижение численности трудоспособного населения при одновременном приросте количества детей и пенсионеров увеличивает демографическую нагрузку на экономически активное население. Принимая во внимание динамику уровня смертности трудоспособного населения, объясним и рост дефицита рабочей силы на рынке труда — как одного из факторов, повышающих вероятность экономического кризиса.

Убыль русского населения при достигнутом уровне миграции граждан из других государств вносит коррективы в развитии национальной цивилизации: разрываются существующие взаимосвязи между поколениями, утрачивается роль русского народа в формировании идейного, культурного и духовного развития, появляются регионы, слабо отождествляющие себя с Россией, создавая угрозу национальной безопасности. Разрушение основ развития российского государства, преемственности поколений русских людей на фоне распространения чуждых их менталитету ценностей погружает население страны в состояние сильнейшего психологического дискомфорта, формируя, в том числе и негативное демографическое поведение. Отсутствие понимания собственной необходимости для государства, его высших идей и стратегий, ощущение социальной заброшенности вводит человека в депрессивное состояние. Бесцельно существуя, у него все реже, возникают идеи передать опыт неустроенной жизни будущим поколениям. Проблема идейно-духовной деградации, в конечном итоге, приводит к расширению масштабов демографической катастрофы в стране.

Понимание природы кризисных явлений в демографическом направлении оказывает ключевое влияние на грамотность принятия стратегически важных решений: глубокий анализ происходящего и соблюдение конституционных принципов федеративного устройства повышают шансы реализации оптимистичных вариантов прогнозов, неверно же выбранная стратегия, напротив, усугубляет существующие проблемы.

Список литературы:

1. Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 09 октября № 1351.
2. Ближайшие демографические перспективы России. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2014/0601/tema02.php>.
3. Бюро цензов CИF. URL: <http://www.census.gov/ipc/www/idb/>.
4. Каюков В.В., Мельчакова Ю.Л. Взаимосвязь демографических процессов с состоянием экономики // Экономика, управление, финансы: материалы III Междунар.науч.конф. (г.Пермь, февраль 2014г.) — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 177–180.
5. Отдел народонаселения ООН UN Population Division World Population Prospects The 2010 Revision. URL: <http://www.unpopulation.org/>.
6. Россия в цифрах. 2018: Крат. стат. сб./Росстат. М. Р76 2017 — 511 с.
7. Список стран по уровню смертности населения. URL:<https://ru.wikipedia.org/wiki>.

«PRO BONO» В РОССИИ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ»

Аннотация: Проанализирован опыт развития «pro bono» в России как одного из направлений деятельности бесплатной юридической помощи населению, исследованы исторические этапы возникновения и развития института pro bono и показаны современные направления в деятельности. Статья представляет определенную научную и практическую ценность, поскольку содержит авторские обобщения, характеризующие опыт развития институтов бесплатной юридической помощи в России.

Ключевые слова: бесплатная юридическая помощь, «pro bono», общественные организации, помощь малообеспеченным слоям населения, общественное благо.

Pro bono (Про Боно) (от лат. pro bono publico — ради общественного блага) — это латинская фраза, означающая профессиональную работу, оказанную на добровольных условиях и без оплаты в качестве общественной деятельности. Сущность «pro bono» заключается в том, что это способ осуществления юристами (или другим профессионалом) его социальной ответственности, его профессиональный вклад в развитие общества, защита прав нуждающихся граждан, верховенство права и выражение собственных идеалов и жизненных принципов. Это сервис, использующий специальные профессиональные навыки для оказания помощи тем, кто не в состоянии оплатить услуги квалифицированного юриста². Юридические услуги «pro bono» оказываются бесплатно и не включают в себя другую благотворительную деятельность, которая не связанная с применением юридических навыков, в частности связанное с финансированием различных программ и проектов, организация и проведение мероприятий, передача в дар вещей или денежных средств и т.п.

«Pro bono» помощь впервые возникла в Америке в конце XIX века. Частные юридические компании начали консультировать бедное население Америки. Ассоциации юристов видела проблему нехватки бесплатной юридической помощи определенным слоям населения. Существует мнение, что юрист — это социально ответственный человек, поэтому оказание профессиональной помощи нуждающимся является частью его профессии.

В России в 1864 году была проведена судебная реформа, по которой оказывалась возможность получения юридической помощи определенным категориям населения. В дальнейшем это право стало источником для Федерального закона «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» принятого в 2011 году³. В этом законе перечислен список категорий граждан, которым оказывается бесплатная юридическая помощь.

¹ Гула Мария Владимировна — студентка АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

² <https://prav.ru/>.

³ Федеральный закон "О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации" от 21.11.2011 N 324-ФЗ.

В их числе: семьи, чей доход ниже прожиточного минимума; инвалиды I и II группы; ветераны Великой Отечественной войны, Герои Российской Федерации, Герои Советского Союза, Герои Социалистического Труда, Герои Труда Российской Федерации; дети-инвалиды, дети-сироты, дети, оставшиеся без попечения родителей; лица, желающие принять на воспитание в свою семью ребенка, оставшегося без попечения родителей; лица, которым нужна помощь в усыновлении и т.д. Для получения данной помощи нужно подходить под одну из категорий указанных в законе лиц, а также обращаться по вопросам, которые соответствуют перечню статей, изложенному в законе.

Практика «pro bono» широко распространена в США и Великобритании, менее распространена в странах континентальной Европы.

Британские адвокатские фирмы и юридические школы организуют ежегодную неделю «pro bono», во время проведения которой специалисты предлагают бесплатную помощь населению, улучшая юридическую грамотность граждан. Руководит подобным мероприятием национальная благотворительная организация, в том числе перенаправляет заявки от потенциальных клиентов участвующих в данной системе юристам.

Соединенные Штаты считаются первой страной в плане развития системы «pro bono». Юристы во многих штатах придерживаются этических принципов, устанавливаемых Американской ассоциацией адвокатов. По их требованиям, все ее члены обязаны провести за год не менее 50 часов, осуществляя бесплатные услуги населению.

Юристы из Южной Кореи обязуются оказывать минимум 30 часов бесплатной юридической помощи. Ассоциации адвокатов Южной Кореи могут уменьшить неоплачиваемое время до 20 часов. Адвокаты, у которых имеется веская причина не выполнять требования закона, могут откупиться. Для этого придется выплатить штраф около 600 долларов в год.

«Pro bono» практикует множество американских юридических фирм. В соответствии с положениями профессионального кодекса Американской ассоциации адвокатов, каждый адвокат должен стремиться консультировать «pro bono» не менее 50 часов в год. 80 процентов школ права в США организуют для своих студентов практику «pro bono». Опыт данного вида работы — является одним из критериев при поступлении в ведущие университеты мира на юридические специальности или для получения, например, MBA, AIGA.

«Pro bono» используют корпорации различных сфер деятельности: Ogilvy, Deloitte, KPMG, IBM. В них «pro bono» — это элемент другой, более объемной, концепции — корпоративной социальной ответственности.

«Pro bono» несколько лет назад стала появляться и в России, но таких некоммерческих организаций, всё ещё очень мало. Связано это с тем, что юридических фирм, принявших практику «pro bono» в качестве одного из направлений своей деятельности, по-прежнему не так много, а также с тем, что очень мало некоммерческих организаций, знают таком виде помощи.

«Pro bono» в России только развивается и является альтернативой федеральному закону о бесплатной юридической помощи. В 2007 году был создан российский Центр координации юридической помощи Pro Bono (Russian Pro

Bono Clearinghouse) с помощью Института «Право общественных интересов» (PILI) и Американской ассоциации юристов (ABA/ROLI).

13 апреля 2016 года был проведен первый Российский форум «pro bono» в Москве. В мероприятии приняли участие свыше 100 юристов, адвокатов, представителей НКО и юридических вузов из 17 городов России и других стран. Соотношение «pro bono» и бесплатной юридической помощи — одна из тем, которую озвучил исполнительный вице-президент ФПА РФ Андрей Сучков. На сегодняшний день в экспериментальном порядке осуществляют свою деятельность всего лишь около 10 консультационных бюро.

В России такие центры по оказанию бесплатной юридической помощи представляют собой объединения адвокатов, частных юристов, обыкновенных бизнесменов и нотариусов некоммерческих организаций, которые осуществляют работу по принципам «pro bono», но, к сожалению, такие центры в нашей стране недостаточно хорошо организованы. Форум состоял из двух пленарных сессий и восьми тематических семинаров, на которых обсуждались следующие темы: создание успешной практики «pro bono», «pro bono» и адвокатура, «pro bono» и финансируемая юридическая помощь, «pro bono» и юридическое образование, и др. В России с ним сотрудничают 34 фирмы.

Государство должно реализовывать минимальный стандарт юридической помощи. Но, частная благотворительность необходима во всех странах и даже социально благополучных. Как организована благотворительная работа — зависит от юридических компаний. Большие международные фирмы обычно имеют специальные регламенты. Качество работы по «бесплатным» делам должно быть такое же, как и по обычным, поэтому действуют общие правила по учету рабочего времени, проверке младших сотрудников старшими, заключению договора и так далее. Фирма решает, кому и в каком объеме должна помогать. Труд юриста, как правило, оплачивается в привычном размере, потому что «pro bono» — это социальная ответственность компании, а не ее работников. «Pro bono» помощь требует от профессионала даже гораздо большей ответственности, чем обычные денежные помощь. У нас в стране есть и свое наследие формата «pro bono», хотя такой термин никогда не применялся. А именно — бесплатная юридическая помощь, внедренная с момента образования адвокатуры в 1866 году. До распространения института присяжных она носила условный характер и позже имела мало общего с социальной помощью. Идея некоммерческого профессионального содействия появилась в XIX веке в нашей стране в контексте мировых реалий.

Оказание безвозмездной помощи была и в СССР, но тогда эту роль оказания профессиональных услуг брало на себя государство.

Стимулировать развитие «pro bono» будут компании-лидеры, компании-амбассадоры. Действовать они будут через людей — своих сотрудников, рассказывая им о том, что конкретно и где можно сделать, и как это можно применить на практике. Отдельные международные корпорации, имеющие офисы в России, изменяют свои стратегии, пытаются повторить опыт зарубежных корпораций на местном рынке. Эффективность «pro bono» принято считать в часах, а не в денежном эквиваленте.

В России в настоящее время, как и во многих других странах мира, юристы-практики и в особенности юридический бизнес активно сотрудничают с юридическими вузами. Одна из наиболее явных причин этого явления — недовольство работодателей уровнем практической подготовки молодых юристов. Большинство преподавателей и администраторов юридических вузов давно осознали эту проблему, но институты осуществляют опытки существующие в виде спецкурсов, различных краткосрочных программ и т.д.

«Pro bono» дает возможности студентам овладевать навыками практической работы в процессе обучения при вузе. Данная идея не нова для российского образования и не является полностью заимствованной из опыта зарубежных образовательных учреждений. С конца XIX века в России были дискуссии о необходимости дополнения классического образования практической деятельностью студентов под руководством преподавателей.

Основные идеи клинического образования были выработаны российскими учеными — правоведами в начале XX века. Лишь в конце XX века эти идеи начали реализовываться. В настоящее время большинство юридических вузов и факультетов создали специальные подразделения — юридические клиники, в которых студенты в процессе обучения приобретают знания и навыки практической юридической деятельности.

По мнению директора российского филиала Института «Право общественных интересов» Дмитрия Шабельникова: «pro bono следует отличать от юридической помощи, субсидируемой государством (она тоже безвозмездна для получателя, но оказывающий ее адвокат получает вознаграждение за счет государства) в целях социальной поддержки самых нуждающихся или находящихся в сложной жизненной ситуации граждан»¹.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что «pro bono» необходимо дальнейшее развитие и признание юристами-практиками в России, поскольку это приносит пользу, как гражданам, так и студентам юридических вузов.

Список использованных источников

1. Волонтер или доброволец: элементарные объяснения для самоопределения. Оберемко О. А. // Социологические исследования. 2016. № 6. С. 94–101.

2. Кабышев И.Ф., Сидельникова К.Н. статья «Институт «Pro bono» в России: к вопросу о сущности и особенностях», //Журнал: Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. №12–1. С.145–147. Тамбов, 2017.

3. Всё о лидерах 2016: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2016». — М.: Форум Доноров, 2016. 202с.<http://rodnyegoroda.ru/upload/iblock/d31/d31cb1524f2ef4c2d990e4de900708b7.pdf>.

¹ <https://www.advgazeta.ru>

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU www.elibrary.ru/defaultx.asp.
5. Pro bono: философия бесплатных услуг. Теплица социальных технологий. test.ru/2016/07/11/pro-bono-a-philosophyof-free-services/.
6. «Pro bono» как направление деятельности адвокатуры: российский опыт. Рябцева Е.В. // Евразийская адвокатура. 2015. № 1 (14). С. 18–21.
7. <https://pravo.ru/review/view/125590/>.
8. <https://fcsp.ru/>.

Егиазарян. Е.Э.¹

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. В статье рассматривается проблема формирования корпоративной культуры среди предприятий малого и среднего бизнеса, зачастую ее игнорирование при создании юридического лица; показывается роль культуры организации для ее эффективной деятельности, а также конкурентного преимущества.

Ключевые слова: корпоративная культура, предприятия малого и среднего бизнеса.

Сегодня достаточно часто можно слышать такой термин как корпоративная культура и на первый взгляд может показаться, что роль культуры для предприятий малого бизнеса незначительна, но такое поверхностное мнение ошибочно. Роль культуры предпринимательства велика, именно культурные факторы определяют лицо бизнеса, детерминируют всю систему взаимоотношений потребителей и производителей, формируют этические ценности и стереотипы поведения. Но в большей части организаций малого и среднего бизнеса основная масса сотрудников не имеет представления о том, что такое организационная культура, какими элементами она обладает, какие функции несет, какие цели и задачи организация ставит перед собой. Коллектив понимает, что для их руководителя главное получить прибыль, желательно как можно больше, а для коллектива — вовремя получить заработную плату.

В каждой компании по умолчанию есть сложившаяся корпоративная культура. Культуры различаются в зависимости от типа организации, ее размера и сферы деятельности. Но культура присуща всем коллективам без исключения. Там, где ее концепция не сформулирована, она развивается стихийно, бесконтрольно.

Формирование культуры организации можно рассматривать как результат взаимодействия двух основных составляющих: во-первых, это представле-

¹ Егиазарян Евгения Эдуардовна — студентка 4 курса, кафедра менеджмента, направленность (профиль) «Управление малым бизнесом», АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

ния, ценности и организационные действия основателей, руководителей и лидеров компании; во-вторых, их адаптация и ответные реакции персонала, не участвующего в управлении.

Во-первых, в корпоративной культуре закрепляются не любые ценности и нормы, а лишь такие, которые приводили и приводят к успешному решению стоящих перед организацией задач. В этом плане понятие культурной парадигмы организации позволяет объяснить многие важные аспекты и факторы формирования корпоративной культуры. В рамках такого понимания успешные и эффективные способы решения различных проблем становятся общим достоянием организации и закрепляются в виде образцов, моделей для последующей деятельности. Они преобразуются в культурный запас компании, в ценности и нормы действий ее персонала [3].

Во-вторых, как отмечалось, в формировании корпоративной культуры переплетаются сознательно планируемые и целенаправленные процессы, с одной стороны, и стихийные, спонтанно складывающиеся процессы — с другой. Это обстоятельство осознано специалистами, которые занимаются вопросами управления корпоративной культурой. Они понимают, что внедрение в сознание персонала нужных представлений и ценностей невозможно сделать лишь путем распоряжений и наставлений.

Корпоративная культура это сложнейшая совокупность различных систем поведения, касающихся как персонала, так и руководителей.

Тезис, что корпоративная культура в основном формируется на основе базовых установок основателей организации, обосновывают многие зарубежные и отечественные ученые. В дальнейшем эта культура поддерживается за счет отбора персонала, целенаправленной деятельности менеджмента всех уровней. Эта позиция достаточно обоснована, однако ее нельзя излишне упрощать и изображать дело так, будто лидеры организации могут сформировать любую желаемую ими культуру [4].

У любого взрослого человека складывается своя модель поведения и восприятия окружающего мира, изменить которые практически невозможно. При работе в коллективе с другими сотрудниками это различное мировосприятие неизбежно приводит к спорам и конфликтам, которые резко снижают эффективность работы компании. Поэтому, в тех компаниях, где нет сформированной корпоративной культуры, нет и налаженного командного труда.

Офис компании, без преувеличения, должен стать для сотрудников вторым, а, для многих, и первым, домом, в котором действуют свои правила и существуют определенные цели. Соответственно, и взаимоотношения между членами коллектива должны быть такими, чтобы они понимали друг друга без слов, а вероятность возникновения конфликтов была сведена к минимуму.

Корпоративная культура не может быть универсальной и должна учитывать специфику деятельности компании, состав коллектива ее сотрудников, взаимоотношения с клиентами и ряд других важных моментов.

Одной из основных проблем является заинтересованность руководителя в формировании корпоративной культуры.

Руководители данных предприятий зачастую игнорируют развитие культуры организации, ссылаясь на дороговизну таких мероприятий, находясь чаще в условиях постоянного финансового дефицита, нехватку времени на ее разработку и т. п. Но как отмечалось ранее, даже если руководитель не принимал решения о создании культуры своего предприятия, культура начала формироваться самостоятельно. Проблема заключается в том, что без осознанного управления данным аспектом, фирма не может достигнуть максимальной эффективности от своей экономической деятельности. Кроме того, корпоративная культура является одним из критериев оценки конкурентоспособности организации. Соответственно при игнорировании данного критерия компания уменьшает свои шансы быть лидером среди своих ближайших конкурентов [1].

Масштаб проблемы формирования организационной культуры среди предприятий малого и среднего предпринимательства, несомненно, велик. Вероятно, что для решения данной проблемы необходимо вмешательство со стороны государства. Так, например, при регистрации юридических лиц, а также физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей, можно ввести государственные требования о минимальном наборе элементов корпоративной культуры; выдавать будущим предпринимателям информационные брошюры, буклеты; устраивать конкурсы на тему «развитие корпоративной культуры организации», главным выигрышем которых будет получение гранта на развитие бизнеса.

Второй проблемой в формировании корпоративной культуры является поддержка товарищеских отношений внутри коллектива.

Отношения в коллективе имеют колоссальное влияние на эффективность рабочего процесса — об этом знает каждый грамотный руководитель. Для многих работа давно стала вторым домом. Именно поэтому знание психологии отношений в коллективе играет важную роль.

Каждый сотрудник индивидуален, имеет свой, порой непростой, характер, предпочтения и пожелания. Поэтому неудивительно, что нередко внутри коллектива происходят конфликты и ссоры. Как их избежать и создать атмосферу взаимопонимания.

Коллектив на работе — это социальная среда. Она состоит из множества разных людей. У них отличные друг от друга взгляды на жизнь, воспитание, цели на будущее и способности. Однако им приходится некоторое время находиться вместе и решать общие вопросы. Взаимодействие в этом случае — прямой путь к успеху компании [2].

Одни из действенных способов, позволяющие улучшить взаимоотношения в коллективе является организация различных мероприятий.

1. Корпоративные мероприятия являются эффективным механизмом, призванным сплотить сотрудников. Если вы используете каждый раз один и тот же сценарий, то не ждите ничего хорошего от такого мероприятия. Работники будут чувствовать себя напряжёнными, а для сплочения коллектива нужна непринуждённая обстановка. Более плодотворный эффект от праздника можно достичь, если сценарий придумают и воплотят сами сотрудники.

Работники узнают много нового о себе и других. Кроме того, это позволит сэкономить деньги вашей компании, ведь нанять специализированную организацию стоит дорого

2. Спортивные соревнования. Они необходимы для создания лояльных взаимоотношений в команде, объединения коллектива. Если соревнования были неверно организованы, то это чревато непредвиденными последствиями. Следует внимательно выбирать тренера и учитывать физическую подготовку каждого работника. Была ситуация, когда во время соревнований женщина-руководитель сломала руку и не могла понять, случилось ли это случайно или нет. Если в организации работают активные молодые люди, а начальник не имеет хорошей физической подготовки, то не стоит проводить спортивную игру. Дело в том, что это может отрицательно сказаться на авторитете руководителя, а взаимоотношения коллектива — значительно ухудшаться. И в противоположной ситуации, когда директор имеет прекрасную спортивную подготовку, а сотрудники лишь изредка посещают тренировки, то нет смысла проводить такие мероприятия.

3. Речь идет об учебных тренингах, которые необходимы, чтобы сплотить коллектив. Мероприятие позволяет подготовить нового сотрудника к достижению позитивного результата в работе, найти общий язык и ввести новичка в курс дела. В течение нескольких часов новый работник знакомится со своими коллегами, узнает нюансы деятельности и перестает быть «чужим». У коллектива есть возможность узнать новичка и начать с ним активно сотрудничать. В обычном же режиме процесс адаптации может длиться неделями и месяцами для того, чтобы заработать авторитет. Тренинги будут особенно полезны в организации, где у персонала разный уровень образования.

Так же проблемой в формировании корпоративной культуры является заложение традиций и правил организации. Корпоративная культура выступает некой атмосферой, в которой существуют работники, а также это определенные правила и традиции, сформировавшиеся в процессе общей деятельности. Она основывается на комплексности развития организации, определении ценностей и соблюдении традиций, а также на полноценной оценке воздействия культуры на функционирование компании.

Культура организации помогает развивать чувство гордости сотрудников за свою компанию, с помощью нее они чувствуют причастность к общему делу, а также ощущают в полной мере полезность своей работы и сплоченность коллектива. По мере того, как коллектив растет, традиции выступают простым способом адаптации к корпоративной среде. Если новичок усвоил основные обычаи и принципы работы в компании, значит он включен в корпоративную среду.

Традиции и ценности корпоративной среды могут также выступать способом нематериальной мотивации. Условия труда во многих конкурентных компаниях одинаковы, поэтому кадры периодически уходят к конкурентам — единственным преимуществом вашей фирмы может стать высокий уровень внутренней культуры. Комфортная, дружелюбная атмосфера на работе является способом получения лояльности сотрудников, а эффективно выстроенная

внутренняя корпоративная культура значительно снизит затраты на подбор кадров.

Неотъемлемой частью корпоративной культуры крупных компаний являются подарки для сотрудников. И не зря. Ведь они выступают инструментом повышения их лояльности к организации, способом удержания, особым знаком внимания и проявлением уважения. Грамотно подобранный подарок должен подчеркнуть важность сотрудника, его индивидуальность и ценность для компании. Лучше выбирать корпоративные презенты, подчеркивающие идею единства и особое значение каждого звена. Для воплощения этой концепции можно использовать образ картины с логотипом компании, сложенной из нескольких пазлов — их число можно определить по количеству выдающихся кадров компании. И уже на официальном значимом мероприятии руководитель вручит пазлы работникам, тем самым подчеркнет вклад и ценность каждого в развитие компании. Можно сопроводить подарок подставкой, и тогда изделие займет почетное место на рабочем столе сотрудника, и каждый день будет мотивировать его на новые свершения.

Одной из оригинальных идей корпоративных подарков может быть наградная медаль в виде знака качества с личной подписью генерального директора. Также необычным презентом будет статуэтка в виде атланта, тем самым вы сможете показать сотруднику, что именно на его плечах держится развитие компании.

Традиции — это то, что компании проносят с момента их непосредственного формирования. Потребность в корпоративной культуре очевидна, а традиции — то, без чего не может существовать эффективная и конкурентоспособная компания на рынке.

Подводя итоги важно отметить, что любая корпоративная среда изменяется — и это не только вынужденная необходимость. С первого взгляда, корпоративная культура — это утвердившаяся система ценностей, с другой — динамика, которая видоизменяется со временем, и вполне естественно, что новые члены коллектива не только впитывают ценности компании, но и вносят свои. К решению проблем, назревающих в коллективе, стоит подходить целесообразно, и, возможно, решение кроется в пересмотре корпоративной культуры. Важно, чтобы сотрудники сохраняли свободу выбора и действий.

Со временем к большинству предпринимателей придет осознание того, что развитие корпоративной культуры имеет прямое отношение к эффективной деятельности, повышению конкурентоспособности и процветанию бизнеса в целом.

Список использованных источников

1. Макеев В. А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации / Под. ред. В. Д. Грибова. Изд. стереотип. М.: ЛЕНАНД, 2016.

2. Гудкова Т. В. Особенности корпоративной культуры российских компаний: монография. — Москва: Проспект, 2016.

3. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. — С-Пб.: Питер, 2014.

4. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. — С-Пб.: Питер, 2017.

Жибоедова Т.М.,¹

Гусев А.К.²

РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Аннотация. Рассмотрены основные причины конфликтов в деятельности организации, работающей в сфере гостиничного бизнеса. Проведен анализ системы управления конфликтами гостиницы. Предложены рекомендации по минимизации конфликтов в данной организации.

Ключевые слова: конфликт, система управления конфликтами, алгоритм управления конфликтными ситуациями.

Конфликт — это метод разрешения важных противоречий, возникающих в процессе взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и обычно сопровождающийся негативными эмоциями [4].

Конфликт — это проявление объективных или субъективных противоречий, выражающихся в противоборстве сторон [3].

Гостиничный бизнес — это одна из тех сфер, где по разным причинам всегда высок конфликтный потенциал [2].

На примере гостиницы «Экотель» попробуем проанализировать основные причины конфликтов в данной организации и найти пути их разрешения. Для решения данной задачи был проведен SWOT — анализ положения гостиницы «Экотель».

¹ Жибоедова Татьяна Михайловна — студентка 3 курса, группа М-301, направление подготовки «Менеджмент», профиль «Управление малым бизнесом».

² Гусев Андрей Константинович — заведующий кафедрой менеджмента.

SWOT-анализ положения ООО «Экотель» на рынке гостиничных услуг

	Возможности	Угрозы
	<p>1. Увеличение спроса на гостиничные услуги осенью и весной.</p> <p>2. Увеличение гостиничных услуг за счет внедрения дополнительного ассортимента гостиничных услуг.</p> <p>3. Положительная динамика ростов доходов населения.</p> <p>4. Привлекательность большинства туристов за счет своей истории и уникального дизайна.</p> <p>5. Незначительное количество конфликтных ситуаций внутри коллектива, а также между персоналом и гостями.</p>	<p>1. Появление новых конкурентов (гостиниц, хостелов, отелей) в районе расположения гостиницы с привлекательными ценами, с тем же набором дополнительных услуг.</p> <p>2. Увеличение в гостинице себестоимости гостиничных услуг.</p> <p>3. Отсутствие в гостинице полноценного, современного технического оснащения.</p> <p>4. Снижение удовлетворенности у гостей предоставляемыми услугами.</p>
Сильные стороны	Как воспользоваться возможностями	За счет чего можно снизить угрозы
<p>1. Наличие достаточного количества квалифицированных кадров.</p> <p>2. Есть дополнительные гостиничные услуги (конкурентоспособность).</p> <p>3. Удачное местоположение (за городом).</p> <p>4. Продолжительная деятельность.</p>	<p>1. Разработка дополнительного ассортимента гостиничных услуг.</p> <p>2. Возможность захватить долю конкурента, покинувшего рынок.</p> <p>3. Рост потока гостей за счет положительного имиджа.</p> <p>4. Усиление маркетинга.</p> <p>5. Предложений акций и специальных предложений на размещение и дополнительные услуги.</p>	<p>1. Удержать потребителей от перехода к конкуренту, проинформировав о высоком качестве услуг, о минимальных затратах клиента на услуги размещения даже в «высокий» сезон, проведение акций.</p> <p>2. Разработать гибкую ценовую политику для всех клиентов.</p> <p>3. Привлечь инвестиции для расширения ассортимента гостиничных услуг.</p> <p>4. Усовершенствовать стандарты и правила поведения во время обслуживания потребителей гостиничных услуг для персонала.</p> <p>5. Обучение и повышение</p>

		квалификации персонала на предмет правильного распределения должностных обязанностей во время обслуживания гостя.
Слабые стороны	Что может помешать воспользоваться возможностями	Самые большие опасности для гостиницы
1. Зависимость от сезона (в летнее время «Экотель» более популярен). 2. Высокая стоимость основных и дополнительных услуг. 3. Нет гибкой ценовой политики. 4. Некоторые помещения требуют капитального ремонта.	1. Риск не успеть за развивающимся и быстро растущим рынком гостиничных услуг. 2. Потеря потенциальных клиентов из-за их недостаточной информированности. 3. Техническое оснащение номеров не удовлетворяет нужд и пожеланий потребителя.	1. Удержать потребителей от перехода к конкуренту, проинформировав их о высоком качестве услуг, о минимальных затратах клиента на услуги размещения даже в «высокий» сезон, проведение акций. 2. Разработать гибкую ценовую политику для всех клиентов. 3. Привлечь инвестиции для расширения ассортимента гостиничных услуг.
		4. Усовершенствовать стандарты и правила поведения во время обслуживания потребителей гостиничных услуг для персонала. 5. Обучение и повышение квалификации персонала на предмет рационального распределения должностных обязанностей.

Проанализировав внешние и внутренние факторы, которые влияют на общее положение гостиницы «Экотель» можно выделить следующие моменты:

- рисков у гостиницы «Экотель» не так много, во многом благодаря продолжительной деятельности в этом сегменте рынка. Но даже самые несущественные минусы могут перевести гостиницу в зону «риска» и принести убытки;
- недостаточная реклама. Единственный положительный момент в рекламе гостиницы «Экотель» — это привлекательность местоположения

и продолжительная деятельность (позитивный имидж). В остальном же, гостиница пользуется уже имеющимся имиджем и услугами онлайн-бронирования для привлечения новых потребителей;

— возможность разработать дополнительный ассортимент гостиничных услуг. Если гостиничный комплекс захочет расширить сегмент потребителей, дополнительная гостиничная услуга может сделать это возможным.

Для анализа конфликтов в гостинице «Экотель» представляется необходимым изучить организационную структуру гостиницы и определить, где и почему происходит основная масса конфликтов.

Итак, основными сотрудниками в обслуживании потребителя являются: старший менеджер службы приема и размещения, администраторы, официанты, охранники, горничные и уборщицы. Данные сотрудники могут контактировать с гостем в гостинице напрямую, влияя на его ежедневное настроение, могут влиять на его удовлетворенность и учитывать пожелания.

При опросе сотрудников гостиницы были выявлены основные службы, в которых происходят конфликтные ситуации.

В ходе анализа конфликтных ситуаций, которые приходятся на каждую службу, были учтены внутренние и внешние конфликты с гостями. Анализ показал, что 67% конфликтов происходит в службе приема и размещения, 11% всех конфликтных ситуаций приходятся на службу номерного фонда, по 10% пришлось на службу предоставления питания и службу безопасности. Остальные 2% — это конфликты, связанные с руководством гостиницы (владелец и генеральный директор).

Анализ проводился на основе сведений, взятых из учетной книги руководителя каждой службы, в которой фиксируются конфликтные ситуации на каждом уровне (внутренние и внешние). Чтобы понять, какие конкретно конфликтные ситуации встречаются в гостинице больше всего, были взяты данные служб: приема и размещения, номерного фонда, предоставления питания и безопасности.

Учет конфликтных ситуаций показал, что основную угрозу представляют внешние конфликты, что является очень опасным для деятельности гостиницы. Данная статистика показывает, что, несмотря на то, что гостиница старается управлять конфликтами как внутренними, так и внешними, основные конфликты — это конфликты между сотрудниками и гостями, что, безусловно, влияет на общий имидж и репутацию гостиницы.

Анализ системы управления конфликтами гостиницы показал отсутствие основного стандарта обслуживания в конфликтных ситуациях, что сказывается на общей системе управления конфликтами. Сотрудники службы приема и размещения должны знать подобные стандарты на «отлично»,

чтобы никогда не теряться в тот момент, когда возникает конфликтная ситуация.

Стандарт должен отвечать на следующие вопросы сотрудников: как действовать в конфликтной ситуации; как выйти из конфликтной ситуации; что должен сделать сотрудник для гостя в конфликтной ситуации; при невозможности разрешения конфликтной ситуации кого можно пригласить из высшего руководства для решения конфликта.

Итак, в гостинице «Экотель» были выявлены следующие внешние и внутренние конфликты.

1. Внутренние конфликты.

По мнению сотрудников, одним из таких примеров конфликта является неточное определение обязанностей персонала и сроков для их выполнения. Таким образом, данную проблему можно охарактеризовать как производственный конфликт. Результатом внутреннего конфликта может быть внешний конфликт:

— при несвоевременном поступлении информации для каждой службы, основное обслуживание гостя происходит либо намного позже положенного времени, либо вообще отсутствует;

— медленное обслуживание персоналом сказывается не только на настроении гостей, но на имидже гостиницы и ее репутации, что в последствии отражается на потоке гостей в гостиницу и на загрузку в целом;

— отсутствие стандарта поведения в конфликтных ситуациях повышает негатив со стороны гостя, который переходит дальше по служебной «лестнице» вплоть до генерального директора гостиницы.

Отсутствие слаженного механизма работы и четкого разграничения обязанностей влечет за собой то, что каждый сотрудник начинает перекладывать ответственность за конфликт на другого сотрудника, обвиняя в этом другие службы, или ссылается на недостаточное количество информации о госте в момент каждого этапа его обслуживания и др.

2. Внешние конфликты.

В ходе изучения внешних конфликтов были выявлены основные причины обращения гостей к персоналу (таблица 2).

Анализ причин обращения гостя к персоналу гостиницы
(причины конфликтных ситуаций)

Причина обращения гостя	Описание проблемы	Решение проблемы со стороны гостиницы
Не соответствие технического оснащения номера заявленному на сайте гостиницы	В учете данных часто фиксируется такая проблема, как «несоответствие технического оснащения номера». Гости приходят за стойку рецепции и предъявляют претензии по поводу отсутствия элемента технического оснащения номера, который был указан при бронировании на сайтах-посредниках, либо на фирменном сайте гостиницы.	Обычно гостиница «Экотель» решает данный вопрос в пользу гостя, заменяя ему номер на улучшенный, либо предоставляя элемент, который указан в условиях бронирования. Если такого элемента в гостинице нет, предоставляется дополнительная услуга в качестве извинения.
Долгое предоставление номера выбранной категории, либо медленное обслуживание гостя	Плохое взаимодействие гостиничных служб ведет к задержке обслуживания. Гости нередко жалуются на медленное обслуживание, долгое предоставление номера.	Администраторы службы приема и размещения приносят свои извинения за доставленные неудобства.
Самостоятельная доставка багажа до номера, самообслуживание в ресторане гостиницы.	Довольно редкая причина обращения гостя. Но данная техническая неувязка требует разрешения со стороны руководства гостиницы «Экотель».	Нет решений в данной ситуации. Иногда администратор сам помогает доставить багаж до номера гостю.
Шум в холле гостиницы в ночное время.	Так как гостиница является хорошим местом для проведения праздников (более 10% потребителей гостиничных услуг обращаются именно с данной целью в гостиницу), то многие гости после проведения праздников мешают остальным гостям наслаждаться собственным отдыхом и сном	Персонал гостиницы «Экотель» просит вести шумных гостей себя тише несколько раз, после чего самостоятельно решает, что конфликт исчерпан, даже если хоть одна сторона осталась недовольной.

В таблице 2 рассмотрены самые частые причины обращения гостя на стойку рецепции с намерением разрешения конфликта. К сожалению, стоит отметить, что все вышеуказанные причины являются ошибками либо самих сотрудников гостиницы, либо следствием неправильного разрешения возникающих конфликтных ситуаций.

Таким образом, можно подвести итоги анализа конфликтных ситуаций в гостинице «Экотель»:

— отсутствие стандартов поведения персонала в условиях конфликтных ситуаций;

— наличие проблем технического оснащения номерного фонда; недостатки при самообслуживании в ресторане при наличии в организационной структуре официантов; самостоятельная доставка багажа до номера и иные причины, которые могут вызвать негатив у гостя;

— плохое взаимодействие гостиничных служб (медленное обслуживание потребителей);

— отсутствие заинтересованности у персонала в решении конфликтных ситуаций, а также отсутствие заинтересованности у руководства гостиницы в повышении квалификации сотрудников (изучение стандартов, тренингов и др.).

Для решения проблем в управлении конфликтами в гостинице были разработаны рекомендации по их минимизации, а именно:

1) разработка стандартов обслуживания гостей в конфликтных ситуациях;

2) разработка должностных обязанностей взаимодействия гостиничных служб и персонала во время обслуживания гостя (доработка должностных инструкций);

3) внедрение методики профилактики конфликтных ситуаций персонала.

Далее рассмотрим подробнее каждую предложенную рекомендацию:

1. Разработка стандартов обслуживания гостей в конфликтных ситуациях.

В качестве руководства к действию можно предложить следующие меры для администратора:

— как правило, ссора возникает по причине излишней напряженности или заикленности на проблеме, а раздраженный человек не способен адекватно воспринимать информацию. Необходимо позволить стороне конфликта высказаться, а уже после попытаться аргументированно озвучить свою позицию;

— довольно часто в конфликтах проявляется агрессия, вызванная раздражением. В свою очередь раздражение возникает от неспособности донести до собеседника или навязать ему свою точку зрения. В таких случаях следует переключить внимание гостя на отвлеченные предметы, приносящие положительные эмоции;

— гостиничному персоналу необходимо соблюдать культуру поведения. В ссорах недопустима как агрессия, так и неуважение к гостю;

— необходимо попытаться выслушать позицию гостя, задать уточняющие вопросы, а затем таким же образом кратко и грамотно изложить свое мнение. Разговаривать с ним следует мягко и как можно менее агрессивно;

— не следует забывать о том, что, пытаясь доказать свою точку зрения всеми доступными методами, одна из сторон рискует остаться вообще не понятой;

— если присутствует сознание своей неправоты, лучший способ выхода из

конфликта – чистосердечное извинение.

Во избежание конфликтных ситуаций персоналу следует обратить внимание в обслуживании гостей на следующие моменты:

— пренебрежение приветствием гостя. Каждый человек, вошедший в отель или приблизившийся к стойке размещения (лобби-бара, консьержа и т.д.), должен быть замечен сотрудником гостиницы, пусть даже это охранник;

— демонстрация недовольства проблемами гостя. Если гость обращается к персоналу с просьбой решить какую-либо возникшую проблему, то он это делает в том случае, если уже не может с ней мириться или испробовал собственные способы её устранить;

— еда в присутствии гостей. Но даже если персонал очень голоден, нельзя допускать того, чтобы сотрудникам пришлось общаться с клиентом с набитым ртом или даже сделать знак, просящий подождать, пока с едой будет покончено;

— проведение звонков. В основном это выражается в недопустимо долгом удержании клиента на линии под типичную мелодию удержания, без указания возможного времени удержания;

— отсутствие визуального контакта с гостем. Визуальный контакт с собеседником важен не только при общении с гостем, а при разговоре с любым человеком вообще;

— недостаточное внимание к этикету;

— посторонние диалоги с коллегами в присутствии гостя;

— злоупотребление профессиональными терминами в разговоре с гостем;

— жалоба клиенту на руководство или на гостиницу вообще.

Правила поведения администратора во время конфликта с гостем:

— удалить гостя от других гостей (насколько возможно);

— выслушать его;

— принести извинения ему;

— предложить пути решения проблем;

— принести итоговые извинения.

Одной из самых главных задач сотрудников в гостинице «Экотель» являются правильные и здоровые взаимоотношения внутри коллектива. Правила служебного поведения разработаны с целью гармоничного и комфортного сочетания плодотворной деятельности гостиницы, которые касаются каждого сотрудника без исключения

Этикет служебного поведения позволяет продемонстрировать лучшие деловые и личностные качества сотрудников. «Хорошие манеры прибыльны» — это одна из формул успеха.

2. Именение содержания должностных инструкций.

Вторая разработка касается отсутствия прописанных должностных обязанностей сотрудников в обслуживании гостя.

Сам цикл обслуживания гостя довольно прост: бронирование, прием и размещение, дополнительное обслуживание и выезд гостя. Но если не знать банальных правил коммуникации, начнется конфликт на почве профессионального стресса, чтобы этого не допустить, были разработаны основные пункты, которые необходимо добавить в стандарт.

3. Внедрение системы мер профилактики конфликтных ситуаций персонала.

Подобная мера позволила бы существенно оптимизировать существующую систему разрешения конфликтов без серьезного изменения структурных схем и введения новых штатных единиц. Рекомендуется включить в функционал линейных руководителей обязанности заниматься указанной деятельностью на уровне должностных инструкций. Если бы подобная мера была осуществлена, то эффект от ее грамотного применения был бы заметен уже на первых порах, так как предупредить конфликты гораздо легче, чем конструктивно разрешить их.

В качестве непосредственных мер по профилактике конфликтов в гостинице «Экотель» можно выделить следующие:

1. Периодическое анкетирование сотрудников гостиницы «Экотель».
2. Проведение тренингов для персонала гостиницы по разрешению конфликтных ситуаций.
3. По мере необходимости создать кабинет психологической разгрузки в форме «восточной модели» преодоления социальных конфликтов.
4. Строгая фиксация всех отслеженных конфликтных ситуаций с указанием действующих лиц, предмета спора, примененных методов и полученных результатов.

Таким образом, представленные основные рекомендации помогут решить проблемы управления конфликтами в гостинице «Экотель».

Список использованных источников:

1. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. — М.: Феникс, 2015.
2. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристический бизнес. — М.: СПб.: Феникс, 2014.
3. Гришина М. Мастер психологии. Психология конфликтов. 3-е издание. — М.: Питер, 2016.
4. Дмитриев А.В. Конфликтология: Учебное пособие. — М.: Альфа-М, Инфра-М, 2013.
5. Егидес А. Психология конфликта: Учебник. — М.: Издательский дом Университета «Синергия», 2013.

ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА БАЗЕ МОСКОВСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА

Аннотация: В данной статье рассмотрены характеристики проектного управления в ГУП «Московский метрополитен», раскрывается алгоритм создания проектного офиса.

Ключевые слова: проектное управление, проектный менеджмент, проектный офис, проектный подход.

Особое значение приобретает проектный менеджмент в строительстве. В последние годы активное строительство развернуто в ФГУП «Московский метрополитен», где проектное управление лишь зарождается. Для достижения целей московского метрополитена и для внедрения проектного управления возможно применение этапизации строительных проектов (рис. 1).

На первом этапе в целях координации деятельности всех служб организации, осуществляющих непосредственное сопровождение проекта (контракта, заключенного ГУП «Московский метрополитен» с подрядчиками), несколько сотрудников организации наделяются обязанностями по обобщению и анализу всей поступающей от непосредственных исполнителей (строителей, ремонтных рабочих, субподрядчиков и т.д.) документальной информации.

По мере реализации проекта выполняется второй этап — накопления практического опыта и ведения ресурсного учета. Завершается структуризация и накопление базы знаний по проектному управлению, в частности в сфере оборудования депо «Солнцево».

По итогам завершения проекта реализуется третий этап создания проектного офиса, который заключается в анализе и передаче накопленного опыта. Анализируются успехи, просчеты и неудачи в проектной деятельности.

¹ Катасонов А.Н. — магистр, АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

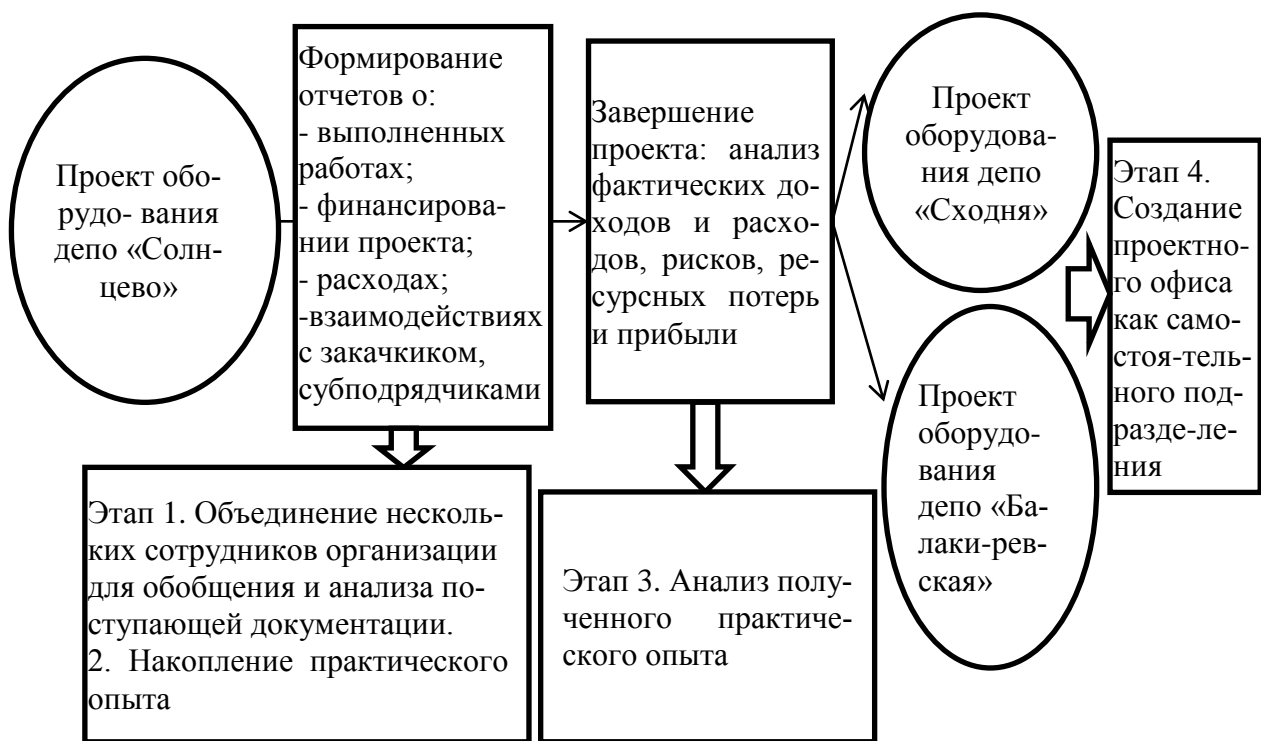


Рис. 1. Алгоритм создания проектного офиса исполнителя ГУП «Московский метрополитен».

При реализации коммерческой организацией нескольких проектов (сопровождении нескольких контрактов) возникает необходимость создания проектного офиса как штабного подразделения, непосредственно осуществляющего сопровождение проектов. Данная задача реализуется в четвертом этапе - создание офиса.

Проектный офис может создаваться на отдельный большой проект, на программу, на подразделение, на всю компанию (на портфель). Офисы обретают специализацию, исходя из типа проектов, программ, сферы деятельности подразделения. Уровень организации проектных офисов во многом параллелен уровню развития менеджмента в целом, что вполне согласуется со стадией жизненного цикла компании.

Офис возглавляет руководитель, а само подразделение включает, как правило, двух и более исполнителей разных специальностей, в том числе: администраторов, экономистов, снабженцев и т. п.

Основные задачи, решаемые проектным офисом:

- содействие успешному и эффективному завершению максимального числа проектов;
- упрощение доступа участников проектной деятельности к необходимой информации;
- обеспечение соблюдения общекорпоративных правил и норм ведения проектной деятельности;
- содействие достижению практических результатов при выполнении задач;
- сокращение сверхбюджетных инвестиционных расходов;
- рационализация процессов использования и распределения ресурсов;

- оценка эффекта от экономии инвестиционных бюджетов;
- оценка направлений стандартизации и унификации процессов реализации проектных мероприятий;
- оценка эффекта концентрации РМ на основных задачах проекта без отвлечения на рутину и другие виды деятельности.

При реализации проектного управления на российских предприятиях, осуществляющих свою деятельность за счет бюджетного финансирования, возникает и оценивается проблема формирования и развития проектных команд. Это связано с тем, что большая часть российских предприятий представляют собой традиционные индустрии XX века с вертикальным устройством власти, в связи с чем иерархические структуры сдерживают переход к более эффективной модели управления – горизонтальной. В современных организациях ответственность и полномочия распределяются между участниками и руководителями отделов (центров, лабораторий и других структурных подразделений), а не лежит целиком и полностью на одном начальнике (проектном менеджере).

Решение данной проблемы возможно только лишь через повышение уровня компетенций, проектной и профессиональной дисциплины сотрудников отечественных предприятия, а также принятия проектного менеджмента, в первую очередь, как идеологии, с набором ясных принципов, а не жесткого регламента с пошаговыми процедурами [1].

Успешное внедрение проектного управления также связано с преодолением проблемы закрепления изменений, которые, как правило, воспринимаются сотрудниками крайне негативно.

Существенным отличием деятельности сотрудников коммерческих организаций от государственных (или с частичным государственным участием) является степень ответственности участников. В подразделениях государственных организаций работники, как правило, несут ответственность за свои индивидуальные результаты, в то время как в команде сотрудников коммерческих организаций формируется коллективная ответственность за конечный результат. Коллективная ответственность по результатам совместного труда членов команды, создает потенциальную возможность повышения эффективности проекта.

В командной работе проектного офиса крайне важен высокий уровень самоконтроля и самомотивации, тогда как в государственном секторе с каждого участника требуется персональный отчет о проделанной работе.

В государственном секторе лидером выступает непосредственный начальник, руководитель, который распределяет между членами группы задачи. А в коммерческой организации лидер не обязательно является начальником, им может быть и один из членов проектного офиса, обладающий харизмой, высоким уровнем ответственности и инициативности, нацеленным на результат и командную работу.

До недавнего времени в организации работы федеральных органов исполнительной власти использовался процессный подход, который подразумевает разделение всей деятельности организации на процессы, аппарата управления – на блоки и нацелен на эффективное решение задач операционного менеджмента.

С его помощью решались задачи по сокращению внутренних издержек федеральных служб при предоставлении государственных услуг.

Для продвижения внедрения проектного подхода при Министерстве экономического развития России в 2013 году был утвержден Совет по внедрению проектного управления в органах власти, куда включены представители бизнеса, образования и науки.

Сейчас в федеральных и региональных органах исполнительной власти с помощью проектного подхода решаются задачи по внедрению новых технологий и реализации государственных программ, в которых необходимо рациональное расходование ресурсов, четкое разграничение зон ответственности и достижение ключевых показателей эффективности, что важно в нынешних условиях дефицита государственного бюджета. К таким проектам относится, например, модернизация федеральной государственной информационной системы федеральных служб.

Задачи рассматриваются как проекты, а не как процессы, есть ограничение по времени, ресурсам и финансам. При проектном подходе основная ориентация направлена на достижение заранее определённой цели, а при процессном подходе - нацеленность на ход событий и организацию процессов. Поэтому проектный подход используется, преимущественно, в процессе создания новой технологии, а процессный подход - для анализа эффективности текущей операционной деятельности и поиска возможных резервов [2]. В свою очередь предполагается, что для гармоничного и наиболее продуктивного выстраивания процессов на федеральном уровне необходимо сочетание проектного и процессного подходов.

Список использованных источников:

1. Аверин А.В., Кобиашвили Н.А. Проектный менеджмент: проблемы и перспективы развития на отечественных предприятиях// Вестник науки и образования. — 2018.— № 3 (14) — С. 25–27.

2. Дронник Н.А. Офис управления проектами в государственных организациях//Журнал — Аллея науки. — 2018. — № 5(21), т. 4. — С. 553–558.

Коновалова Е.А.¹

ЭФФЕКТИВНЫЙ КОНТРАКТ КАК МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Аннотация. За последние пять лет государством был принят ряд мер по повышению мотивации работников здравоохранения и престижа профессии. Одним из путей достижения поставленных целей было внедрение эффективного контракта. В данной статье рассмотрен эффективный контракт как механизм регулирования заработной платы в сфере здравоохранения.

¹ Коновалова Екатерина Андреевна — магистрантка 2 курса факультета Экономики и управления Московского гуманитарного университета.

Ключевые слова: эффективный контракт, заработная плата, здравоохранение, механизм регулирования, критерии оценки.

Ключевой задачей социальной сферы в последние годы является повышение качества здравоохранения. Мотивация медицинского персонала на оказание качественных медицинских услуг — один из факторов, помогающих в достижении этой цели. Именно поэтому пересмотрена схема оплаты труда медицинских работников. Низкий уровень заработной платы стимулировал приток квалифицированных работников в социальную сферу и научные организации в другие отрасли и за рубеж, снижал мотивацию качественной работы, произошло устаревание квалификации рабочие и технологические, социальные и научные отрасли были непривлекательны для молодежи, развивались теневые отрасли, выплаты при оказании социальных услуг.

Для решения проблем была разработана эффективная контрактная модель. Его введение начались в 2012 году — «майские» указы Президента РФ Федерация Владимира Путина. Президент Российской Федерации говорил об этом еще в 2012 году. Тогда был издан Указ Президента РФ от 7 мая 2012 года №597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики». Правительством была разработана Программа совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012–2018 годы [3].

Идея нового механизма заключалась прежде всего в обеспечении достойной заработной платы социальным работникам и ученым, позволяющей им сосредоточиться на своих основных задачах и не искать дополнительную подработку. Для этого уровень оплаты труда постепенно должен был достичь среднего уровня в регионе, а в будущем и превзойти его. Должна была сложиться ситуация, в которой представители этих профессий ориентированы на профессиональное развитие и, как следствие, повышение качества своей работы. Согласно опросам 2012 года, большинство россиян согласились с тем, что качество медицины и образования зависит от уровня заработной платы бюджетников. В то же время, те, кто работает лучше, должны были, по мнению граждан, получать более высокое вознаграждение за свой труд [1, с 7].

Эффективный контракт в здравоохранении является особой формой трудового договора с работниками, содержащим детализированные и подобно изложенные положения, касающиеся трудовой функции, условий получения заработка и начислений выплат, которые должны стимулировать эффективную работу.

Эффективным контрактом устанавливается более тесная зависимость между оплатой труда и его результатами. В нем предполагается, по мнению Кадырова Ф. Н., как рост оплаты труда при росте показателей, так и ее снижение при падении показателей работы.

Из вышесказанного становится понятно, что эффективный контракт является не каким — то новым видом трудового договора, а тем же самым трудовым договором, подписанным с сотрудником и продолжающим действовать или но-

вым трудовым договором, заключаемым с новым сотрудником, но имеющий более конкретизированное содержание согласно указаниям Президента РФ [5, с 38].

На рисунке 1 представлены организационные предпосылки перехода к эффективному контракту.

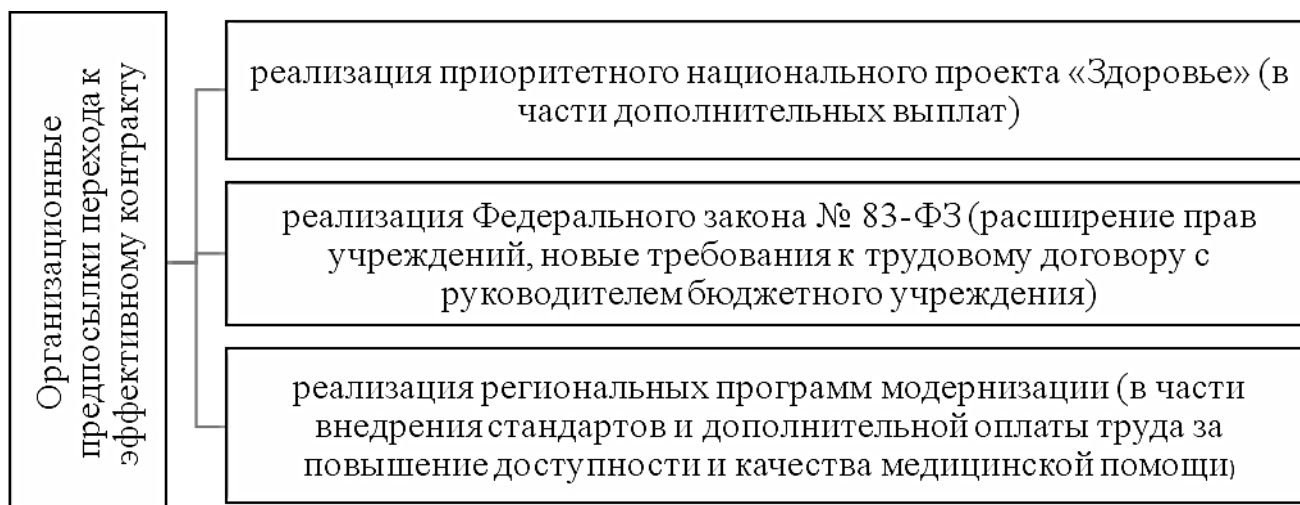


Рис. 1. Организационные предпосылки перехода к эффективному контракту

Данная программа преследовала следующие цели:

- сохранить кадровый потенциал;
- повысить престижность и привлекательность работы в медицинском учреждении;
- обеспечить соответствие оплаты труда сотрудников качеству оказываемых ими государственных услуг (выполненных работ).

В отношении всех работников необходимо уточнить и конкретизировать их трудовые функции, показатели и критерии оценки эффективности работы, установить размер вознаграждения, а еще размер поощрения за достижение коллективных результатов труда.

Медицинские учреждения выбирают различную тактику формирования оценочных показателей, имеют необходимую свободу в разработке и текущей корректировке показателей работы в связи с эффектом привыкания к ним персонала, при этом эта степень свободы не используется во вред медицинскому персоналу и не оказывает дезорганизующего влияния на работу медицинских учреждений. Отказ от индивидуальных коэффициентов сделал систему критериев оценки работы врачей более прозрачной и способствовал избавлению от субъективности в оценке [1, с 85].

Так, на рисунке 1 представлены примеры критериев оценки качества труда медицинских работников.

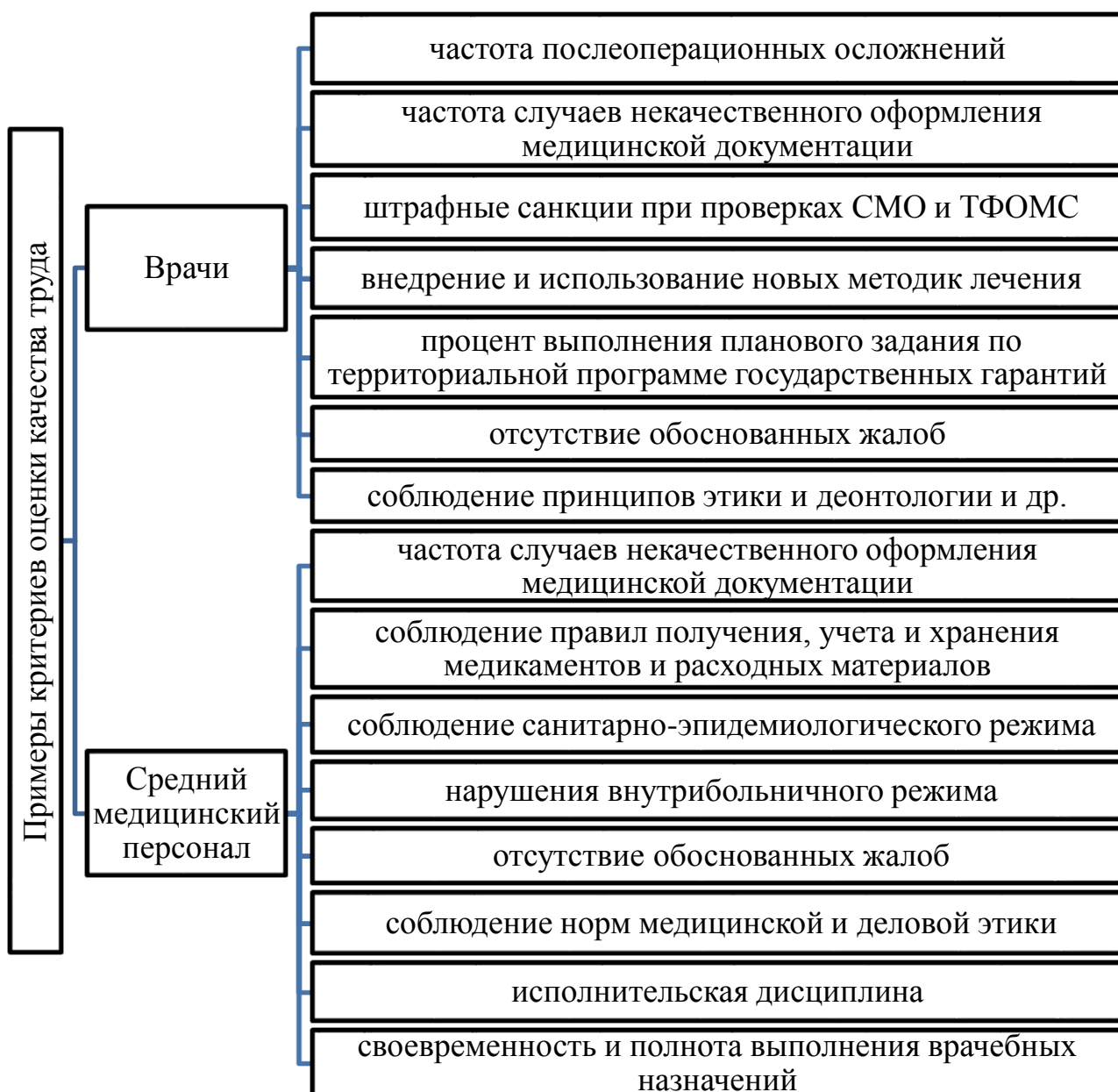


Рис. 1. Примеры критериев оценки качества труда медицинских работников

Изменение системы стимулирования направлено на отмену постоянных выплат, формально квалифицируемых как стимулирующие, но реально не мотивирующие работников к качественному и эффективному выполнению трудовых обязанностей, при этом предоставляя возможность перераспределять средства на повышение заработной платы работников и реальные стимулирующие выплаты.

Переход на эффективный контракт в здравоохранении обеспечивает более эффективное управление социально — трудовыми отношениями между их субъектами (работник, работодатель, государство) [2, с 77].

Согласно официальным результатам внедрения эффективного контракта: Заработная плата медицинских работников в % от среднемесячной начисленной заработной платы наемных работников в организациях, у индивидуальных предпринимателей и физических лиц, в целом по России в первом квартале 2018 г.:

— Врачи - 200%;

- Средний медицинский персонал — 100%;
- Младший медицинский персонал — 94%.

В 2018 г. полностью завершён перевод работников медицинских организаций на эффективный контракт в 85 субъектах РФ [4]. За период с 2012 по 2017 г. заработная плата в целом по экономике выросла в номинальном выражении в 1,5 раза, заработная плата врачей — в 1,7 раза, а в реальном выражении (с учетом индекса роста потребительских цен) — на 17%.

В ходе внедрения в учреждения бюджетной сферы эффективного контракта как институциональной формы реализации трудовых отношений было выявлено некоторые риски. Например, было выявлено, что часть работников не довольна высокой дифференциацией в уровнях оплаты труда и тем, что отсутствует возможность совмещать виды занятости, присутствует недопонимание критериев эффективности, являющихся основой стимулирующих выплат, принципов их распределения. [3]

Итак, из вышесказанного можно сделать следующие принципиально важные выводы. Во-первых, произошел переход к эффективным контрактам в бюджетной сфере, и в настоящее время опыт его внедрения в бюджетных учреждениях нуждается в его дальнейшей реализации. Этот переход является сложным и тщательно подготовленным процессом, важнейшим условием которого является создание для сотрудников системы обучения и консультирования по повышению осведомленности. Во-вторых, имеется необходимость в комплексной кадровой политике, основанной на открытости системы оценки персонала, системы найма, карьерных возможностей, поощрении разных категорий сотрудников.

Список использованных источников:

1. Кузьминов Я. И., Попова С. А., Якобсон Л. И. Эффективный контракт для профессионалов социальной сферы: тренды, потенциал, решения. Экспертный доклад; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2017. — 141
2. Салдан И. П., Трибунский С. И., Колядо Е. Вл., Колядо В.Б., Дорофеев Ю. Ю., Карташев В. Н. Эффективный контракт как фактор управления социально-трудовыми отношениями в системе здравоохранения // Медицина в Кузбассе — 2017. — № 3. — с 72–77.
3. Хомякова О.Л. Эффективный контракт в сфере здравоохранения Российской Федерации // Научное сообщество студентов XXI столетия. ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. LXIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(68). [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://sibac.info/archive/social/9\(68\).pdf](https://sibac.info/archive/social/9(68).pdf).
4. Шишкин С.В., Темницкий А.Л. Результативность внедрения эффективного контракта с медицинскими работниками. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kafedroziz.ru/files/conference_2019/41.pdf.
5. Штыкова Н. Н. Эффективный контракт: вопросы правоприменения // Диалог. — 2017. — № 1 (6). — с 37–44.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ СФЕРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРАХ

Аннотация. В статье представлена позиция автора в отношении отдельных сегментов российского рынка труда, ориентированных на потребности сферы малого предпринимательства и его субъектов. Рассматриваются основные компетенции работников данной сферы, кадровые особенности и характеристики.

Ключевые слова: малое предпринимательство, рынок труда, компетенция, кадры, государственное регулирование предпринимательства, спрос, занятость.

Сегодня, в непростых условиях рыночной нестабильности и вытеснения с российского рынка малых форм хозяйствования, к которым и относится сфера малого предпринимательства, наиболее выпукло и остро стоит проблема кадрового обеспечения данной сферы. Ведь устойчивое развитие малого бизнеса, его эффективность, которая часто ассоциируется при выборе форм и методов государственной поддержки с выполняемой им фискальной функцией, невозможно без перебойного кадрового обеспечения со стороны рынка труда.

Остановимся на так называемой управленческой компетенции кадров в сфере малого предпринимательства. Наблюдаемая сегодня неоднородность данной сферы (самозанятые и организации — юридические лица) позволяет выделять особые смешанные формы занятости, когда сам глава компании является одновременно исполнителем многих функций, присущих наемному работнику. Часто сотрудник предприятия малого бизнеса выступает сразу и как объект, и как и субъект управления. Отсюда — необходимость совмещения в своей деятельности сразу нескольких направлений (например — экономического, юридического, социального). Подобных специалистов на рынке труда найти сложно. Вузы, в которых выбраны профили в рамках направления Менеджмент, сталкиваются со сложностями передачи своих выпускников сначала на практику, а затем и на постоянные рабочие места в сферу малого бизнеса. В чем же проблема такого взаимодействия? Во-первых, малые предприятия не всегда готовы заключать договора о практике и трудоустройстве с вузами (чаще это делают средние, крупные и бюджетные предприятия). Это объясняется и неуверенностью в будущем, и отсутствием форм стандартной занятости с заключением трудовых договоров, и «серыми» формами финансирования заработной платы. Во-вторых, сфера малого предпринимательства часто сфера семейная, и студенты, получающие соответствующее образование (например по профилю подготовки, связанной с малым предпринимательством), уже активно трудятся и имеют рабочее место, заключая с вузом индивидуальный договор о практике.

¹ Крылова Елена Борисовна — доктор экономических наук, профессор, АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Если обратиться к статистике мегаполиса, то по данным Мосгорстата на 1 января 2018 года 85,8 тысяч малых предприятий города Москвы (около 70% от всех малых предприятий) обслуживали торговую сферу, а 20% вакансий московского рынка труда касались менеджмента в сфере продаж.

Остановимся на самих причинах «кадрового голода» для сферы малого бизнеса:

- малый бизнес, хотя и является источником новых рабочих мест, проигрывает в жесткой конкуренции с крупными компаниями, где выше заработная плата и есть социальные гарантии;
- малые предприятия часто сами «растят» специалистов (семейный бизнес, адаптация и наставничество);
- повышение квалификации часто возможно только за счет самих сотрудников, орадо реже — за счет самого предприятия;
- различие в мотивации (образе мышления) субъектов, предпочитающий предпринимательскую деятельность наемному труду.

Рассмотрим более подробно приводимый нами аргумент о различии мотиваций наемного работника и «микробизнесмена». Выбор наемного работника часто обусловлен такими мотивами, как фокус на своих правах, стремление к промежуточному результату, выполнение поставленных руководством задач, стремление сохранить свое место и должность, отказ от принятия собственных инициативных решений, отношение к конкретным обстоятельствам как к постоянным и неизменным. В отличие от наемного работника малый предприниматель фокусирует свое внимание на личном вкладе в бизнес-процессы, на конечном результате (получении прибыли), выполнении тех задач, которые определяет сам, стремится выходить за рамки должностных инструкций, готов принимать важные решения, иной раз и не имея полномочий, относится к конкретным обстоятельствам как к временным тенденциям, исследуя неопределенности внутренней и внешней среды и просчитывая возможные риски.

Если рассматривать практику вновь созданных малых предприятий, так называемых «стартапов», то кадровый вопрос можно разложить на следующие составляющие:

- поиск сотрудников
- кадровый учет
- охрана труда
- увольнения, сокращения
- социальный пакет
- корпоративная культура
- аутсорсинг, фриланс и прочие схемы привлечения кадров.

Отдельные стартовые малые предприятия ограничиваются первыми двумя позициями.

Если малое предприятие существует на рынке достаточно давно, более трех лет, то появляется такой круг задач, как:

- анализ типичных ошибок при работе с кадрами
- анализ рынка (сегмента рынка) труда
- адаптация и обучение сотрудников

- использование иностранной рабочей силы
- работа с особыми категориями граждан (молодежь, инвалиды и др.)

В данной статье рассмотрены основные, наиболее выпуклые проблемы «кадрового голода» сферы малого предпринимательства. Без решения этих проблем невозможно сформировать и бесперебойно развивать то, что мы сегодня называем предпринимательским потенциалом — новое поколение предпринимателей — вовлеченных в предпринимательскую деятельность различных групп граждан с иными ценностными ориентирами, к которым прежде всего следует отнести «будущих предпринимателей» — выпускников вузов.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Мосгорстата // <https://moscow.gks.ru/folder/35077>.
2. Малое и среднее предпринимательство в России. 2018. Стат.сб. // М.: Росстат.
3. Литвинова А.Г. Формы и методы управления в малом предпринимательстве// Наука и бизнес: пути развития. 2018. № 2. С.23–26.
4. Мамедова Н.А., Девяткин Е.А. Малый бизнес в рыночной среде. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019.

Лапшина В.В.¹

РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГА В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

Аннотация: В статье анализируется развитие лизинга в малых и средних предприятиях. Развитие лизинга способствует росту числа собственников и, прежде всего, увеличению среднего класса собственников, то есть владельцев малых и средних предприятий. Не случайно в промышленно развитых странах основными субъектами лизинга являются малые и средние предприятия. В статье анализируется развитие лизинга в малых и средних предприятиях.

Ключевые слова: финансовый лизинг, рынок, экономика, анализ, малое и среднее предприятие, бизнес.

В мировой практике лизинг занимает видное место среди финансовых инструментов. И хотя история лизинга насчитывает тысячи лет, тем не менее, на сегодняшний день ни юридическая, ни экономическая наука и практика не разработали единой концепции лизинговых операций. Причина этого была в значительной степени из-за традиционно существующих различий в нормах и практиках экономической и правовой жизни, которые привели к использованию различных подходов к определению лизинговых операций.

Объектом лизинговой сделки могут быть любые виды материальных ценностей, если они не уничтожены в процессе производства. Лизинг используется в качестве дополнительной схемы продаж, как взаимовыгодный экономический

¹ Лапшина В.В. — магистрант кафедры экономических и финансовых дисциплин Московского гуманитарного университета.

механизм, направленный на инвестирование в обновление основных фондов предприятия, как удобный элемент стратегического планирования развития компании [5].

Лизинговые компании могут быть как универсальными, так и узкоспециализированными. Универсальные лизинговые компании арендуют различные виды машин и оборудования. При этом арендатор имеет право выбрать поставщика необходимого оборудования, оформить заказ и получить объект сделки. Техническое обслуживание и ремонт выполняются либо поставщиком, либо арендатором [6].

Узкоспециализированные лизинговые компании обычно имеют дело с одним видом продукции (например, автомобили, контейнеры) или с товарами одной группы стандартных типов (строительная техника, оборудование для различных предприятий). Такие фирмы, как правило, имеют собственный парк машин или инвентаря и предоставляют их арендатору по требованию клиента. В этом случае арендодатели сами проводят техническое обслуживание и следят за его обслуживанием в рабочем состоянии.

В последние годы в российской экономической политике заметно прослеживается тенденция, заключающаяся в том, что государство возвращает себе активную экономическую функцию, связанную с необходимостью корректировки рыночных регуляторов. Помимо традиционных форм регулирования активно развиваются государственные инвестиционные программы и реализуются лизинговые проекты. Такой подход позволяет предприятиям и регионам получать прибыль.

В настоящее время доля лизинга в общем объёме инвестиций в основной капитал составляет 14,1%. Таким образом, Россия вполне может претендовать на 4–5-е место среди европейских стран по объёмам лизинга, приближаясь к таким лидерам, как Германия, Великобритания и Франция [4].

В 2018 г. в России объём сделок по сравнению с аналогичным периодом 2017 г. увеличился в 3,9 раза и составил всего 174 914,26 млн руб., по данным 57 компаний, принявших участие в исследовании. Здесь и далее сравнение 2016, 2017, 2018 гг. проводится по данным только тех компаний, которые предоставили данные за эти периоды. Причём количество компаний может не совпадать с количеством компаний, принявших участие в исследовании рынка лизинга по итогам 9 месяцев 2018 г. Данные приводятся без НДС (здесь и далее все показатели указаны без НДС). Количество сделок в 2017 г. увеличилось почти в 4 раза и составило 42 836.

Результаты 2018 г. выглядят скромнее в сравнении с 2016 г., рост объёма сделок составил 27,14%, хотя количество сделок сократилось на 1%. Суммарный объём портфеля лизинговых компаний составил 297 360,60 млн руб., что превышает тот же показатель на 11,5% по сравнению с 2016 г. и на 38,6% — с 2017 г. (см. рис. 1).



Рис. 1. Динамика российского рынка лизинговых услуг (по итогам 9 месяцев 2016, 2017 и 2018 гг.) [7].

Таблица 1

Объём лизинговых сделок регионов РФ			
Объём лизинговых сделок в денежном выражении по регионам Российской Федерации			
Регион	Объём нового бизнеса (млн руб.) за 9 мес. 2016 г.	Объём нового бизнеса (млн руб.) за 9 мес. 2017 г.	Объём нового бизнеса (млн руб.) за 9 мес. 2018 г.
Москва	69 188.99	14 034.55	32 624.64
Санкт-Петербург	7 603.37	2 773.30	16 057.75
ЦФО (без Москвы)	29 267.21	6 645.90	19 259.89
СЗФО (без Санкт-Петербурга)	4 267.40	730.14	3 944.27
ПФО	18 924.45	4 246.02	21 414.88
ЮФО	5 552.94	1 924.12	12 550.05
УФО	20 270.17	2 502.82	12 292.29
СФО	11 132.62	9 816.82	17 006.71
ДФО	5 760.64	2 341.33	3 004.76

Исходя из практики лизинговой деятельности на региональном уровне, местные администрации начинают понимать, что лизинг может быть средством финансирования успешных региональных и местных производителей, если лизинговым компаниям разрешается принимать решения о предоставлении финансирования на основе платежеспособности заемщик. При правильных инвестициях эти деньги могут стать источником дальнейшего кредитования в будущем, и это является убедительным аргументом для региональных

администраций в пользу большей коммерческой направленности этих компаний.

Исходя из данных по регионам Российской Федерации, приведенных в таблице 1, видно, что в 2016 и 2017 годах наибольший объем лизинговых сделок был в Москве, Центральном и Уральском федеральных округах. Другие регионы наращивают объемы более медленными темпами [1].

Руководство Московской области разработало специализированную целевую программу, которая направлена на создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса. В рамках реализации Региональной программы поддержки малого и среднего предпринимательства в Московской области в 2018 году предусмотрены субсидии для возмещения части расходов по лизинговым платежам.

Субсидии на лизинговые платежи и (или) первоначальный взнос предоставляются малым и средним предприятиям (СМСП), которые заключили договоры финансовой аренды (лизинга) и выступают в качестве лизингополучателей по ним.

Субсидии на лизинговые платежи предоставляются:

— о возмещении расходов СМСП по лизинговым платежам без учета части лизинговых платежей для покрытия доходов лизингодателя и НДС с момента подписания акта приема — передачи имущества, полученного по договору финансовой аренды (лизинга), и уплаты аванса. Оплата, но не ранее 1 января года, в котором подана заявка на субсидирование, до даты ее фактического погашения включительно, но не более 36 месяцев. Кроме того, заявка на субсидии подается на один финансовый год;

— ежемесячно в размере $2/3$ ставки рефинансирования (ставки дисконтирования) Центрального банка Российской Федерации, действующей на дату оплаты последнего лизингового платежа, умноженной на остаточный платеж по договору финансовой аренды (лизинга) соглашение об исключении части, покрывающей доход арендодателя, и количества дней между двумя последними арендными платежами, деленного на количество дней в году;

— о возмещении расходов СМСП по договорам финансовой аренды (лизинга) или их части, не превышающим 20 млн. рублей на 1 арендатора, без учета НДС, в месяце, в котором перечисляется субсидия [3].

Лизинг — это банковская услуга, которая с каждым годом становится все популярнее не только среди представителей крупного бизнеса, но и среди средних и малых предприятий.

За последние несколько лет была сформирована целая линейка предложений по лизингу для малого и среднего бизнеса. Рассмотрим основные виды продукции:

— экспресс-лизинг (преимуществом экспресс-лизинга является скорость рассмотрения заявки клиента (от 1 часа до 1 дня), в течение которой лизинговая компания заявляет о готовности финансировать лизинговую сделку, а после того, как лизингополучатель предоставил необходимые документы для получения лизинга лизингодатель дает окончательный ответ о возможностях и условиях финансирования сделки);

— лизинг без оценки финансового состояния (предоставление лизинга без оценки финансового состояния для малого бизнеса или индивидуального предпринимателя либо не оценивается вообще, либо оценивается на основе основных показателей, риски таких операций компенсируются лизинговыми компаниями с высоким первоначальный взнос (до 50%) и более высокая процентная ставка по лизингу);

— лизинг для организаций с упрощенной системой налогообложения (в случаях, когда компания-лизингополучатель использует упрощенную систему налогообложения, лизинг теряет свои основные налоговые преимущества. Используя обычную систему налогообложения лизингодатель всю сумму лизинговых платежей облагает НДС, который не сможет возместить «упрощенец». Если лизинговая компания учитывает налог на имущество, транспортный налог, страховку и т. д. при расчете арендных платежей, вес этих платежей также увеличивается на сумму НДС) [5].

Учитывая вышесказанное, можно сказать, что сегодня лизинг является наиболее эффективной формой финансирования малых и средних предприятий, в Московском регионе.

Инвестиционный спрос сегодня значительно превышает предложение, но это не значит, что экономика должна быть накачана деньгами. Оборудование, используемое в настоящее время в производстве, имеет значительный моральный и физический износ. Внося вклад в модернизацию производства, лизинг обеспечивает повышение производительности машин и оборудования. Кроме того, при сдаче в аренду возникают дополнительные стимулы для экономики: оборудование часто задействовано на короткое время, стоит дорого и, следовательно, должно использоваться с максимальной эффективностью. Фирмы могут приобретать оборудование, ориентируясь на среднюю, а не на максимальную потребность в нем.

Лизинг особенно важен для средних и малых предприятий. Малый бизнес является питательной средой для рынка, но он не может конкурировать; он обречен на крах с крупными корпорациями и без государственной поддержки. Инвестиции, направленные на развитие малых предприятий путем лизинга оборудования в российских условиях, могут служить надежным механизмом использования денежных средств.

Среди преимуществ лизинга, которые делают его очень привлекательным для малых и средних предприятий, следует отметить следующие:

1. Малым, как и средним предприятиям, гораздо проще получить оборудование в лизинг, чем получить кредит на его приобретение. Некоторые лизинговые компании не требуют никаких дополнительных гарантий от арендатора. Предполагается, что само оборудование является гарантией сделки.

2. Риск устаревания используемого оборудования снижается, поскольку лизинг помогает быстро заменить старое оборудование более современным. Во многих случаях риск остаточной стоимости лежит на арендодателе [8].

Опыт развитых стран убедительно доказывает, что без малых и средних предприятий не может быть функционирующего рынка. Степень развития ма-

лого и среднего предпринимательства в регионе отражает усилия его администрации по развитию рынка в целом. Участие государства в развитии лизинга на региональном и муниципальном уровне ставит своей целью:

- 1) помощь в кредитовании сельскохозяйственных предприятий;
- 2) поддержка особенно важных отраслей в регионе;
- 3) техническое перевооружение транспортной инфраструктуры региона;
- 4) расширение доступа к финансированию малых и средних предприятий.

Использование такого финансового инструмента, как лизинг, поможет осуществить технологическую трансформацию предприятий и обновить основные фонды за счет привлечения для этого отечественного и иностранного капитала. Развитие лизинга, несомненно, поможет стимулировать внедрение научно-технических достижений в производство и повысить конкурентоспособность отечественной продукции.

Список использованных источников:

1. Деружинский Г. В., Пятикоп К.А., Деружинская М.П. Методологические аспекты лизинга // Экономика устойчивого развития. 2014. № 1 (17). С. 63–71.
2. Знаем ли мы наш рынок? // РЯ Олизинг. Ежеквартальная корпоративная газета Объединенной Лизинговой Ассоциации. 2012. № 2.
3. Козлов Д.В. Совершенствование лизингового процесса в региональном АПК II Экономические науки. 2016. №9. 24 с.
4. Лапыгин Ю.Н., Сокольских Е.В. Лизинг: учеб, пособие для вузов. М: Альма Матсер, 2013. — 432 с.
5. Общероссийская сеть распространения правовой информации «КонсультантПлюс»: портал [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 25.11.2017).
6. Светланов Т. Н. Организация проектного финансирования / Т. Н. Светланов // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. №4. С. 126–141.
7. White Clarkegroup Глобальный лизинговый отчет 2016. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: (дата обращения 09.11.16)
8. Golva E.V. Advantages and prospects for the development of leasing in modern Russian conditions // Young scientist. — 2017. — No. 7. —S. 230–233. — URL <https://moluch.ru/archive/141/39640/> (accessed: 12/21/2017).
9. Lapygn Yu.N., Skolikh E.V. Leasing in the region: monograph. Vladimir, 2012.

*Новарчук А.С.¹
Костюкович М.С.²
Жеребцов В.И.³*

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ НА ПРАКТИКЕ

Аннотация. Определены главные проблемы применения методов многокритериальной оптимизации на практике. Представлены решения проблемы с использованием МАИ на практике.

Ключевые слова: метод анализа иерархий, консалтинг, контроллинг, проблема предпринимателей.

Принятие управленческих решений представляет собой важнейшую функцию любого управленца. Принято считать, что область принятия решений сравнительно хорошо изучена. Однако и сегодня вопрос эффективности принятия решений в стремительно изменяющейся окружающей среде остается открытым. Принятие решений в динамической среде характерно для таких задач, как выбор маршрута при движении автомобиля, инвестирование на фондовом рынке в условиях высокой волатильности цен, управление поставками и логистикой и ряда других задач, в которых используются различные методы многокритериальной оптимизации. Среди этих методов широкое распространение у специалистов получил метод анализа иерархий.

Метод анализа иерархий (МАИ) — математический инструмент системного подхода к сложным проблемам принятия решений [2].

МАИ не предписывает лицу, принимающему решение (ЛПР), какого-либо «правильного» решения, а позволяет ему в интерактивном режиме найти такой вариант (альтернативу), который наилучшим образом согласуется с его пониманием сути проблемы и требованиями к её решению

Анализ проблемы принятия решений в МАИ начинается с построения иерархической структуры, которая включает цель, критерии, альтернативы и другие рассматриваемые факторы, влияющие на выбор. Эта структура отражает понимание проблемы лицом, принимающим решение.

Каждый элемент иерархии может представлять различные аспекты решаемой задачи, причем во внимание могут быть приняты как материальные, так и нематериальные факторы, измеряемые количественные параметры и качественные характеристики, объективные данные и субъективные экспертные оценки.

Следующим этапом анализа является определение приоритетов, представляющих относительную важность или предпочтительность элементов построенной

¹ Новарчук Антон Сергеевич — 2 курс, очное обучение, направление «Экономика».

² Костюкович Михаил Сергеевич — 2 курс, очное обучение, направление «Экономика».

³ Жеребцов Владимир Иванович — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

иерархической структуры, с помощью процедуры парных сравнений. Безразмерные приоритеты позволяют обоснованно сравнивать разнородные факторы, что является отличительной особенностью МАИ. На заключительном этапе анализа выполняется синтез (линейная свертка) приоритетов критериев, в результате которой вычисляются приоритеты альтернативных решений относительно главной цели. Лучшей считается альтернатива с максимальным значением общего приоритета.

Вместе с тем, несмотря на высокую эффективность, данный метод не пользуется успехом у экономистов-практиков. Можно назвать ряд возможных препятствий или барьеров к его использованию в малом бизнесе.

Во-первых, данный метод требует достаточно много времени на свое изучение, нет экспертов, которые могли бы четко и понятно объяснить суть применения его на практике у себя в бизнесе. Кроме того, руководители бизнеса не желают тратить деньги на подготовку экспертов.

Во-вторых, в малом бизнесе зачастую работают неподготовленные специалисты, которые не владеют этим методом.

В-третьих, в малом бизнесе, как правило, относительно небольшой товарооборот, и им просто не хватает средств для покупки программного обеспечения.

В-четвертых, некоторые руководители могут просто бояться использовать данный метод т.к по их мнению он не сможет помочь им или же приведет бизнес к убыткам.

В настоящее время для решения проблем предпринимателей разработано огромное количество программного обеспечения для повышения эффективности функционирования предприятий [1]. Среди таких систем заметно выделяется системы контроллинга, которая может применяться для решения задач по оптимальному планированию и прогнозированию деятельности предприятия.

Организации могут воспользоваться помощью сторонних консалтинговых компаний для освоения систем контроллинга. Контроллинг — комплексная система поддержки управления организацией, направленная на координацию взаимодействия систем менеджмента и контроля его эффективности [3]. Контроллинг может обеспечивать информационно-аналитическую поддержку процессов принятия решений при управлении организацией и может предписывать принятие определённых решений в рамках определённых систем менеджмента. Современный контроллинг включает в себя управление рисками, обширную систему информационного обеспечения предприятия, систему оповещения путём управления системой ключевых показателей, управление системой реализации стратегического, тактического и оперативного планирования

В качестве объектов контроллинга могут быть выбраны показатели, для которых применяются специфические процедуры учета, анализа и контроля. В связи с этим одна из важнейших задач контроллинга заключается в управлении различными экономическими объектами (показателями контроллинга: производственными, финансовыми, показателями коммерческой деятельности и др.). Также для контроллинга характерны следующие функции:

1. Целеполагание и планирование предполагает выбор объектов управления (показателей), разработку алгоритмов их расчета и утверждение целевых значений.

2. Согласование перечня учетных данных, необходимых для расчета показателей, и разработка методов учета план-факта.

3. Анализ выявленных отклонений фактических значений от плановых и причин этих отклонений.

4. Контроль и формирование сводной отчетности по показателям, а также обеспечение управленческих решений и контроль их исполнения.

Таким образом, использование информационных программных продуктов для предприятий на основе привлечения консалтинговых и контроллинговых компаний поможет активизировать использование методов многокритериальной оптимизации для повышения конкурентоспособности малого бизнеса.

Список использованных источников:

1. Все об автоматизированном планировании на производстве: Арбор прайм Российский разработчик IT-систем для бизнеса <https://arprime.ru/>.

2. Свободная энциклопедия Википедия, статья «Метод анализа иерархий» <https://ru.wikipedia.org>.

3. Система контроллинга — инструмент целевого управления компанией: теория и практика управленческого учета <https://gaar.ru/>.

Папка М.Е.¹

ОЦЕНКА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКОВ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ

Аннотация. Эта статья посвящена актуальной проблеме формирования трудового потенциала организации финансовой сферы. В исследовании показаны направления оценки и пути повышения трудового потенциала работников финансовой сферы.

Ключевые слова: финансовая сфера, персонал, управление персоналом, оценка трудового потенциала.

Совершенствование развития трудового потенциала предприятия возможно только при умелом управлении персоналом (кадрами). Современные кадровые службы используют специальные кадровые технологии, комплексное и эффективное применение которых позволяет развивать трудовой потенциал предприятия и каждого его работника. В условиях настоятельной необходимости активизации кадровой политики, вопрос о наличии в организации эффективной программы управления развитием трудового потенциала работников перерастает в актуальную проблему.

В этой связи весьма важным является поиск гибких и эффективных инструментов, направленных на развитие трудового потенциала, способствующих реализации стратегии организации, создающих внутриорганизационные условия

¹ Папка Маргарита Евгеньевна — магистр, АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

для вовлечения персонала в процесс постоянного преобразования. В то же время круг научных исследований по проблеме развития трудового потенциала персонала финансовых организаций, ее взаимосвязи со стратегией и эффективностью организации ограничен, а в практике деятельности ряда российских организаций зачастую отсутствует понимание содержания, а в ряде случаев — необходимости данного процесса.

Трудовой потенциал организации является важным стратегическим фактором, определяющим успех фирмы. Именно кадры являются активным элементом организации и её движущей силой. От квалификации персонала, их эффективного использования, расстановки зависит результат деятельности организации, её преимущество в социальной и экономической сфере, а также место организации на рынке труда.

Трудовой потенциал находится под влиянием таких компонентов, как:

1) Внешние: социальный, технический, экономический.

Социальный: качество трудовой жизни: зарплата, возможность сделать карьеру, возможность реализации личных целей, уровень благосостояния работника, обеспечить работника социальными льготами, текучесть кадров, качество работы.

Технические: производительность труда, характер и содержание труда, качество труда персонала, оснащённость производства (уровень механизации и автоматизации производства), коэффициент труда и безопасность труда.

Экономический: состояние экономики, ситуация на рынке труда (спрос на персонал, его количественная структура; предложение в области персонала — это ситуация в сфере учебных заведений, центре занятости), уровень безработицы, уровень инфляции [7].

2) Внутренние факторы: личностные, статусный потенциал, мотивационный фактор.

Личностные: психофизиологические: пол, возраст, характерологический тип, работоспособность, способности, компетентность, знания, умения, навыки, опыт работы.

Статусный потенциал — реализация потребностей работников трудовой деятельности. Признание результатов работы коллегами, одобрение работы.

Мотивационный фактор предполагает, что каждый сотрудник может, мотивировано работать, когда знает чётко поставленную цель и считает её достижимой. Внутренний фактор, вызывающий удовлетворённость своей работой [2].

Для оценки трудового потенциала применяют количественные и качественные показатели (рис.1)

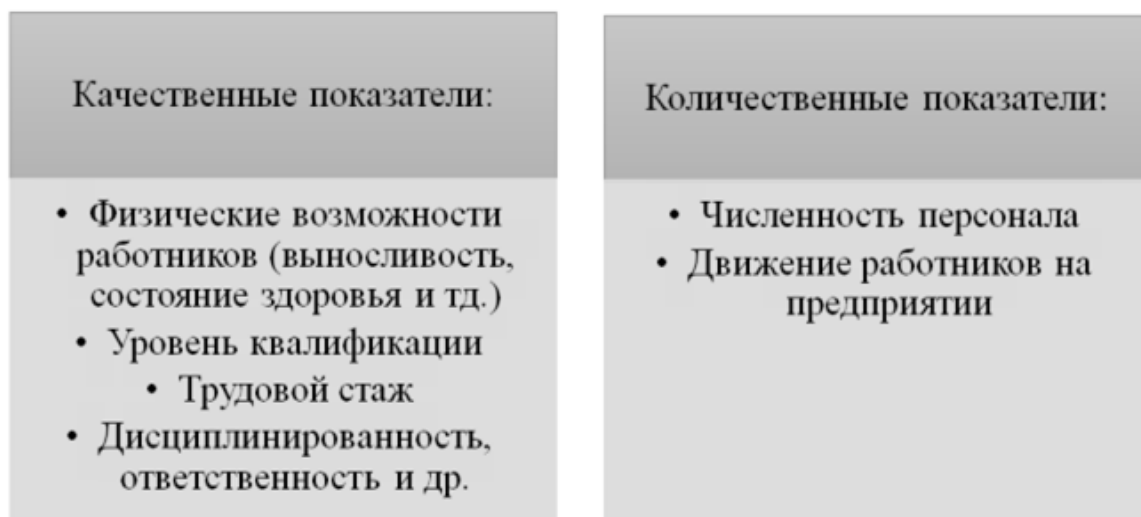


Рис. 1. Показатели оценки трудового потенциала [7].

Для количественно оценки трудового потенциала, общим показателем является рабочее время, человеко-лет, то есть которое рабочий сможет отработать до выхода на пенсию. Исходя из этого показателя, можно определить не только половозрастной состав персонала, но и проследить процесс старения или омоложения коллектива. Трудовой потенциал изменчив. Его качественные и количественные показатели постоянно изменяются.

Значительное количество компонентов, характеризующих трудовой потенциал, затрудняет его анализ и оценку. В практике сформировались следующие методы оценки трудового потенциала:

1. Метод балльной оценки компонентов трудового потенциала. Данный метод является самым простым и доступным для оценки трудового потенциала. Каждый компонент трудового потенциала выражается количественными значениями в определенных пределах, при этом каждый из компонентов может быть дифференцирован в пределах установленного количества баллов, так же разные оценочные шкалы могут быть установлены для разных категорий работников.

2. Кластерный метод или метод оценки с использованием эталонов. Метод основан на применении балльной оценки, но дополняется ранжированием баллов внутри оценочной шкалы на группы, с выделением оптимального, приемлемого, среднего и наихудшего диапазона значений.

3. Коэффициентный метод. Данный метод решает проблему оценки качественных показателей количественными, путем отношения существующих значений с нормативными.

4. Интегральная оценка трудового потенциала. К данной группе относятся методы и методики оценки трудового потенциала, выражающие совокупность компонентов, составляющих трудовой потенциал с количественной и качественной стороны, в виде одного показателя [7]. Данная методика представляет наибольший практический интерес.

Наиболее достоверным и наименее субъективным методом оценки трудового потенциала, является метод взвешенной суммы, позволяющий регулировать

важность параметров трудового потенциала. Интегральный показатель трудового потенциала с помощью данного метода будет определяться по следующей формуле:

$$ТП = \sum_{i=1}^n \beta_i K_i \quad \text{при} \quad \sum_{i=1}^n \beta_i = 1 \quad \text{и} \quad 0 \leq ТП \leq 1 \quad (1)$$

где: K_i — значение показателя i -го компонента трудового потенциала.

При использовании данного метода особую роль играет определение степени важности компонентов трудового потенциала, для определения которой могут применяться методы экспертной оценки, метод Дельфи, метод анализа иерархий, метод собственных векторов Уэя и его модификации.

В качестве компонентов трудового потенциала предприятия для полной и емкой его оценки, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений по управлению трудовыми ресурсами, наиболее оптимальными видятся следующие:

1. Коэффициент стабильности персонала (КС) — отношение числа сотрудников, проработавших на предприятии весь анализируемый год к среднесписочной численности работников.

2. Коэффициент состояния здоровья (КЗ) — отношение фактического фонда рабочего времени к фонду рабочего времени без учета потерь вследствие болезни.

3. Коэффициент физической трудоспособности (КФТ) — отношение числа работающих в наиболее производительном возрасте (30–50 лет) к среднесписочной численности работников.

4. Коэффициент квалификации (КК) — отношение среднего разряда рабочих к разряду работ (для рабочих); отношение количества служащих, уровень образования которых совпадает с уровнем выполняемых работ по должностным инструкциям к общему числу служащих (для служащих).

5. Коэффициент уровня образования (КО) — отношение численности работников с высшим и средне-специальным образованием к среднесписочной численности.

6. Коэффициент отношения сотрудников к организации (КОС) — отношение фактического уровня удовлетворенности работой на предприятии, нормами труда, проводимой организацией политики в производственной и социальной сфере (выявляемого путем ежегодного анкетирования по специально разработанным вопросам) к максимально возможному.

7. Коэффициент новаторства (КН) — отношение экономического эффекта от внедрения предложенных новшеств к затратам на их введение.

8. Коэффициент инновационной активности (КИ) — отношение количества внедренных новшеств и рационализаторских предложений к их общему числу за период.

9. Коэффициент рентабельности труда (КРТ) — отношение фактического показателя рентабельности труда к плановому или нормативному (для предприятия, отрасли).

10. Коэффициент производительности труда (КПТ) — отношение фактического показателя производительности труда к плановому или нормативному (для предприятия, отрасли). С учетом приведенных характеристик, интегральный показатель трудового потенциала по средневзвешенной сумме будет иметь следующий вид:

$$ТП = \beta_1 КС + \beta_2 КЗ + \beta_3 КФТ + \beta_4 КК + \beta_5 КО + \beta_6 КОС + \beta_7 КН + \beta_8 КИ + \beta_9 КРТ + \beta_{10} КПТ \quad (2)$$

Чем ближе значение интегрального показателя к единице, тем выше уровень характеристик, составляющих трудовой потенциал персонала (Генкин, 2015).

Значение показателя оценки трудового потенциала необходимо рассчитывать периодически, чтобы проследить его динамику и выработать эффективные решения по управлению трудовым потенциалом, политике в сфере труда и персонала, разработки долгосрочной с краткосрочной кадровой стратегии.

Стоит отметить, что при оценке трудового потенциала необходимо учитывать специфику деятельности анализируемого предприятия, что выражается в индивидуальном выборе состава и значимости составляющих его параметров. Так же при необходимости следует пересматривать весомость компонентов трудового потенциала. Однако такой пересмотр должен проводиться только в случае существенных изменений в стратегии развития предприятия.

Следует уделить особое внимание развитию трудового потенциала. К способам развития персонала относят: повышение квалификации кадров, переподготовка, самообразование персонала, усовершенствование организационной структуры и т.д. Чем больше трудовой потенциал, тем выше возможности предприятия увеличить или улучшить свое производство [3].

Но, отметим, что повышение трудового потенциала не является основной задачей предприятия. Многие ученые считают, что необходимо стараться использовать эффективно имеющийся трудовой потенциал.

Управление кадровым потенциалом подразумевает приведение в соответствие способностей работников и целей организации. Задачей системы управления персоналом является не только удовлетворение потребностей организации в укомплектовании персоналом, но и наиболее полное удовлетворение потребностей работников.

При правильном управлении кадровым потенциалом качество трудовой жизни улучшается. Под этим мы понимаем, что работая в организации, работники имеют возможность удовлетворить свои личные потребности. Таким образом, в организации должны быть созданы условия для справедливых, доверительных, равноправных и открытых взаимоотношений, где для каждого сотрудника есть возможность полностью использовать свои знания, умения и навыки. Кроме того, для работников важны активное участие в процессе принятия решений, адекватные и справедливые компенсации, здоровые и безопасные условия труда. Создав такие условия для своих работников, руководство организации повышает уровень преданности персонала. В современных условиях это очень важно, так как текучесть кадров во многих сферах довольно высокая, а нанять

нового работника стоит дороже, чем удержать уже работающего. Все эти условия нацелены на повышение результативности работников, что приводит к росту конкурентоспособности.

Список использованных источников:

1. Генкин, Б.М. Социология труда. М.: Юнити, 2015. 410 с.
2. Дубынина, А. В. Трудовой потенциал: проблемы развития. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2018. №29. С. 26–32.
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом в организации. М.: Наука, 2015. 450 с.
4. Крупенченко, В.Р. Управление персоналом. М.: Знание, 2015. 402 с.
5. Мишутин, А.В. Технологии управления кадровым потенциалом. Социологические исследования. 2018. №10. С. 24–26.
6. Шаталова, Н.В. Управление персоналом. СПб.: Нева, 2015. 247 с.
7. Щукин, А.А. Оценка трудового потенциала. Бизнес. 2019. №7. С. 24–27.

Папка М.Е.¹

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКОВ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ

Аннотация. В статье уделено внимание подходам к пониманию сущности трудового потенциала, специфике персонала финансовой сферы, проблемам и перспективам развития трудового потенциала. В исследовании также показаны направления повышения трудового потенциала работников финансовой сферы.

Ключевые слова: финансовая сфера, трудовой потенциал, персонал, кадры, факторы повышения трудового потенциала.

В трактовке современных ученых «потенциал персонала» предстает в динамике развивающегося, непрерывного и многопланового процесса, отражающего скрытые возможности работников. Относительно содержания категории «потенциал», следует выделить три существующих подхода:

1. Сторонники первого подхода считают, что «потенциал — это совокупность необходимых для функционирования или развития системы различных ресурсов, главным образом экономических, непосредственно связанных с функционированием производства и ускорением научно-технического прогресса» [2].

2. Сторонники второго подхода представляют «потенциал как систему материальных и трудовых факторов (условий, составляющих), обеспечивающих достижение целей производства» [3].

3. Сторонники третьего подхода рассматривают «потенциал как способность комплекса ресурсов решать поставленные перед ним задачи, т.е. потенциал — это целостное выражение совокупной возможности коллектива для выполнения каких-либо задач» [4].

¹ Папка Маргарита Евгеньевна — магистр, АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

На этой основе делается вывод о синергетическом эффекте, совокупной возможности коллектива, т.е. чем удачнее сложилась структура объекта, чем в большем соответствии находятся его структурные и функциональные элементы, тем выше его потенциал и эффективность.

Возникновение понятия «трудовой потенциал» в числе других категорий стало результатом интеграции науки и практических потребностей в качественном анализе резервных возможностей персонала, которые могут быть востребованы для ускорения темпов экономического роста организации. Категория «трудовой потенциал» изучается в различных науках: экономике, статистике, социологии, философии демографии, и других. Отсюда берет корни проблема неоднозначной трактовки понятия разными учеными.

Сравнительная характеристика категорий в области экономики труда и управления персоналом помогла определить среди них место категории «трудовой потенциал», выявить сущность понятия «трудовой потенциал», которое представляет собой степень возможного участия работников в трудовой деятельности с учетом их психофизиологических, социально-демографических, квалификационных и личностных особенностей, а также возможностей их развития в процессе труда. Основой трудового потенциала отдельного работника является человеческий потенциал, как совокупность возможностей, реализуемых человеком в процессе труда. Реализованный трудовой потенциал (в совокупности его составляющих), в свою очередь, входит в состав категории «человеческий капитал».

В совсем недавнее время мировой финансово-экономический кризис повлиял на кредитно-финансовый сектор России. А если тщательно проанализировать, то кризис показал, слабые стороны и неквалифицированный профессионализм служащих финансовых организаций и результатом явилось, массовое увольнение в данной сфере. В сложившейся проблемной ситуации оперативно и эффективно отреагировали те банки, которые смогли грамотно подстроиться на происходящие перемены. Одними из немаловажных причин того, что ряд некоторых кредитных организаций не сумели подстроиться к неожиданным изменениям, заключается в следующем:

- в недостаточном уровне знаний, не только работников, а также руководящих должностей;
- неэффективное использование трудовых ресурсов;
- отсутствие четкой, грамотно используемой регламентации труда финансовых служащих, с учетом их имеющих компетенций к занимаемым должностям [1].

В итоге многие сотрудники финансовой сферы не справлялись со своей работой в полном объеме, следовательно, приводило к такой ситуации, что на рынке не имелось достойных альтернатив в нужном объеме.

Для быстрого и эффективного становления финансовой организации, возникла необходимость о внедрении системы, при котором акцент будет направлен на трудовой потенциал служащих, а именно на постоянном и непрерывном развитии сотрудников. Любой сотрудник, обладающий теоретическими знаниями,

практическим опытом, профессиональным уровнем, интеллектуальными способностями, личностными качествами является одним из самых нужных, ценных трудовых ресурсов финансовой организации.

Таким образом, работник в сфере финансов — это своеобразный посредник между финансовой организацией и конечным потребителем, который постоянно находится на тонкой грани. Ведь он одновременно представляет финансовое учреждение, но при этом должен соответствовать требованиям клиента, постараться удержать и сделать его постоянным посетителем своей компании.

В России требуется повышение профессионального мастерства, оперативности финансовых служащих, и сами сотрудники финансовых организаций ощущают необходимость в повышении и обновлении качественного уровня знаний. На рынке не хватает финансовых работников высокого класса. В современной финансовой сфере сложилась тенденция в высоком удельном весе служащих с высшим образованием, но порой даже этот якобы значимый фактор не ведет к повышению профессионального мастерства сотрудников, они не готовы адекватно, оперативно отреагировать на различные внутренние и внешние факторы [5].

На сегодняшний момент выделяются основные тенденции присущие финансовому рынку:

1. Конечно же, постоянно возрастают требования к качеству обслуживания клиентов. Сами по себе услуги финансовой организации, основаны на общении и различных неосязаемых действиях. Стоит выделить два главных критерия, по которым воспринимается качество финансовой услуги, это: что получает потребитель от услуг финансовой организации и как он ее получает.

2. Рынок финансовых услуг переориентируется с «рынка продавца» на «рынок покупателя». В последнее время все более значимой становится мнения клиентов, для финансовой организации важен каждый клиент. Главным фактором повышения конкурентоспособности финансовой организации на рынке, становится организация деятельности каждого сотрудника финансовой организации, начиная от операциониста до директора.

3. Постоянная модернизация систем внутри финансовой организации, включая в себя информационное, техническое, методическое обеспечение работ подразделений с целью обеспечения надежной, слаженной и стабильной работы финансовой организации.

4. В последнее время приобретают значимость так называемые неформальные отношения, которые как ни странно нужно развивать и поддерживать, тем самым они способствуют обменов знаниями об общей ситуации в организации, а также могут восполнять недостаток информации.

Обычно, для работника финансовой организации для развития трудового потенциала, как и для любого работника, важна мотивация (Салихова, 2018). Это может быть хорошая оплата труда, здоровый психологический климат в коллективе, отличные отношения с вышестоящими менеджерами. Но гораздо важнее выработать в нем мотивацию к добросовестной работе, радению за общее дело, репутацию финансовой организации, получение им прибыли. Во многом выра-

ботка подобного отношения к своей работе — это заслуга начальства, представители которого проводят целенаправленную политику в отношении сотрудников.

Стремиться к совершенствованию знаний своих сотрудников, регулярные стажировки, тренинги, курсы повышения квалификации — все это окупается при дальнейшей работе. Кроме того, во многих успешных финансовых организациях распространена система тестирования сотрудников, минимум раз в полгода. Это позволяет оценивать компетентность служащих, выявлять пробелы в их знаниях и опыте, а также дает возможность поощрить их за определенные достижения в работе.

Можно сформулировать наиболее оптимальный порядок оценки эффективности работы сотрудника с позиции оценивания его профессиональных знаний, умений и навыков, а также личностных качеств, которые формируют фундамент профессиональной компетентности сотрудника.

Таблица 1

Алгоритм оценки сотрудников финансовой организации

№	Название	Краткое описание
1	Оценка профессиональных компетенции и личностных качеств	Заполняется карточка оценки, которая позволяет провести комплексную оценку сотрудника.
2	Снижение контроля	Сотруднику поручается задание и оценивается качество его выполнения.
3	Стажировка	Сотрудник пробует выполнять функции, предлагаемой ему должности.

Источник: авторская разработка.

Приведенный в таблице алгоритм оценки сотрудников финансовой организации представляет собой достаточно простую и эффективную последовательность действий по профессиональной оценке деятельности персонала, для корректного использования приведенного алгоритма необходимо, чтобы он соответствовал определенным требованиям:

- измеримость и точность результатов оценки;
- оценка наиболее важных и значимых профессиональных качеств персонала;
- простота в организации и проведении.

Предлагаемый алгоритм оценки профессиональной компетентности сотрудников финансовой организации включает три последовательно взаимосвязанных этапа. Кратко приведем характеристику каждого из рассматриваемых этапов.

Прежде всего каждый этап оценки включает критерии оценки:

- личностные качества сотрудника;
- специальные профессиональные знания сотрудника;

— ключевые должностные обязанности той профессиональной позиции, которую сотрудник занимает.

Под блоком «личностные качества» сотрудника понимается совокупность психоэмоциональных и волевых характеристик личности каждого отдельного сотрудника финансовой организации. Доскональное и полное их изучение позволяет предварительно оценить степень соответствия сотрудника занимаемой должностной позиции. Использование данного блока достаточно важно, поскольку даже при высоких профессиональных результатах работы сотрудника у него может развиваться психологическое напряжение из-за некомфортной деятельности. То есть сотрудник финансовой организации может не подходить к занимаемой профессиональной позиции не по деловым, а по психологическим параметрам. В долгосрочной перспективе это может привести к росту напряженности и уровня стресса, что в конечном счете обязательно скажется на уровне производительности труда. В профессиональной литературе подобное состояние принято называть «профессиональным выгоранием».

Крайне важным блоком профессиональной оценки эффективности работы сотрудника финансовой организации является оценка его профессиональных (деловых) качеств. Поскольку без обладания корневого набора профессиональных компетенций сотрудник не сможет выполнять свои профессиональные обязанности. Детальное изучение профессиональных качеств позволит сделать вывод о соответствии уровня подготовки сотрудника занимаемой позиции в иерархии должностей финансовой организации.

Для оценки степени самостоятельности и ответственности сотрудника используются методики с «пониженным» уровнем контроля со стороны непосредственного руководства финансовой организации. Подобная проверка работы также является важной, поскольку позволяет оценить работу коллектива в стрессовых условиях, без советов и координации со стороны руководящего состава финансовой организации.

Заключительным этапом отбора и оценки сотрудника финансовой организации является прохождение стажировки. То есть сотрудник устраивается на искомую профессиональную позицию и его деятельность оценивается непосредственно на рабочем месте. В некоторых финансовых организациях используется институт наставничества, который предполагает прикрепление к новому сотруднику опытного коллеги, который сможет наиболее быстро и эффективно ввести новичка в профессиональную среду финансовой организации.

В целом можно отметить, что при соблюдении представленной последовательности действий можно достаточно точно оценить личностные и профессиональные качества сотрудника, а также спрогнозировать потенциальное направление развития его карьеры.

Следовательно, каждый удовлетворенный работник будет стараться к более качественному труду, а это в целом приведет к высокой и эффективной производительности труда, росту конкурентоспособности финансовой организации.

Стратегия руководящих работников должна быть направлена также на привлечение наиболее востребованных специалистов и удержании своих опытных сотрудников. Конечно, это зависит от имиджа финансового учреждения, его

репутации, как в профессиональной деятельности, так и в отношении внутренней атмосферы.

Таким образом, изучив основные тенденции присущие финансовому рынку можно выделить наиболее важные требования к работникам финансовой организации:

- отличное, четкое выполнение поставленной задачи;
- творческий подход к работе;
- обладание сотрудником рядом необходимых компетенций, наличие специальных знаний для выполнения задач поставленных перед ним и принятия трудовых решений, аналитике;
- возможность адаптации к отклонению фактических параметров выполнения работы от регламентирующих документов;
- наличие каждым сотрудником финансовой организации внутренней мотивации к реализации трудового потенциала.

Список использованных источников:

1. Боровикова, А.П. Управление персоналом финансовой организации. Финансы и кредит. 2019. №2. С. 41–43.
2. Дубынина, А. В. Трудовой потенциал: проблемы развития. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2018. №29. С. 26–32.
4. Одегов, Ю.Г., Управление персоналом. М.: Инфра, 2014. 516 с.
5. Крупенченко, В.Р. Управление персоналом. М.: Знание, 2015. 402 с.
6. Салихова, Ю.В. Особенности управления кадровым потенциалом банковского работника. Управление персоналом. 2018. №3. С. 29–31.

Пирогов Н.Л.¹

ПРЕДПРИЯТИЕ, ДЕМОКРАТИЯ, ВЛАСТЬ: ДИАЛЕКТИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Аннотация. В статье показана роль предприятия, как основного производственного звена современной экономики. Дана критика взглядов отдельных экономистов, отрицающих эту роль, доказывающих приоритетное значение личной собственности физических лиц. Обоснована перспективность развития предприятий с коллективной собственностью работников. Обращается внимание на основы демократии, которые закладываются на предприятиях. Сформулированы предложения по совершенствованию организационно-экономической структуры предприятия. Показано отношение управленческой элиты к демократическому устройству предприятий.

Ключевые слова: предприятие, личная собственность, коллективная собственность, демократия, организационно-экономическая структура предприятия, государственная власть.

¹ Пирогов Николай Леонидович — док. экон. наук, профессор, АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

Анализируя роль предприятия в условиях современной России, следует, на мой взгляд, вспомнить, что представляло собой предприятие, его социально-экономический смысл, в СССР. В то время предприятия существовали в двух формах собственности: государственной и колхозно-кооперативной. Основа предприятия — трудовой коллектив, в котором, как трактовалось в директивных документах того времени «совместный труд осуществляется на началах товарищеского сотрудничества и взаимопомощи, обеспечивается единство государственных, общественных и личных интересов, утверждается принцип ответственности каждого перед коллективом и коллектива за каждого работника»[1].

В реальной жизни так оно и было. Члены трудового коллектива считали предприятие своим, родным. Для этого были все основания. На каждом предприятии существовали профсоюзные ячейки, комсомольская и партийная организации, как правило, были и подразделения народного контроля. Функционировали и другие общественные организации, такие, например, как женсовет, различные кружки по интересам, спортивные секции и т.д. Если возникал трудовой конфликт, то он мог быть рассмотрен сравнительно быстро на самом предприятии. Предприятие не декларативно, а реально занималось решением социальных проблем трудящихся: обеспечением работников жильем, детскими садами, отдыхом в санаториях и домах отдыха. В структуре крупных предприятий нередко существовали поликлиники, больницы, стадионы, спортивные залы, клубы, жилые дома и другие объекты социального назначения. На предприятиях с большой историей не удивительным было наличие трудовых династий до четырех поколений работников.

Совершенно реальным было состояние единения трудового коллектива для выполнения государственных задач и развития собственного предприятия. Разница в зарплате руководства и членов коллектива, как правило, не превышала соотношения 3:1. Но при этом нередко были случаи, когда отдельные высококвалифицированные работники получали зарплату, превышающую оклад директора. Все ли было гладко и хорошо? Нет, конечно. Рассуждения в духе: «Все наше, общее, народное, а значит и мое» для части граждан служило основанием для мелких хищений. «Несуны» — этот термин был хорошо известен в то время. Еще одним минусом была уравниловка. Зарплата толковых, инициативных работников не намного отличалась от зарплаты откровенных лодырей. С прогульщиками, пьяницами, несунками велась постоянная воспитательная работа.

Можно ли было, базируясь на несомненных положительных моментах, ликвидировать отмеченные минусы? Конечно, можно. Но для этого недоставало, как нередко говорят, политической воли. При всех имеющихся недостатках в организации работы предприятия в советский период, в сухом остатке оставалось главное достоинство: сопричастность трудового коллектива с судьбой предприятия, ощущение ответственности за общее дело. Это нашло широкое отражение во многих произведениях искусства и литературы того времени.

Деформация социально-экономической роли предприятий в условиях построения рыночной экономики непосредственно связана с проведением ускорен-

ной массовой приватизации государственной собственности. Кардинально изменилось положение наемных работников. Отчуждение их от управления стало нормой, понятие «трудоу коллектив» утратило свое привычное в советские годы содержание. Система защиты прав работников претерпела изменения, и оставляет владельцам массу возможностей для злоупотреблений. Главная цель — получение прибыли, зафиксирована в каждом уставе предприятия. При этом персоналу предприятия отводится роль одного из ресурсов производства наряду с сырьем, материалами, энергией. Отсюда у собственников сформировалось соответствующее отношение к «пережиткам социализма», таким, как содержание за счет предприятия объектов социальной инфраструктуры. Вновь созданные предприятия этих «излишеств» попросту не имеют, а «эффективные менеджеры», которым за бесценку достались приватизированные государственные предприятия, стремятся как можно скорее избавиться от этих «непрофильных активов». Примеров подобных действий — множество, поэтому нет смысла приводить их в данной статье.

В настоящее время на большинстве предприятий мы имеем организацию производства по архаичной схеме: хозяин — наемный работник. В реальной жизни в России сложилась ситуация, когда между рабочими и менеджментом образовалась глубокая пропасть. Нередко генеральные директора настолько узурпируют власть, что это позволяет им устанавливать с работниками отношения личной зависимости, что сродни феодальным порядкам. Некоторые авторы утверждают, что такого положения нет нигде в мире [2].

Актуальной является задача создания таких условий на предприятии, при которых могли бы быть обеспечены интересы не только собственников и менеджмента, но и всех форм человеческого капитала, включая работников и специалистов. Ее решению способствует Федеральный закон, принятый Государственной Думой в 1998 г. «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)». Закон имеет ярко выраженную социальную направленность, соответствует интересам большей части населения России, сохраняющей приверженность идеалам социальной справедливости и идее самоуправления. Закон дает возможность широко развивать производственную демократию: голосовать по важнейшим вопросам в жизни трудового коллектива по принципу «один работник — один голос», избирать руководство предприятием. В народном предприятии ограничивается как максимальная доля акций одного работника-акционера, так и максимальная зарплата руководителя. В таких предприятиях отсутствует база для коррупции.

В начале нулевых годов в стране насчитывалось более 100 народных предприятий, однако к 2019 году их численность сократилась до 40. Особо следует отметить, что все народные предприятия, функционирующие в различных отраслях промышленности, имеют финансово-экономические показатели лучшие, чем аналогичные предприятия других форм собственности — и государственной, и частной. Возникает резонный вопрос: почему количество народных предприятий не растет, а сокращается? Объясняется это тем, что коллективизм на производстве (как и в других сферах общественной жизни) существующей управленческой элитой не только не поощряется, а и постоянно блокируется. Почти все

народные предприятия испытывают давление со стороны административных органов, понуждающих их изменить статус и стать «обычными» акционерными обществами.

Создание акционерных обществ работников — это одно из направлений совершенствования организационно-экономической структуры предприятий. Вопрос стоит шире: должна быть разработана и внедрена концепция «эффективного предприятия». С этим предложением согласны не все. Например, В. Иноземцев считает, что заниматься проблемой демократизации управления в наше время не актуально [3]. Кратко суть его рассуждений: с 1970-х годов эволюция собственности шла не от частной к коллективной (которая, по его мнению, осталась маргинальной), а от частной — к личной. В постиндустриальном обществе на место доминирующего ресурса вышли знания, поэтому частная собственность стала терять присущее ей значение. Возникла новая собственность, которая является неотчуждаемой, ее владельцы превращаются из капиталистов в «простых товаропроизводителей». Они, не являясь «эксплуататорами», зарабатывают огромные деньги. В. Иноземцев имеет в виду программистов, архитекторов, врачей, адвокатов, спортсменов, звезд эстрады.

Мнение В. Иноземцева представляется ошибочным. Конечно, бесперспективно отрицать закономерности развития человеческой цивилизации в направлении общества знаний, но при этом следует иметь в виду, что в обозримом будущем делать самолеты, корабли, металлорежущие станки, автомобили, строить дома, мосты, дороги, выращивать сельскохозяйственные продукты будут трудовые коллективы, внутренняя организация которых должна быть заботой управленческой элиты каждой страны.

Концепцию эффективного предприятия предложил член-корреспондент РАН Г.Б. Клейнер [4]. Цель преобразований он видит в создании и укоренении на предприятиях сбалансированной системы принятия и реализации управленческих решений. На наш взгляд, она обоснована и соответствует духу времени. Ее основа — исключение противопоставления концепции «эффективных собственников» и «эффективных менеджеров» концепции «эффективных трудовых коллективов». Ее главная идея — эффективное предприятие, которое строится на основе солидарного управления им, что в конечном итоге предполагает солидарное управление экономикой.

Предлагается создание четырехзвенной системы управления предприятием с учетом интересов: рядовых работников (совет коллектива), специалистов (научно-технический совет), собственников или акционеров (совет собственников), менеджеров (совет управляющих). В этой связи интересен опыт Германии, где участие работников в управлении предприятием является повседневной практикой. Треть членов наблюдательного совета акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью с численностью трудового коллектива более 500 человек являются представителями рабочего коллектива. Предприятия с численностью персонала более 2 тыс. человек по закону должны иметь наблюдательный совет, на 50% состоящий из представителей работников [5, 6]. При реализации этих предложений обязательным условием является наличие единого органа управления предприятием, обеспечивающего наряду с учетом

интересов отмеченных выше участников деятельности предприятия его эффективное функционирование. Таким образом, будет скорректирована ситуация, при которой собственник, имея, практически, неограниченные права и ограниченную ответственность за судьбу предприятия, должна смениться ситуацией, когда владелец будет ограничен в правах при растущей и солидарной ответственности с другими участниками производства.

Очевидно, что создание такой системы не может быть проведено в короткие сроки, более того, ее внедрение означает крутой «левый поворот», который может стать реальностью только при корректировке существующего общественного устройства. Международная экономическая практика свидетельствует, что обозначенное направление совершенствования организационно-экономического механизма предприятия подтверждает его экономическую эффективность и соответствие принципам демократизации общественной жизни.

Список использованных источников:

1. Управление социалистическим производством (Организация. Экономика.): Словарь. — М.: Экономика, 1983. С. 75
2. Я. Керемецкий. Что дает система вовлечения работников в процесс принятия решений. В кн. Народные начинают и ... Труд и собственность в XXI веке: — Волгоград: ГУ «Издатель», 2002. С. 75
3. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Логос, 2000
4. Клейнер Г.Б. Концепция системной модернизации отечественных предприятий. //Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. №1
5. Коллективные формы хозяйствования в современной экономике: монография / В.Е. Дементьев, Р.М. Качалов, Г.Б. Клейнер и др.; под ред. Г.Б. Клейнера; Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Центральный экономико-математический ин-т Российской академии наук (ЦЭМИ РАН). М.: ИД «Научная библиотека», 2017. 356 с
6. Дементьев В.Е., Хабибуллин Р.И. Коллективные предприятия: анализ зарубежного опыта // Россия и современный мир. 2016. № 2(91).
7. Пирогов Н.Л. От мотивации труда к развитию общества // Наука и жизнь. 2007. № 4.
8. Н.Пирогов Какая демократия нам нужна? // Микроэкономика, 2007, № 3.
9. Решетов К.Ю. Принципы обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур на макро-, мезо и микроуровнях. //Проблемы экономики и юридической практики. 2012. №6.
10. Клейнер Г.Б., Пирогов Н.Л. Главная задача — совершенствование организационно-экономического механизма развития российских предприятий. МИР (Модернизация. Инновации. Развитие.) 2018. Т.9. №2. с.248–260.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Аннотация. Исследование теоретических основ связан с потребительским кредитованием. Анализ минимальных среднерыночных значений полной стоимости потребительского кредита и изучение темпа прироста потребительского кредитования в портфеле крупных банков.

Ключевые слова: кредит, потребительский кредит, рынок потребительского кредитования.

В современном обществе кредитование является неотъемлемой частью экономики любой страны, и Россия не является исключением. Кредитование приносит выгоду как предприятиям и частным лицам, так и кредитным организациям, и частным инвесторам.

В свою очередь потребительский кредит является одним из самых распространенных видов банковских операций, так как он представляет собой одну из наиболее удобных форм кредитования для населения. В настоящее время потребительское кредитование в России является одним из приоритетных направлений развития банковского сектора, и несомненно играет значительную роль в повышении благосостояния населения.

Финансовый словарь дает следующее определение потребительского кредита: «Потребительский кредит — это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера»

Преимущество потребительского кредита состоит в том, что за приобретенную вещь с магазином рассчитывается банк-партнер, а покупатель будет частями выплачивать стоимость товара уже банку.

В отличие от других кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Товарами, продаваемыми в кредит, как и оплачиваемыми за счет банковских ссуд, являются предметы потребления длительного пользования. Субъектами кредита, с одной стороны, выступают кредиторы, в данном случае — это коммерческие банки, специальные учреждения потребительского кредита, магазины и другие учреждения, имеющие право на осуществление кредитной деятельности, а с другой стороны — заемщики-люди.

Банки предоставляют населению следующие виды кредитов:

- на неотложные нужды;
- под заклад ценных бумаг;

¹ Писарев Павел Вячеславович — студент четвертого курса, направление «Экономика», направленность (профиль) «Финансы и кредит» АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

- овердрафт;
- на строительство объектов недвижимости;
- на приобретение объектов недвижимости;
- ипотечные кредиты;
- на реконструкцию объектов недвижимости;
- на приобретение бытовой техники, в том числе вмонтированной и переносной;
- на приобретение мебели и ковров;
- на приобретение компьютеров и периферийной техники;
- на приобретение спортивного инвентаря;
- на приобретение систем безопасности;
- на приобретение сантехники (включая стоимость установки);
- на ремонт квартиры, дома, дачи;
- на приобретение туристических путевок;
- на приобретение и ремонт автотранспорта (включая стоимость запчастей) и многие др.

Потребительские кредиты можно классифицировать по различным критериям:

1. По объектам кредитования:
 - строго целевые: на ремонт и строительство жилья, на приобретение товаров длительного пользования;
 - без оказания цели: на неотложные нужды, погашение овердрафта.
2. По субъектам кредитования:
 - банковские ссуды и ссуды иных кредитных организаций;
 - ссуды товарных организаций;
 - ссуды, предоставляемые частными лицами.
3. По обеспечению:
 - обеспеченные (залогом, гарантиями, поручительством);
 - необеспеченные (бланковые).
4. По методу погашения:
 - с рассрочкой платежа: равномерно погашаемые (ежемесячно, ежеквартально) и неравномерно погашаемые (сумма платежа меняется);
 - единовременно погашаемые (текущие счета, открываемые покупателем на срок 1–1,5 месяца в универсамах и других предприятиях розничной торговли, а также кредиты в виде отсрочки платежа).
5. По способу предоставления:
 - целевые;
 - нецелевые.
6. По методу взимания процентов:
 - с удержанием процентов в момент предоставления;
 - с уплатой процентов в момент погашения;

- с аннуитетным платежом;
- с уплатой равными взносами на протяжении срока пользования.

7. По характеру кругооборота средств:

- разовые;
- возобновляемые.

Процент — плата, которую заемщик передает кредитору за предоставление во временное пользование денежных средств. Уровень процента определяется соотношением между спросом и предложением на рынке ссудных капиталов и выражается в ставке процента, которая представляет собой отношение величины процента к величине денежной ссуды (исчисляется в расчете на год). В странах с развитой рыночной экономикой, где имеется разветвленная сеть различных кредитно-банковских институтов и многообразие кредитных отношений, возникла иерархическая система процентных ставок. Так, существуют ставки денежного рынка, используемые при краткосрочных ссудных операциях между кредитно-финансовыми институтами, включая государственные. Это, например, официальная учетная ставка, ставки по казначейским векселям, векселям финансовых компаний и т.п. На рынке ценных бумаг применяются ставки доходности облигаций.

В условиях рыночной экономики величина ссудного процента зависит от следующих факторов:

- базовой ставки процента по ссудам, предоставляемым коммерческим банкам Банком России;
- стабильности денежного обращения в стране;
- структуры кредитных ресурсов банка (т.е. чем выше доля привлеченных средств, тем дороже должен быть кредит);
- средней процентной ставки по межбанковскому кредиту (т.е. за ресурсы, покупаемые у других коммерческих банков для своих активных операций);
- спроса на кредит со стороны заемщиков (т.е. чем меньше спрос, тем дешевле кредит);
- средней процентной ставки, уплачиваемой банком своим клиентам по депозитным счетам различного вида;
- срока, на который испрашивается кредит, и вида кредита, а точнее степени его риска для банка в зависимости от обеспечения.

Как правило, величина ссудного процента тем выше, чем длительнее срок займа. Объясняется это тем, что увеличение срока ссуды связано с ростом риска ее непогашения из-за изменения экономических условий либо финансовых затруднений, обладают повышенным риском, а потому кредитор учитывает эти обстоятельства при проведении процентной политики.

Таблица 1 - Динамика кредитов, предоставленных физическим лицам, и их доля в ВВП за 2016–2018 гг.

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп прироста 2018г. отн. 2017г., %	Темп прироста 2018г. отн. 2016г., %
Валовой внутренний продукт (ВВП), млрд. руб.	86 010,2	92 089,3	103 626,6	12,5	20,5
Кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам, млрд. руб.	10 803,9	12 173,7	14 901,4	22,4	37,9
Доля потребительских кредитов в ВВП, %	12,6	13,2	14,4	8,8	14,5

Источник: Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации.

URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/15719/obs_197.pdf

Проанализировав таблицу 1, можно сделать вывод, что растет объем кредитования физических лиц и темп прироста в 2018 году составляет 22,4%. Соответственно, доля потребительских кредитов в валовом внутреннем продукте увеличилась на 8,8%. Если сравнивать 2018 год с 2016 годом, то прослеживается еще больший прирост как объема кредитования, так и доли в ВВП. Наблюдается активный рост, таким образом, можно предположить, что увеличение показателей продолжится и в будущем году.

Таблица 2 – Анализ минимальных среднерыночных значений полной стоимости потребительского кредита (займа), определенных для кредитных организация за 1-3 кв. 2019г.

Категории потребительских кредитов (займов)	1 кв., %	2 кв., %	3 кв., %	Изменение 3 кв. к 2 кв., п.п.	Изменение 3 кв. к 1 кв., п.п.
Потребительские кредиты на цели приобретения автотранспортных средств	12,92	12,96	12,85	-0,11	-0,07
Потребительские кредиты с лимитом кредитования	22,12	21,76	21,8	0,04	-0,32
Целевые потребительские кредиты	12,68	12,45	12,96	0,51	0,28
Нецелевые потребительские кредиты, целевые потребительские кредиты без залога, потребительские кредиты на рефинансирование задолженности	11,8	10,84	11,28	0,44	-0,52
Потребительские кредиты, предоставляемые при условии получения заемщиком регулярных выплат на свой банковский счет	16,08	16,37	14,58	-1,79	-1,5

Источник: Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации.

URL: https://www.cbr.ru/analytics/consumer_lending/inf/.

Из таблицы 2 видно, что присутствующая тенденция к уменьшению процента кредитования в течение года. Отчасти это связано с уменьшением ключевой ставки до 6,5%. Уменьшение процента способствует спросу и это объясняет увеличение объема кредитования.

Таблица 3 – Анализ темпа прироста портфеля за 1-е полугодие 2019 г.

Наименование	Объем потребительских ссуд на 01.01.19	Объем потребительский ссуд на 01.07.19	В т.ч. кредитные карты	В т.ч. прочие потребительские ссуды	Темп прироста за 1-е пол. 2019г., %
АО «Тинькофф банк»	225426	316426	222619	93437	40
ПАО «МТС Банк»	41467	55257	11691	43566	33
ПАО Банк «ФК открытие»	97269	123146	19324	103822	27
ПАО «Совкомбанк»	67861	83708	32663	51045	23
АО «АЛЬФА-БАНК»	394973	467261	164611	394973	18
ПАО «Почта Банк»	305521	358310	78870	339440	17
Банк ГПБ (АО)	143739	165115	5225	159890	15
АО «Райффайзенбанк»	141311	161383	Н.д.	Н.д.	14
ПАО Сбербанк	2766200	3086100	751900	2334200	12
Банк ВТБ (ПАО)	1411800	1573400	144400	1429000	11

Источник: «Эксперт РА», по данным анкетирования банков и консолидированной отчетности по МСФО.

URL: https://www.raexpert.ru/researches/banks/potrebcred_1h2019.

Из таблицы 3 можно сделать вывод, что большинство банков увеличивают долю потребительского кредита в портфеле. Данная ситуация отражает спрос на данную услугу и говорит о тенденции развития потребительского кредитования в стране.

Кредитные процессы должны стимулироваться путем улучшения инвестиционного климата, использования более строгих критериев кредитования, обеспечения эффективных механизмов предоставления кредитных рисков и совершенствования мер по защите прав кредиторов и заемщиков.

На основе проведенного исследования предлагается:

- поступательно снижать номинальные процентные ставки по кредитам физическим лицам;
- повышать привлекательность кредитных продуктов для всех категорий клиентов путем упрощения процедур, оптимизации процессов принятия решений и повышения их скорости;
- создать автоматизированный процесс мониторинга мошеннических действий и операций, тем самым минимизировав кредитные риски банка;

- внедрять новые кредитные технологии (например, кредитный скоринг по «цифровым следам»);
- создание более гибких программ кредитования для различных категорий граждан;
- модификация методов работы с просроченной задолженностью для повышения качества кредитного портфеля;
- повышение качества системы управления кредитными рисками.

Анализ развития рынка потребительского кредитования показал, что рынок потребительских кредитования стремительно развивается. Однако, в настоящий момент существуют достаточно весомые сдерживающие факторы, которые замедляют рост сегмента и даже могут вызвать общий кризис банковской системы за счет роста невозвращенных кредитов. Однако, возможности развития потребительского кредитования в России далеко не использованы, т.е. у рынка есть перспективы дальнейшего развития.

Список использованных источников:

1. Белотелова Н.П., Белотелова Ж.С. Деньги. Кредит. Банки. Учебник - М.: Дашков и К, 2016.
2. Жуков Е.Ф. Банки и небанковские кредитные организации и их операции [Электронный ресурс]: учебник/ Жуков Е.Ф., Литвиненко Л.Т., Эриашвили Н.Д. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 559 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12846>. — ЭБС «IPRbooks».
3. Калинин Н.В., Матраева Л.В., Денисов В.Н. Деньги. Кредит. Банки. Учебник бакалавра — М.: Дашков и К, 2016.
4. Романова А. В. Деньги и кредитные отношения [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. В. Романова, Р. М. Байгулов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 178 с. — 978-5-4487-0302-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/77060.html>. — ЭБС «IPRbooks».
5. Ткач Н.Д. Тенденции развития банковского сектора Российской Федерации//Вестник Национального института бизнеса. 2017. № 28.
6. Челноков В.А. Деньги. Кредит. Банки. Учебное пособие — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
7. Официальный сайт Банка России. URL:<http://www.cbr.ru/>.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ РОССИЙСКИХ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ СЕТЕЙ. ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Аннотация: модернизация электрических сетей в России повысит надежность и качество электроэнергии, а также поможет сформировать современную инфраструктуру для максимально эффективного процесса снабжения электроэнергией.

Ключевые слова: «умные» приборы учета электроэнергии, модернизация электрических сетей, проблемы правового регулирования.

Цифровизация энергетики имеет существенное значение для повышения эффективности и конкурентоспособности российской экономики.

Основная задача цифровизации энергетики заключается в повышении ее энергоэффективности, надежности, безопасности и снижения издержек.

Электрические сети, существующие в России, уже не справляются с заявленными современными требованиями. Электрические сети должны быть «умными», чтобы иметь возможность контролировать огромное количество объемов информации, необходимое для поддержания эффективной работы регулируемой сети в постоянно изменяющихся условиях.

Цифровизация электроэнергетики, в первую очередь, это внедрение и развитие интеллектуального учета электрической энергии.

1. Модернизировать электрические сети возможно при помощи Smart Grids («умные сети»).

Smart Grids — это интеллектуальная сеть, которая представляет собой обогащенную коммуникационными и информационными технологиями инфраструктуру энергоснабжения. «Умная сеть» позволяет осуществлять мониторинг, извлекать и обрабатывать информацию о состоянии сети и токораспределении нагрузки в режиме реального времени.

Более того, «умная сеть» позволяет грамотно распределять саму электрическую энергию и объединить в единую систему управления как промышленных потребителей, так и население.

Внедрение технологий Smart в Европе и США началось давно и первыми пилотными странами стали Германия, Италия, Франция, Испания. Сейчас активно занимаются работой по внедрению Smart Grids США, Израиль, Китай, Япония, Россия.

Технологии Smart Grids имеют ряд исключительных преимуществ, таких как:

1. снижение энергопотребления, уменьшение коммерческих и технологических потерь в сетях;

¹ Пронина Елена Васильевна — аспирант кафедры гражданского и предпринимательского права АНО ВО «Московский гуманитарный университет», член ассоциации юристов России.

2. возможность активного участия в работе сети потребителей (вовлечение конечных потребителей в процесс управления объемами и стоимостью своего энергопотребления);
3. обеспечения надлежащего качества передаваемой электрической энергии;
4. обеспечение синхронной работы источников генерации и узлов хранения электроэнергии;
5. способность сети к самовосстановлению после сбоев в подаче электроэнергии;
6. повышение эффективности работы энергосистемы в целом (повышение надежности энергосистемы с помощью активного управления потребителями);
7. снижение операционных затрат сетевых и сбытовых компаний;
8. возможность планирования мероприятий по энергоэффективности и энергосбережению с фактическим подтверждением результатов;
9. точность и прозрачность расчетов с поставщиками электроэнергии;
10. повышение точности расчета фактических, технологических и коммерческих потерь в сетях;
11. охват всей технологической цепочки энергетической системы (АЭС, ТЭЦ, ГЭЦ, солнечных индивидуальных генераторов);
12. использование цифровых коммуникационных сетей. Обеспечение непрерывного управляемого баланса между спросом и предложением электрической энергии.

Таким образом, модернизация электрических сетей в России позволит повысить надежность и качество электрической энергии, а также поможет сформировать современную инфраструктуру для максимально эффективного процесса бесперебойного снабжения электроэнергией. Более того, модернизация электрических сетей посредством цифровизации позволит развивать конкурентные рынки сопутствующих услуг.

2. Физическое состояние электрических сетей в России морально устарело.

Ситуация в России не только с физическим, но и с моральным состоянием электрических сетей не самая благоприятная, а именно:

- значительный физический износ электрических сетей;
- устаревшие приборы учета электроэнергии, их несоответствие требованиям законодательства РФ;
- преимущественно ручной сбор показаний приборов учета силами самих потребителей или сбытовых организаций, которые зачастую приводят к умышленному (реже случайному) искажению данных;
- отсутствие, в ряде случаев, приборов коммерческого учета в точках поставки электроэнергии;
- несоответствие и несовпадение приборов учета у сетевых организаций и энергосбытовых организаций в отношении одних и тех же точек поставки (когда покупка электроэнергии происходит на ОРЭМ по приборам АСКУЭ).

И это только вершина айсберга всех проблем, с которыми рано или поздно «титаник» российской электроэнергетики столкнется.

Поэтому, цифровизация российской электроэнергетики просто жизненно необходима.

На уровне управления «умные» сети могут служить наиболее эффективнее, чем существующие сети. Электрические сети в целом рассчитаны на максимально возможную нагрузку. «Умные» сети позволят распределить потребление электроэнергии на протяжении определенного времени от участников высокой нагрузки к участникам низкой нагрузки наиболее равномерно, что позволит уменьшить пиковую нагрузку на электрическую сеть. Как следствие, это приведет к общеэкономическим преимуществам.

«Умные» приборы учета позволят обеспечить быструю передачу текущих данных потребления, чтобы иметь возможность гибко реагировать на изменения в процессе генерации энергии.

Эти преимущества послужат огромным стимулом для оператора избегать дорогостоящих пиковых нагрузок и достигать максимально неизменную во времени нагрузку, что возможно только при управлении потреблением электроэнергии.

Более того, участником управления потребления электроэнергии должен быть, в том числе и конечный потребитель, который будет замотивирован наиболее выгоднее для себя потреблять электрическую энергию посредством дифференцированных тарифов. То есть, потребители, снижающие потребление электроэнергии или перемещающие его в периоды низкой нагрузки сети, будут вознаграждены более низкой оплатой, а для высокого электропотребления в периоды высокой нагрузки сети оплата вырастет.

Сейчас в России происходит начальный этап формирования стратегии и методики перехода к технологиям Smart Grids. Внедрение «умных» приборов учета электроэнергии является первым этапом перехода к построению единой и современной «умной» электрической сети.

Конечно, задача перехода к «умным» системам процесс долгий и затратный. Основным «движком» такого перехода должно быть государство, а именно государственная стратегия в отношении повышения уровня энергоэффективности в целом в России.

3. Проблемы правового регулирования «умных» приборов учета.

Федеральным законом от 27.12.2018 № 522–ФЗ внесены изменения в федеральный закон «Об электроэнергетике» от 26.03.2003 №35–ФЗ, а именно, введено определение интеллектуальной системы учета электрической энергии (мощности), определен порядок реализации обязанностей гарантирующих поставщиков и сетевых организаций в части приобретения, установки, замены, допуска в эксплуатацию приборов учета электрической энергии (мощности).

10.01.2019 на стадию публичных обсуждений перешел проект постановления Правительства РФ «Об утверждении правил предоставления доступа к минимальному набору функций интеллектуальных систем учета электрической энергии (мощности)». Проект Правил регламентирует общие принципы предо-

ставления минимального набора функций «умной» системы учета электроэнергии, устанавливаются требования к ним, правила присоединения «умных» приборов учета к системе, а также требования к обработке, защите и хранению баз данных и пр.

С 1 января 2022 года законодательно предусмотрена обязанность гарантирующих поставщиков и сетевых организаций безвозмездное предоставление возможности потребителям (население) использования минимального набора функций «умных» приборов учета электроэнергии.

После 1 января 2022 года прибор учета электроэнергии, допущенный в эксплуатацию для целей коммерческого учета электроэнергии на розничных рынках и (или) предоставления коммунальных услуг должен быть присоединен к интеллектуальной системе учета не позднее двух месяцев с даты его допуска в эксплуатацию.

Датой присоединения прибора учета электроэнергии к интеллектуальной системе учета будет являться дата получения уведомления от владельца системы о таком факте всеми пользователями системы по соответствующему прибору учета электроэнергии.

Владельцы (гарантирующий поставщик либо сетевая организация) интеллектуальных систем учета обязаны предоставить удаленный доступ посредством сети «Интернет» путем предоставления доступа в личный кабинет на безвозмездной основе, возможность пользователям систем (потребителям) использовать функции интеллектуальной системы учета.

Более того, система должна обеспечивать выполнение требований Федерального закона от 27.07.2006 № 152–ФЗ «О персональных данных». Используя актуальные данные, которые будут передаваться абонентами, в зависимости от интервала потребления, существует возможность (пусть и потенциальная) сделать выводы о поведении в домашней обстановке конкретного абонента. Режимы функционирования и использования устройств абонента смогут быть определены через их электропотребление, посредством чего можно сделать обширные предположения о привычках членов семьи, режиме сна и их отсутствия в доме. Сбор и формирование таких персональных данных может быть использован в корыстных целях в криминальной сфере, посредством их утечки недобросовестным лицам (мошенникам, грабителям, ворам).

Следовательно, возникает вопрос: какова правовая основа такого оборота персональных данных и будет ли отвечать высокому уровню надежности и безопасности защита персональных данных абонентов. А также, как коррелируется сбор и хранение персональных данных потребителей электроэнергии со статьей 23 Конституции Российской Федерации (право каждого на неприкосновенность частной жизни). Данные вопросы нуждаются в их обсуждении на законодательном уровне и принятию грамотных и осторожных решений.

18.03.2019 на стадию независимой антикоррупционной экспертизы перешел проект постановления Правительства РФ «О внесении изменений в Основные положения функционирования розничных рынков электрической энергии и иные нормативные правовые акты Российской Федерации по вопросам совершенствования организации учета электрической энергии», в котором

законодатель видоизменил только само понятие безучетного потребления, но по сути оставив его в прежней редакции.

В проекте постановления отсутствуют явные изменения порядка расчета безучетного потребления электроэнергии в связи с внедрением интеллектуальной системы учета электрической энергии (мощности). На сегодняшний день, у потребителей, у которых установлены обычные приборы учета, периодически возникают проблемы с надлежащим определением сетевой организацией случаев безучетного потребления электроэнергии.

Суды не принимают во внимание доказательство отсутствия искажения данных на приборе, наличие у потребителя контрольных приборов учета и подходят к решению вопроса о наличии либо отсутствии случая безучетного потребления формально, и зачастую не в пользу потребителя.

Таким образом, в связи с цифровизацией энергетики у государства появилась особая обязанность перед гражданами по охране их интересов, поскольку государство само создает большие риски посредством обязанности внедрения «умных» приборов учета для населения. Более того, будущие меры по повышению энергоэффективности энергопотребления на основе персональных данных требуют от законодателя максимальной открытости в этой сфере для инноваций.

Эти открытые на сегодняшний день вопросы необходимо решать законодателю в срочном порядке, чтобы не разочаровать надежд, связанных с повышением энергоэффективности и энергетической безопасности через внедрение «умных» электрических сетей.

Библиография:

1. Федеральный закон от 26 марта 2003 №35-ФЗ «Об электроэнергетике» // СЗ РФ, 31.03.2003, № 13, ст. 1177.
2. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. №152-ФЗ «О персональных данных» // СЗ РФ, 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3451.
3. Федеральный закон от 27 декабря 2018 №522–ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с развитием систем учета электрической энергии (мощности) в Российской Федерации» // СЗ РФ, 31.12.2018, N 53 (часть I), ст. 8448.

Проскурякова Л.А.¹

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКИХ ЭКСПОРТЕРОВ В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация. Конкурентоспособность национального экспорта прямо зависит и от эффективности системы поддержки, осуществляемой с государственным участием. Экспортно-кредитные агентства предоставляют среднесрочные и долгосрочные инструменты финансирования экспортерам и их контрагентам, к

¹ Проскурякова Л.А. — магистрантка кафедры экономических и финансовых дисциплин Московского гуманитарного университета.

которым можно отнести экспортные кредиты, страхование, гарантии и прочее, при этом создавая благоприятные условия для развития внешнеэкономической деятельности национальных компаний.

Ключевые слова: государственная поддержка экспорта, национальный проект «международная кооперация и экспорт», экспортно-кредитные агентства, РЭЦ, ЕАЭС.

Обеспечение оптимальной структуры капитала компании является одной из важнейших задач, решаемых при организации экспорта. Поэтому российские экспортеры должны иметь доступ к широкой линейке инструментов корпоративного финансирования, позволяющих управлять оборотным капиталом, инвестировать в проекты развития, минимизировать финансовые риски.

Одними из основных источниками финансирования экспорта являются крупнейшие банки развития, в капитале которых участвует Российская Федерация: Евразийский банк развития (далее — ЕАБР), Международный инвестиционный банк (далее МИБ) и Международный банк экономического сотрудничества (далее — МБЭС).

Одним из основных недостатков российской системы поддержки экспорта является слабое внимание к вопросам его не финансовой поддержки. Вплоть до создания Российского экспортного центра (РЭЦ) в стране отсутствовал соответствующий институт. Только в феврале 2016 г. были утверждены Правила осуществления АО «Российский экспортный центр» деятельности по поддержке экспорта, которые также касаются нефинансовых мер в данной области [1].

Одним из видов финансовой поддержки экспорта в России является то, что АО «Российский экспортный центр» в партнерстве с АО «РЖД Логистика», ПАО «ТрансКонтейнер» и Группой компаний «Freight Village RU» разработали экспортные маршруты «Ворсино (Калужская обл.) — Далянь (Китайская Народная Республика)» и «Ворсино (Калужская обл.) — Чэнду (Китайская Народная Республика)», используя которые экспортеры могут частично компенсировать свои затраты на перевозку. Данные маршруты дают существенные преимущества экспортерам, которые ведут торговые отношения с КНР. Основные преимущества заключаются в том, что доставка грузов железнодорожным транспортом будет занимать до 14–16 дней (по сравнению с доставкой морем, которая займет от 40 до 60 дней), при этом стоимость такой доставки будет близка к цене доставки морем, а также поезда отправляются каждые 2 недели [2].

Точная формула расчета размера компенсации, Перечень кодов продукции, в отношении которых осуществляется компенсация, и иные условия ее получения содержатся в Правилах предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат на транспортировку сельскохозяйственной и продовольственной продукции наземным, в том числе железнодорожным, транспортом, утвержденных Постановлением Правительства от 15 сентября 2017 г. № 1104 [3].

В виды финансовой поддержки экспорта в России также входят:

— налоговое регулирование внешнеэкономической деятельности (возможность применения нулевой ставки НДС);

- государственные гарантии РФ в иностранной валюте;
- льготное кредитование иностранных покупателей;
- финансирование экспортных операций Внешэкономбанком;
- страхование экспортных кредитов АО «ЭКСПАР»;
- финансирование экспортных операций АО «Росэкспедибанк».

В опубликованном 11 февраля 2019 года паспорте национального проекта «Международная кооперация и экспорт» отчётливо видно, что государство полностью финансирует национальный проект из федерального бюджета (956,8 миллиарда рублей) [4]. Проект рассчитан на 6 лет: начало реализации произошло 1 октября 2018 года, а завершение — 31 декабря 2024 года. К данному сроку в рамках национального проекта планируется увеличить объем российского сырьевого и неэнергетического экспорта до \$250 миллиардов. Объем экспорта продукции машиностроения должен составлять \$60 миллиардов, продукции агропромышленного комплекса — \$45 миллиардов.

Национальный проект включает в себя 5 федеральных проектов: «Промышленный экспорт» (423,8 миллиарда рублей), «Экспорт услуг» (5,8 миллиарда рублей), «Логистика международной торговли» (21,6 миллиарда рублей), «Экспорт продукции агропромышленного комплекса» (406,8 миллиарда рублей) и «Системные меры развития международной кооперации и экспорта» (98,8 миллиарда рублей).

В главные цели национального проекта входят такие цели, как увеличение экспорта сырьевых неэнергетических товаров, увеличение доли экспорта продукции обрабатывающей промышленности, сельскохозяйственной продукции и услуг в валовом внутреннем продукте страны, формирование эффективной системы разделения труда и производственной кооперации в рамках Евразийского экономического союза в целях увеличения объема торговли между государствами-членами Союза и обеспечения роста объема накопленных взаимных инвестиций.

Задачи:

- объем экспорта услуг должен вырасти до \$100 миллиардов к 2024 году;
- доля экспорта продукции обрабатывающей промышленности и сельхозпродукции в ВВП страны должна быть увеличена до 20%.

Запланировано дальнейшее расширение производственной кооперации в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Путём единой системы поддержки и продвижения экспорта, планируется выход России в десятку страновых брендов мира к 2024 году. Важно, чтобы меры по поддержанию и продвижению экспорта не столкнулись с отсутствием экспортеров. Правительство заинтересовано в поддержке малого и среднего бизнеса в России для стимулирования предпринимателей, которые смогут предложить свои товары на экспорт.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства РФ от 5 февраля 2016 г. 3 71 «Об утверждении Правил осуществления акционерным обществом "Российский экспорт-

ный центр" деятельности по поддержке экспорта и взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти и Государственной корпорацией по атомной энергии "Росатом" (с изменениями и дополнениями от 31 августа 2016 г., 26 апреля 2019 г.)».

2. Портал внешнеэкономической информации. URL: http://www.ved.gov.ru/rus_export/financial_measures/china_offset_costs/ (дата обращения 14.12.19).

3. Постановление Правительства РФ от 15 сентября 2017 г. № 1104 «О предоставлении субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат на транспортировку сельскохозяйственной и продовольственной продукции наземным, в том числе железнодорожным, транспортом» (с изменениями и дополнениями).

4. Инфографика паспорта национального проекта «Международная кооперация и экспорт». URL: <http://static.government.ru/media/files/5DAcgAdCvmIURPFBTU26DnVCXwMAklOu.pdf> (дата обращения 08.12.19).

*Сазанов А.С.¹
Жеребцов В.И.²*

УРОКИ ИСТОРИИ МЕНЕДЖМЕНТА: КОНВЕЙЕРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА ГЕНРИ ФОРДА

Аннотация. Генри Форд – знаменитый американский промышленник и изобретатель, организатор и владелец автомобильных заводов, автор более 160 патентов. Также этот человек известен тем, что стал первым, кто поставил производство автомобилей на поток промышленного конвейера. Конвейер использовался в производстве и раньше, однако именно Форд стал применять его для производства авто. Итогом деятельности Форда стала продажа миллионов автомобилей «Ford», а сам промышленник стал главой очень преуспевающей корпорации «Ford Motor Company», существующей и сегодня

Ключевые слова. Генри Форд, массовое производство, конвейерная концепция, автомобилестроение, работодатель, машина, доступность, массовость

На начальном этапе развития бизнеса компаньоны Форда предложили ему создать Детройтскую автомобильную компанию (Detroit Automobile Company) для производства гоночных машин — другого применения для автомобилей они тогда не видели. Форд пытался отстаивать идеи массового производства, но остался в одиночестве. «У всех была одна мысль: набирать заказы и продавать как можно дороже. Главное было — нажать деньги. Так как я на своем посту инженера не имел никакого влияния, то скоро понял, что новая компания была не подходящим средством для осуществления моих идей, а исключительно лишь

¹ Сазанов Антон Сергеевич — студент 4 курс, направление «Менеджмент».

² Жеребцов Владимир Иванович — доцент кафедры менеджмента, к.э.н.

денежным предприятием, которое приносило, к тому же, мало денег». В марте 1902 года он покинул свой пост и твердо решил никогда больше не занимать зависимого положения.

Форд никогда не считал скорость главным достоинством автомобиля, но раз уж внимание можно было привлечь только победив в гонке, ему пришлось в 1903 году построить две машины, рассчитанные исключительно на скорость. «Спуск с Ниагарского водопада в сравнении с этим должен показаться приятной прогулкой», — вспоминал он о первой поездке. Для гонок Форду порекомендовали велосипедиста Олдфилда. На гонке он сорвался с места и не снижал скорость до финиша. Его победа привлекла интерес инвесторов к Форду — легко получить деньги, когда у тебя самый быстрый автомобиль. Через неделю была оформлена компания «Ford Motors».

Свое предприятие Форд организовал уже так, как хотел. Он выбрал лозунг: «Если кто-нибудь откажется от моего автомобиля, я знаю, что в этом виноват я сам». Приоритет — продукт, простой, надежный, легкий, дешевый, массовый. С самого начала Форд создавал не автомобиль для богатых, а автомобиль для всех. Он избегал роскошной отделки, мало заботился о престижности марки. Финансовых принципов было три. Форд не привлекал в компанию чужих капиталов, покупал только за наличные, всю прибыль вкладывал опять в производство. Форд считал, что на дивиденды имеют право только те, кто участвовали в создании продукта, в самой работе. Все усилия этой работы были направлены на разработку универсальной модели автомобиля.

Красивых названий Форд для своих машин не придумывал. Он использовал подряд буквы английского алфавита. Предыдущие модели хотя и неплохо продавались, оставались все же экспериментальными. Универсальной стала модель-Т. Ее характерной особенностью являлась простота. Реклама гласила: «Каждый ребенок может управлять Фордом» [2].

В 1909 году Форд объявил, что в будущем будет выпускать лишь одну модель — «Форд-Т», и что все машины будут иметь одинаковые шасси. Форд заявил: «Каждый покупатель может получить “Форд-Т” любого цвета, при условии, что этот цвет будет черный». В своем заявлении Форд пытался изменить представление об автомобиле как об увеселительном экипаже. Но главное, Форд верил в возможность массовой продажи автомобилей в то время, когда к покупке машины относились так, как сейчас относятся к покупке самолета. «Я намерен построить автомобиль для широкого употребления. Он будет достаточно велик, чтобы в нем поместилась целая семья, но и достаточно мал, чтобы один человек мог управлять им. Он будет сделан из наилучшего материала, построен первоклассными рабочими и сконструирован по самым простым методам, какие только возможны в современной технике. Несмотря на это, цена будет такая низкая, что всякий человек, получающий приличное содержание, сможет приобрести себе автомобиль, чтобы наслаждаться со своей семьей отдыхом на вольном, чистом воздухе», — говорилось в заявлении Форда.

В идеал легко верят, пока он недоступен. Идеал осязаемый вызывает подозрение. Все считали, что нельзя что-то делать хорошо, а продавать дешево, что хороший автомобиль вообще нельзя изготовить за низкую цену — да и вообще,

целесообразно ли строить дешевые автомобили, когда их покупали только богатые? Говорили: «Если Форд сделает так, как сказал, через шесть месяцев ему крышка». Над Фордом смеялись, называли его предприятие «величайшей фабрикой консервных банок», модель-Т в народе ласково окрестили «жестянкой Лиззи». Запчасти для «Лиззи» стоили так дешево, что выгоднее было купить новые, чем чинить старые. Чтобы продавать много, необходимо было не только снижать цены на автомобиль, но и убедить покупателя в качестве автомобиля. На заре автомобильной индустрии на продажу автомобиля смотрели как на выгодную операцию. Получали с покупателя деньги, комиссионер зарабатывал свои проценты и сразу забывал о чуде, купившем себе дорогую игрушку. Каждый владелец автомобиля считался богатым человеком, которого стоило поприжать[3].

Политика Форда, ориентированная на массовые продажи, была такой: «Кто приобрел наш автомобиль, имел в моих глазах право на постоянное пользование им. Поэтому, если случалась поломка, нашей обязанностью было позаботиться о том, чтобы экипаж как можно скорее был опять пригоден к употреблению». Этот принцип услуги был решающим для успеха Форда.

Он каждый год снижал стоимость «жестянки» и в 1927 году торжественно выехал с завода на пятнадцатимиллионном автомобиле «Форд-Т», который за 19 лет мало изменился. Как не менялись и принципы Генри Форда [1].

При наборе новых сотрудников Форд категорически был против приема «компетентных лиц». За это его все время обвиняли в необразованности.

Только что-то сделавший своими руками мог быть достоин уважения Форда. Он считал, что каждый должен начинать с нижней ступени рабочей лестницы. Старый опыт и прошлое новых сотрудников в расчет не принималось. «Мы никогда не спрашиваем о прошлом человека, ищущего у нас работу, — мы принимаем ведь не прошлое, а человека».

Форд полагал, что на его фабрике каждый в конце концов попадает туда, куда заслуживает. Что волна вынесет способного человека на место, принадлежащее ему по праву. «То, что для него нет “свободных” постов, не является препятствием, так как у нас, собственно говоря, нет никаких “постов”, — писал Форд. — Наши лучшие работники сами создают себе место. Назначение не связано ни с какими формальностями; данное лицо сразу оказывается при новом деле и получает новое вознаграждение». Руководитель фабрики начал с машиниста. Директор крупного предприятия в Ривер-Руже был принят изготовителем образцов. Руководитель одного из важных отделов начинал уборщиком мусора[3].

В поисках снижения издержек производства Форд обратил внимание на то, что рабочий тратил больше времени на поиск и доставку материала и инструментов, чем на работу. Прогулки рабочих по цеху оплачивать не хотелось. «Если двенадцать тысяч служащих сэкономят каждый ежедневно по десять шагов, то получится экономия пространства и силы в пятьдесят миль», — подсчитал Форд и понял, что необходимо доставлять работу к рабочим, а не наоборот. Он сформулировал два принципа: заставлять рабочего не делать никогда больше одного шага и никогда не допускать, чтобы ему приходилось при работе наклоняться

вперед или в стороны. С 1 апреля 1913 года Форд запустил конвейер. Рабочий, который вгонял болт, не завинчивал одновременно гайку; кто ставил гайку, не завинчивал ее накрепко. Никто из рабочих ничего не поднимал и не перетаскивал.

12 января 1914 года Форд устанавливает размер минимальной оплаты труда в 5 долларов в день (в два раза больше, чем средняя в отрасли!) и сокращает рабочий день до восьми часов. «Честолюбие каждого работодателя должно было бы заключаться в том, чтобы платить более высокие ставки, чем все его конкуренты, а стремление рабочих — в том, чтобы практически облегчить осуществление этого честолюбия», — обосновал Форд свое решение. Одновременно он проводит политику использования труда инвалидов, которым платит столько же, сколько здоровым рабочим. Выгода заключалась в другом: к однообразию конвейерной работы инвалиды были подготовлены лучше, ведь квалификации никакой не требовалось. Так, слепой был приставлен к складу, чтобы подсчитывать винты и гайки, предназначенные для отправки в филиалы. Двое здоровых людей были заняты той же работой. Через два дня начальник мастерской попросил назначить обоим здоровым другую работу, так как слепой был в состоянии вместе со своей работой выполнять обязанности и двух других.

Работодатель никогда ничего не выиграет, если произведет смотр своим служащим и поставит себе вопрос: «Насколько я могу понизить их плату?». Столь же мало пользы рабочему, когда он грозит предпринимателю кулаком и спрашивает: «Сколько я могу выжать у вас?». В последнем счете, обе стороны должны держаться предприятия и задавать себе вопрос: «Как можно помочь данной индустрии достигнуть плодотворного и обеспеченного существования, чтобы она дала нам всем обеспеченное и комфортабельное существование?» — Форд настаивал, что компаньонами промышленника являются не держатели акций, а создатели продукта. С января 1914 года он оповестил рабочих о плане их участия в прибылях [2].

Форд считал, что прибыль принадлежит трем группам: во-первых, предприятию, чтобы поддерживать его в состоянии устойчивости, развития и здоровья; во-вторых, рабочим, при помощи которых создается прибыль; в-третьих, до известной степени, — так же и обществу. Цветущее предприятие доставляет прибыль всем трем участникам — организатору, производителям и покупателю. По мнению Форда, ответственность руководителя заключается в заботе о том, чтобы подчиненный ему персонал имел возможность создать себе порядочное существование. Другими словами, иметь возможность покупать автомобили Форда. Это был первый шаг к формированию класса синих воротничков [2].

«Берегитесь ухудшать продукт, берегитесь понижать заработную плату и обирать публику. Побольше мозга в вашем рабочем методе — мозга и еще раз мозга! Работайте лучше, чем прежде, только таким путем можно оказать помощь и услугу для всех стран. Этого можно достигнуть всегда», — призывал Форд. К его заявлениям относились недоверчиво, однако они не были просто рекламным трюком. В один год прибыль настолько превысила ожидания, что Форд добровольно вернул каждому купившему автомобиль по 50 долларов: «Мы чувствовали, что невольно взяли с нашего покупателя дороже на эту сумму».

Следствием этой политики Форда явился конфликт с акционерами. «Если бы я был принужден выбирать между сокращением заработной платы и уничтожением дивидендов, я, не колеблясь, уничтожил бы дивиденды» — подобные сентенции не могли найти отклика у компаньонов. Все заработанные деньги Форд вкладывал в производство. Предприятие богатело, и акционеры во главе с братьями Додж надеялись на получение дивидендов. Они не представляли, что производство можно ограничить одной-единственной моделью. Форд презрительно сравнивал их с «создателями дамских мод»: «Изумительно, как глубоко вкоренилось убеждение, что бойкое дело, постоянный сбыт товара зависят не от того, чтобы раз навсегда завоевать доверие покупателя, а от того, чтобы сперва заставить его израсходовать деньги на покупку предмета, а потом убедить, что он должен вместо этого предмета купить новый» [3].

Принцип Форда был другим: каждая часть автомобиля должна быть сменной, чтобы, если понадобится, ее можно было заменить более современной. Доброкачественная машина должна быть так же долговечна, как хорошие часы. Пусть автомобиль Форда был однообразный, зато надежный. Акционеры взбунтовались. Генри Форд, чтобы усыпить их бдительность, ушел в отставку и передал управление своему сыну Эдселу. Тем временем сам начал скупать акции и очень скоро к имевшемуся в его распоряжении 51% добавил остальные 49%. Акционеров как таковых не осталось. Платить дивиденды было некому. Заведовать финансами Форд поставил Эдсела, а сам продолжил единолично руководить производством. Политика осталась без изменений: лучше продать большое количество автомобилей с маленькой прибылью, чем малое количество с большой [1].

В 1920 году, продав все, что не имело отношения к автомобилестроению, Форд провел реконструкцию на фабрике. «Бездельников» из здания управления перевели в цеха. «Большое здание для управления, может быть, иногда и необходимо, но при виде его просыпается подозрение, что здесь имеется избыток администрации», — заявил он при этом. Все служащие, не согласные вернуться к станку, были уволены. Внутренние телефоны между отделами отключены. Форд придумал девиз: «Поменьше административного духа в деловой жизни и побольше делового духа в администрации». Это означало, что работа низших менеджеров была сведена к учету, на предприятии отсутствовали организационные схемы и горизонтальные связи между отделами, были ликвидированы производственные совещания, не велось никакой «лишней документации», были отменены журналы нарядов. Гордо заявив, что статистикой не построишь автомобиля, Форд упразднил статистику.

Форд был жестким хозяином, но по-настоящему любил своих рабочих и заботился о них. Он открыл школу, больницу, завел традицию коллективных пикников и обедов. Он был строгим, но справедливым отцом, вбивающим в головы своих шалопаев старомодные истины. Если бы это было в его власти, «Форд-Т» выпускался бы всегда. Когда пришлось заменить его в 1927 году, он закрыл производство на шесть месяцев. Но было слишком поздно: лидером аме-

риканского автомобилестроения стал General Motors, сообразивший переориентироваться на выпуск разных марок, предложить покупателю ассортимент автомобилей «для любой цели и любого кошелька».

Таким образом, основными принципами Форда, которых он придерживался при организации своей деятельности, являлись: снижение себестоимости продукции, унификация основных деталей автомобиля, использование основных элементов логистики, минимизация управленческого аппарата, работа только с собственными финансовыми средствами, без использования кредитов.

Список использованных источников:

1. Антонов И.С. Краткая история автомобилестроения. Ульяновск: УлГТУ, 2013.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б.Борисов. — М.: Книжный мир, 2003.
3. Васильева Е.К. 50 знаменитых бизнесменов XIX — начала XX вв. / Е.К.Васильева, Ю.С.Пернатъев. — Харьков: Фолио, 2017.

Снетков А. В.¹

БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ — СЕРЬЕЗНАЯ ПРОБЛЕМА В РОССИИ

Одной из серьезных проблем, стоящих в современное время в России, является, борьба с коррупцией. Только с января по август 2019 г. в стране совершено 18,4 тысячи коррупционных преступлений. Об этом 18 ноября 2019 г. сообщил заместитель начальника Управления по борьбе с правонарушениями в сфере распределения и использования бюджетных средств главного управления экономической безопасности и противодействия коррупции МВД России Д. Севастьянов в интервью журналу «Полиция России». По его словам 5,5 тысячи преступлений из этого числа совершены в крупном и особо крупном размере. Общий ущерб по оконченным уголовным делам составил порядка 102 миллиардов рублей. Он добавил, что в бюджет возмещено 27 миллиардов рублей.

За последнее время государством принят ряд программ, направленных на антикоррупционное просвещение. Важнейшую роль в антикоррупционном просвещении населения играет освещение в СМИ антикоррупционной политики государства, конкретных результатов борьбы с коррупцией, создание атмосферы нетерпимости к фактам коррупции.

В апреле 2014 года утверждена государственная программа «Антикоррупционного просвещения на 2014–2016 годы». Кроме того, в июле

¹ Снетков Андрей Викторович — студент факультета экономики и права АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

2014 года принят Федеральный закон № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации». Этот документ подтверждает полномочия общественных, негосударственных структур в области противодействия коррупции, и в том числе в сфере использования информационных технологий.

Документ представляет собой государственную программу, предусматривающую реализацию 22 мероприятий, направленных на повышение правовой грамотности, общего уровня правосознания и правовой культуры граждан, воспитание нетерпимости к коррупционным правонарушениям. Эти мероприятия начали реализовываться федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ с участием Генеральной прокуратуры и Следственного комитета. К антикоррупционному просвещению также широко привлекаются все образовательные и учебные организации, некоммерческие организации и средства массовой информации¹.

Необходимо подчеркнуть, что в последние годы в стране проведена определенная работа по реализации этих законов. Следователями в ряде регионов страны была проделана необходимая работа по борьбе с коррупцией, не смотря на высокое положение фигурантов уголовных дел. Есть основание полагать, что федеральный центр действительно начал проявлять волю для устранения некоторых преступных групп во власти, в том числе, высшего регионального уровня.

Важно отметить, что если ранее в уголовных делах фигурировали суммы в тысячи, миллионы, изредка в миллиарды рублей, то на сегодняшний день можно встретить и десятки миллиардов, и даже 100 млрд. руб.².

13 ноября 2019 г. сообщалось, что в России увеличилось число преступлений с использованием платежных карт. По подсчетам МВД, с января по сентябрь 2019 года в России было зарегистрировано 10,3 тысячи преступлений, квалифицированных по статье 159.3 УК РФ («Мошенничество с использованием электронных средств платежа»). Это более чем в четыре раза больше показателей прошлого года³.

Как теперь стало известно, полицией возбуждены новые уголовные дела о хищениях и коррупции в особо крупных размерах. Поражает размах этих коррупционных действий. Только при строительстве объектов космодрома Восточный были выявлены при начале весной этого года строительстве стартовой площадки для ракеты-носителя «Ангара» махинации на сумму более 250 млн руб.

15 ноября 2019 г. следственное управление Следственного комитета России по Амурской области сообщило о хищениях на космодроме. Как было установлено следствием, с 31 октября 2018-го по 31 мая 2019 года должностные лица из числа руководителей ООО «Поволжское строительное предприятие» (ПСП),

¹ См.: Федеральный закон от 19. 07. 2014 года № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации». — [Электронный ресурс]. - Режим доступа: Консультант Плюс. Журнал «Полиция», № 9–10, 2019 г.

² Kprf.ru.activity / anticorruption / 157712.html.

³ Пеньковский Д. Д., Кузнецов В. И. Борьба с коррупцией — серьезная проблема современности. Вестник Национального института бизнеса. Выпуск 37. М., 2019. С. 214–215.

которое по контракту являлось исполнителем гособоронзаказа по объекту «Строительство стартового комплекса космического ракетного комплекса “Ангара” — площадка 1А», расположенному в ЗАТО Циолковский Амурской области, предоставили в Управление федерального казначейства (УФК) Татарстана «заведомо ложные сведения» об оплате по договорам аренды спецтехники с ООО «Трио-ВИС» (основной вид деятельности которой аренда и лизинг сухопутных транспортных средств и оборудования).

При этом, по версии следствия, договоры аренды на самом деле не исполнялись, а финансово-хозяйственные документы на проверку оказались подложными. Тем не менее УФК Татарстана перечислило через ООО ПСП по ним на расчетный счет ООО «Трио-ВИС» 13,8 млн руб.

Напомним, что строительство космодрома Восточный в Амурской области ведется с 2012 года. По данным Генпрокуратуры РФ, в 2014—2018 годах было выявлено 17 тыс. различных нарушений (хищение бюджетных средств, затягивание сроков строительства, невыплата зарплат и др.) при его возведении, более 1 тыс. человек, в том числе должностные лица, привлечены к ответственности. По фактам нарушений следствием возбуждено 140 уголовных дел, ущерб от преступлений оценивается в 11 млрд руб., из которых возвращено было 3,5 млрд руб. Всего по различным статьям Уголовного кодекса РФ осуждены 50 человек, в 2018 году приговоры вынесены в отношении 27 из них.

11 ноября 2019 г. года президент России Владимир Путин сообщил, что на строительстве космодрома так и не удалось в полной мере навести порядок и там «воруют сотнями миллионов». В свою очередь, глава «Роскосмоса» Дмитрий Рогозин заявил, что «все причастные к коррупции при строительстве были отстранены от проекта» и «оснований беспокоиться нет».¹

Таким образом можно сделать вывод, что в России идет процесс борьбы с коррупцией. Однако этого недостаточно. Иначе прогресса нашей стране не добиться, и острые проблемы, стоящие перед Россией в настоящее время не решить. Это несколько раз отмечал Президент РФ В. Путин на своих встречах с журналистами в 2019 г.

Список использованных источников и литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6–ФКЗ, от 30.12.2008 № 7–ФКЗ, от 05.02.2014 № 2–ФКЗ, от 21.07.2014 № 11–ФКЗ). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.

2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 05.05.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2014). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.

¹ <https://news.mail.ru/incident/39563881/?frommail=1>.

3. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 21.07.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2014). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
4. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья)» от 26.11.2001 № 146-ФЗ (ред. от 05.05.2014 — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
5. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 12.03.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2015). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
6. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 21.07.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2014). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
7. «Конвенция об уголовной ответственности за коррупцию» (ETS N 173) [рус., англ.] (Заключена в г. Страсбурге 27.01.1999). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
8. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О противодействии коррупции». — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
9. Федеральный закон от 17.07.2009 № 1720-ФЗ (ред. от 21.10.2013) «Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов». — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
10. Федеральный закон от 19.07.2014 года № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации». — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Консультант Плюс.
11. Российская газета, 2009, 30 июля.
12. Журнал «Полиция», № 9–10, 2019 г.
13. Пеньковский Д. Д., Кузнецов В. И. Борьба с коррупцией — серьезная проблема современности. Вестник Национального института бизнеса. Выпуск 37. М., 2019.
14. Интернет: [Http://Russian.rt.com./article/144325](http://Russian.rt.com./article/144325);
Kprf.ru.activity / anticorruption / 157712.html
[Https://dontimes.news/borba-s-korrupsiyey-v-kitae-pravda-i-domyislyi/](https://dontimes.news/borba-s-korrupsiyey-v-kitae-pravda-i-domyislyi/)
[Http://news.mail.ru/incident\39522558\frommal=1](http://news.mail.ru/incident\39522558\frommal=1)
[Https://dontimes.news/borba-s-korrupsiyey-v-kitae-pravda-i-domyislyi/](https://dontimes.news/borba-s-korrupsiyey-v-kitae-pravda-i-domyislyi/)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация. Рассмотрены основные риски в деятельности организации, работающей в сфере гостиничного бизнеса. Изучена комплексная система управления рисками в ООО «Аврора Хотел Сервис». Предложены пути совершенствования системы управления рисками в данной организации.

Ключевые слова: риски, стратегия конкурентной борьбы, система управления рисками.

На сегодняшний день проблема рисков в гостиничной индустрии является одной из немаловажных для предприятий, в этой сфере. Поэтому для решения и изучения данной задачи было выбрано предприятие ООО «Аврора Хотел Сервис».

Комплексная система управления рисками в ООО «Аврора Хотел Сервис», определяющая основные элементы системы менеджмента рисков, предусматривает следующие подсистемы или процедуры, входящие в процесс управления рисками в гостинице:

1. Планирование управления рисками - выбор подходов и планирование деятельности по управлению рисками проекта. Данная подсистема должна функционировать в рамках выбранного инновационного проекта, цель которого обеспечить предприятию ООО «Аврора Хотел Сервис» наиболее выгодное положение в конкурентной среде посредством инноваций.

2. Управление рисками - это процессы, связанные с идентификацией, анализом рисков и принятием решений, которые включают максимизацию положительных и минимизацию отрицательных последствий наступления рисков событий.

3. Качественная оценка рисков — анализ рисков и условий их возникновения с целью определения их влияния на успех проекта.

4. Количественная оценка — анализ вероятности возникновения и влияния последствий рисков на проект [1].

На предварительном этапе, предшествующем анализу системы управления рисками на предприятии ООО «Аврора Хотел Сервис», был проведен анализ конкурентоспособности фирмы, в результате которого определены сильные и слабые стороны предприятия на рынке и риск снижения её конкурентоспособности.

¹ Сычева Александра Александровна — студентка 3 курса, группа М-301, направление подготовки «Менеджмент», профиль «Управление малым бизнесом».

² Гусев Андрей Константинович — заведующий кафедрой менеджмента Национального института бизнеса.

Влияние рисков сказывается на всех сторонах работы предприятия: производственной, сбытовых возможностях, способности отвечать по своим обязательствам, итоге ухудшая его финансовое положение. Из всего вышеперечисленного видна актуальность и необходимость наличия на этом предприятии эффективной системы управления риском.

Таблица 1

Анализ рисков гостиницы ООО «Аврора Хотел Сервис»

Источник риска	Характеристика риска	Бальная оценка *
Эксплуатационный	Различные проблемы, которые могут возникнуть в ходе использования здания или перепланировки	1-3
Технический	Возникновение сложностей с поставкой, установкой и настройкой нового оборудования	1-3
Человеческий	Отсутствие персонала, обладающего необходимой квалификацией	4-7
Организационный	Возникновение всевозможных случайных неблагоприятных ситуаций в процессе деятельности гостиничного предприятия	4-7
Финансовый	Недостача или отсутствие денежных средств для дальнейшего функционирования отеля	4-7
Коммерческий	Низкий уровень сдачи номеров постояльцам по заявленным ценам	4-7

* Данная оценка была разработана для субъективной оценки опроса по проблемам риска (от 1 до 3 — низкий процент вероятности возникновения, от 4 до 7 — средний процент вероятности возникновения, от 8 до 10 — высокая вероятность возникновения).

Было выявлено наличие таких проблем как:

- возникновение сложностей с поставкой, установкой и настройкой нового оборудования;
- отсутствие персонала, обладающего необходимой квалификацией;
- возникновение всевозможных случайных неблагоприятных ситуаций в процессе деятельности гостиничного предприятия;
- низкий уровень сдачи номеров гостям по заявленным ценам.

Руководство ООО «Аврора Хотел Сервис» не может в полном объеме нейтрализовать появление этих рисков и рискованных ситуаций в процессе существования предприятия.

Исходя из этого, было принято решение разработать методы снижения рисков и пути их дальнейшего и предотвращения.

Все рискованные ситуации, представленные выше, имеют место быть на данном предприятии, поэтому стоит рассмотреть более детально каждую из них. Для того, чтобы понять, какова вероятность для предприятия возникновения большей части рисков и решений, принятых в условиях риска [2].

Рассмотрим проблему, связанную с возникновением сложностей при установке и настройке нового оборудования. Как показал опрос в гостинице ООО «Аврора Хотел Сервис», это связано с недостаточной квалификацией наладчиков оборудования и технических специалистов, потому что им не хватает опыта и знаний для того, чтобы грамотно установить новую технику и оборудование. Так как гостиница в своем среднесрочном планировании определяет основной целью — повышение оснащенности гостиницы современными технологиями и оборудованием, то рискует его не выполнить. Поэтому риск может быть неоправданным и может решиться с помощью переобучения сотрудников или же набора нового более квалифицированного персонала в данной области. Но опасность будет заключаться в том, что гостиница, не проведя переподготовку своих сотрудников, останется без выполнения своего плана, тем самым повлечет за собой проблему не наполняемости гостиничных номеров.

Следующая рискованная ситуация вытекает из предыдущей. Она заключается в отсутствии квалифицированного персонала. Потому что гостиница гонится за развитием индустрии и забывает об обучении кадров. Здесь стоит рассматривать риск с позиции не правильного управления и недостаточно подготовленного руководства. В ходе исследования было выявлено, что это самая ярко выраженная рискованная ситуация.

Так как предприятие находится достаточно в оживленном месте, не стоит забывать о том, что безопасность должна быть превыше всего. Но по результатам опроса было выявлено то, что предприятие не готово к различным ситуациям, которые могут нанести вред или причинить пагубные последствия гостям.

Все рассмотренные выше пункты говорят о том, что действия по управлению рисками не проводятся в должном объеме, поэтому все идет к тому, что номерной фонд гостиницы не будет иметь высокую степень занятости. Потому что люди хотят иметь надежную защиту от всех внешних факторов.

В ходе исследования был проведен анализ финансово — экономического состояния гостиницы ООО «Аврора Хотел Сервис». Он показал, что деятельность гостиницы в целом успешна на протяжении 2018 года, так как в организации достаточно эффективно использовались основные и оборотные средства, его трудовые ресурсы, увеличилась прибыль. Хотя в 2017 году его деятельность была не столь эффективна, так как возросли цены на размещение гостей в номерах, увеличились расходы на продвижение гостиницы [4].

Так, как в этом году прослеживается тенденция снижения прибыли, можно предположить, что если данное предприятие не будет проводить более эффективную политику по управлению рисками, то в ближайшее время данное гостиничное предприятие может оказаться в сложном финансовом состоянии.

Таблица 2

Анализ финансово-экономической деятельности гостиницы
ООО «Аврора Хотел Сервис»

№	Показатели	2017 год	2018 год
1.	Выручка (тыс.руб.)	137 066	149 900
2.	Себестоимость (тыс.руб.)	72 111	80 678
3.	Прибыль от реализации (тыс.руб.)	64 955	69 222
5.	Рентабельность продаж (%)	48	47
6.	Рентабельность производства (%)	90	86
7.	Производительность труда (тыс.руб/чел.)	965,3	1 102,2
8.	Фондоотдача (руб.)	75,5	80,29
9.	Средняя заработная плата (тыс.руб)	15 000	16 000
10.	Общая численность работников (чел.)	142	136

Исходя из анализа финансово — экономического состояния гостиницы, видно, что за период 2017 — 2018 г.г. выросли выручка, прибыль, производительность труда, но уменьшилось количество персонала, работающего на предприятии. Поэтому следует проводить для персонала курсы по повышению квалификации, организовывать мастер-классы, привлекать новый персонал за счет повышения заработной платы и создания дополнительных льгот.

Данная рекомендация поможет удержать персонал и увеличить его количество в гостинице, а так же повысить образовательный уровень и сплотить коллектив. Это немаловажно для предотвращения конфликтных ситуаций и улучшения морально — психологической обстановки в рабочем коллективе.

Так же стоит заметить, что данное гостиничное предприятие за последний год снизило рентабельность продаж. На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что основная доля расходов, которая повлияла на **снижение рентабельности продаж**, заключается в обслуживании взятого кредита. Следует следить за тем, чтобы вложенные средства привели к снижению себестоимости. А также наращивать объем продаваемых и оказываемых гостиничных услуг, используя имеющиеся собственные человеческие ресурсы. Кроме того, следует оказывать дополнительные услуги гостям, наращивая выручку от реализации за счет использования акций и программ лояльности.

Так же рекомендуется разработать программу управления финансовыми рисками, а также усовершенствовать существующую технологию управления рисками при помощи создания программы проведения целевых мероприятий, а также создать отдела управления рисками.

Таким образом, на основании данных, представленных в таблице 3, специалист в целях принятия эффективных решений по управлению рисками может осуществлять работу на каждом из перечисленных этапов с использованием связанной с предварительной и основной стадиями разработки проведения целевых мероприятий

Таблица 3

Программа проведения целевых мероприятий
ООО «Аврора Хотел Сервис»

Стадия ПЦМ	Характеристика
Предварительная стадия	Изучение всей необходимой информации для составления ПЦМ.
Основная стадия	Разработка программы управления рисками, а также ее внедрение и реализация, способствующие уменьшению возможного ущерба для организации.

Целью разработки и проведения целевых мероприятий для ООО «Аврора Хотел Сервис» является обеспечение успешного функционирования организации в условиях финансового риска, которая может быть достигнута за счет решения следующих задач:

- выявления финансовых рисков;
- снижения финансовых потерь.

Реализация поставленных целей и задач управления рисками требует от экономиста ООО «Аврора Хотел Сервис» выбора основных принципов управления рисками организации, которые должны быть учтены им при разработке и проведении целевых мероприятий.

Методы распределения коммерческого риска представляют собой более гибкие инструменты управления. К данной группе методов можно отнести: различные варианты диверсификации, например, диверсификацию деятельности; увеличение числа используемых или готовых к использованию технологий по внедрению новых услуг; расширение ассортимента или спектра предоставляемых услуг, ориентированных на различные социальные группы потребителей. Также сюда можно отнести налаживание отношений с новыми поставщиками, которые могут помочь гостинице снизить коммерческие и финансовые риски в случае, если старый поставщик откажется от сотрудничества и перейдет к конкурирующей организации [4].

Это позволит снизить риски гостиницы «Аврора Хотел Сервис», привлечет новых гостей, персонал и инвесторов, заставит задуматься конкурентов о том, какую нишу на рынке теперь занимает гостиница «Аврора Хотел Сервис». Так же эти действия могут увеличить сплоченность коллектива и повысить заинтересованность персонала в работе.

Предложенные пути совершенствования системы управления рисками и внедрения инструментария для управления рисками, связанными с понижением рентабельности, ростом увольнения кадров, позволит предприятию ООО «Аврора Хотел Сервис» разработать эффективную систему управления рисками и интегрировать ее ключевые процессы в предпринимательскую деятельность.

Список использованных источников:

1. Арутюнян С.А., Баранникова М.А., Опрышко Ю.И. Уровни риск-менеджмента. — М: Новая наука, 2016.
2. Бадалова А.Г. Управление рисками деятельности предприятия: Учебное пособие. — М.: Вузовская книга, 2015.
3. Касьяненко Т. Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе. — М.: Издательство «Юрайт», 2019.
4. Мамаева Л.Н. Управление рисками: Учебное пособие. — М.: Дашков и К, 2017.

*Тимофеев М.И.¹
Мамедова А.П.²
Леонтьева А.А.³*

ОЦЕНКА РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК АЛЬТЕРНАТИВЫ СМИ ДЛЯ БИЗНЕСА

Аннотация. Актуальность статьи обусловлено тем, что реклама остается эффективным инструментом продвижения. При этом отсутствуют научно-обоснованные исследования по применимости и эффективности рекламы в соцсетях. Целью данной публикации является оценка преимуществ и недостатков рекламы в традиционных СМИ и в социальных сетях.

Ключевые слова: реклама в традиционных СМИ, реклама в социальных сетях, эффективность рекламы, имиджевая реклама.

Актуальность данной статьи обусловлено тем, что реклама в системе маркетинговых коммуникаций остается одной наиболее эффективных инструментов продвижения. В настоящее время отмечается неумеренно активная пропаганда рекламы в социальных сетях. При этом отсутствуют системный анализ и научно-обоснованных исследований по применимости и эффективности этой рекламы.

Целью данной публикации является оценка преимуществ и недостатков рекламы в традиционных СМИ и в социальных сетях.

Хотелось бы начать с того, чтобы напомнить методы оценки эффективности тех или иных инструментов маркетинговых коммуникаций.

По мировой статистике, около 50% всех рекламных кампаний оказываются безрезультатными с точки зрения повышения прибыли — повышение дохода

¹ Тимофеев Михаил Иванович — к.т.н., доцент АНО ВО Национальный институт бизнеса.

² Мамедова Анастасия Пахлуловна — обучающаяся группы М-171 АНО ВО Национальный институт бизнеса.

³ Леонтьева Анастасия Андреевна — обучающаяся группы М-171 АНО ВО Национальный институт бизнеса.

«съедается» расходами на рекламу. 30% из них безрезультатных кампаний становятся явно убыточными. Причины стратегического характера таких неудач: а) ошибки в менеджменте; 2) непрофессиональный маркетинг [1, с.15].

В соответствие с мировой практикой нормальным результатом рекламной кампании считаются 3 руб. прибыли на 1 вложенный в нее рубль.

Наиболее распространенными принципами оценки эффективности считаются:

- по изменению прибыли;
- по изменению количества звонков-откликов;
- по изменению количества кликов в интернете;
- по изменению количества приходов посетителей;
- по замерам (посредством опросов) изменений знакомости марки фирмы или продукта через припоминание и узнавание (показ фирменных блоков) элементов фирменного стиля, фирменных персонажей.
- по замерам отношения (симпатии, антипатии) к марке фирмы или объекту рекламированию;
- по замерам изменения намерений воспользоваться продуктом и др.

Надо сказать, методично и системно используют указанные способы определения эффективности крайне малый процент предпринимателей.

Мы, люди, в большинстве своем уподобляемся детям, которые сразу теряют интерес к старым игрушкам, когда видят новую. Слово «новый» заметно привлекает наше внимание. Это же относится и к рекламе в соцсетях — SMM (Social Media Marketing,). Люди заглатывают новую наживку во многом по причине подсознательного желания встать в ряды «прогрессивных» личностей. Это напоминает гонку за любой модой. В нас с детства воспитано представление о том, что любая новизна — это прогресс, а прогресс — это якобы безусловное благо.

Здесь мы хотели бы напомнить «городу и миру», что под разнuzданную шумиху вокруг SMM могут быть потеряны немалы выгоды от традиционной рекламы в СМИ. Ниже приведем следующие аргументы в пользу традиционных СМИ. В таблице 1 отражены сравнительные данные используемых источников информации и доверия к ним согласно исследованиям ФОМ [2], на 20.12.2019г.

Таблица 1

Используемые источники информации и доверие к ним

<i>Используемые источники информации</i>	<i>%</i>
ТВ, радио, пресса (в сумме)	95
Новостные сайты в интернете, форумы, блоги, сайты соцсетей (в сумме)	63
<i>Доверие к источникам информации</i>	
Телевидение, печатная пресса, радио (в сумме)	51
Форумы, блоги, сайты соцсетей (в сумме)	31

Построено авторами по данным ФОМ (Фонд общественного мнения).

Допускают, что могут отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений: 26% респондентов.

Исключают отказ от ТВ: 60%.

Так что слухи о смерти традиционных СМИ несколько преувеличены.

Спору нет, в современном мире социальные сети являются не только средством общения с друзьями, но и сильнейшим инструментом развития бизнеса.

Онлайн-реклама действительно открывает перед бизнесом, казалось бы, неограниченные возможности. К ним относятся таргетинг аудитории, навязчивость рекламных сообщений, относительная дешевизна (если сравнить с рекламой на телевидении) и т.д.

Большинство компаний создают в социальных сетях аккаунты и распространяют информацию о продаваемых товарах и услугах. Это позволяет привлечь внимание новых клиентов и сформировать положительный имидж компании. На данный момент социальные сети это достаточно полное отражение человека. Просмотрев социальные сети того или иного субъекта, можно определить, что ему интересно, а из этого можно уже сделать вывод, какими товарами и услугами он пользуется. Данный факт способствует постоянной модернизации социальных сетей для появления новых разнообразных сервисов.

С момента появления социальных сетей, в частности, «ВКонтакте», в середине 2000-х люди стали активно заполнять свои профили, создавать сообщества и активно вступать в них. Со временем, это дало возможность настраивать рекламу по половозрастным, географическим характеристикам аудитории, а самое главное, по интересам.

Однако выявить людей, которым нужно купить что-то конкретное в настоящий момент практически невозможно. Но продавать в социальных сетях можно то, в чем у людей есть достаточно постоянная потребность.

Вот несколько примеров того, что можно успешно продавать в социальных сетях [3]:

- одежда;
- билеты на мероприятия;
- обучающие курсы;
- оригинальные подарки, сувениры;
- продажи товаров и услуг для людей объединенных общими интересами (любители кошек, собак, вайперы, меломаны и т.д.).

Именно интересы пользователей, их участие в тематических сообществах, их активность, позволяют собирать максимально релевантные базы ретаргетинга и наиболее точно настраивать рекламу, что в итоге позволяет при скромных бюджетах достигать хороших результатов.

Отдельно стоит отметить, что социальные сети являются отличным способом заявить о новом бренде — товаре массового потребления или популярной услуге в новой «упаковке». То есть, осуществить имиджевую функцию для предприятия или торговой марки.

Так какому бизнесу подходит таргетированная реклама, и какой бизнес может эффективно использовать ее в своей практике?

Напомним определения:

B2C (business to customer) — форма торговли, целью которой являются

прямые продажи для потребителя.

B2B (business to business) — любая деятельность одних компаний по обеспечению других производственных компаний сопроводительными услугами, дополнительным оборудованием, а также товарами, предназначенными для производства других товаров. Сюда относится и оптовая торговля.

Вполне очевидно, что у каждого из видов свои характерные черты и особенности. Поэтому для каждого нужен уникальный подход.

Раньше мало кто знал о таких методах, как «ретаргетинг по ID», «парсинг» — поэтому бизнесу B2B было сложно научиться использовать таргетированную рекламу как эффективный канал.

В сфере B2C есть глобальное разделение на узкоспециализированные товары и массовые. И что же эффективнее рекламируется? FMCG (fast moving consumer goods) — товары повседневного спроса, требуют минимального таргетинга. Например, в «ВКонтакте» — свыше 50 млн людей могут ознакомиться с рассказом про уникальную продукцию, описать креативную идею, и то как продукт решает актуальные проблемы.

Такие товары и услуги, как специализированные, нуждаются в максимальном таргетинге.

Что не очень хорошо продвигается через социальные сети?

Дорогие товары. Ну, это и логично. Попытайтесь с помощью таргетированной рекламы продать квартиру, ювелирные украшения — стрелять «из пушки — по воробьям». Человек будет долго выбирать, изучать то, что покупается в большинстве случаев обдуманно или конкретно по каким-то праздникам.

Товары с низкой выручкой. Реклама в любом случае должна быть окупаема, если не окупаема, то мы теряем деньги. Есть смысл вложить рубль и получить два. Бывает, мы рассчитываем не на прибыль первой продажи, а на выручку 3-х последующих продаж. Так работает, по крайней мере, e-commerce. Привлекая через контекст клиента, мы окупаемся после второй, после третьей оплаты.

Для того что бы сделать марку общепринятой, необходимо развивать сайты, «покупать» популярных блогеров. Ведь чаще всего люди доверяют именно тем, кого уже знают, нежели простой рекламе в социальных сетях.

Полезно учитывать, что 42% могут выбрать товар бренда, если на его странице представлен познавательный контент.

Эксперты отмечают, что наиболее грамотным маркетингом будет параллельное использование как традиционных СМИ, так и цифровых технологий.

Выводы:

1. Реклама в социальных сетях имеет свои неоспоримые преимущества.
2. Традиционные СМИ в России продолжают быть наиболее распространенными каналами коммуникаций, и поэтому эффективность рекламных кампаний в них по-прежнему имеет положительные значения при их грамотной организации.
3. Таргетинг (выборочные, целевые коммуникации), который называют главным преимуществом рекламы в соцсетях, также используется и в традиционных СМИ.

4. Для недорогих товаров массового спроса (от 1000 до 2000) достаточно эффективно работает реклама в социальных сетях.

5. Для сферы B2B (крупные производства и оптовая торговля) скорее подходят традиционные СМИ, включая выставки.

6. Наиболее грамотным маркетингом будет параллельное использование как традиционных СМИ, так и цифровых технологий.

Использованные источники:

1. Источники новостей и доверие СМИ. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14170>.

2. Тимофеев М.И. Психология рекламы. Учеб. пособие. М. — РИОР, 2017.

3. Семь тактик повышения эффективности рекламы в социальных сетях. URL: <http://mega-eworld.com/pub/section100082/element2386528/>.

Уланова Е.М.¹,
Головина Л.А.²

РЕГЛАМЕНТАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в данной статье освещены отдельные проблемы, связанные с упорядочиванием управленческих решений в контексте платежеспособности организаций с целью наиболее эффективного использования финансовых ресурсов, дана характеристика базовым инструментам управления платежеспособностью, показаны их основные особенности, направленные на координацию работы в деле укрепления экономической состоятельности и финансовой устойчивости.

Ключевые слова: платежеспособность и ликвидность, финансовый анализ и контроль, планирование и оперативное управление, финансовое состояние и устойчивое развитие.

Функционирование современных российских организаций происходит в условиях небывалой модернизации экономической системы хозяйствования. По закрепившемуся в научном сообществе мнению, происходящие трансформационные изменения призваны справиться с накопившейся за реформаторский период экономической нестабильностью и обеспечить создание качественно обновленной системы производительных сил и производственных отношений, которые будут адекватны настоящим нуждам общества, опираться на инновационные технологии и эффективно функционировать в условиях рынка и интеграции

¹ Уланова Елена Михайловна — магистрант направления подготовки 38.04.01 «Экономика», ФГБОУИ ВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет».

² Головина Лидия Алексеевна — кандидат экономических наук, доцент, ведущ. науч. сотрудник ВНИОПТУСХ — филиал ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ, доцент кафедры экономики и инноваций ФГБОУИ ВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет».

экономики в мировое хозяйство. Обеспечение устойчивого развития организаций в данной ситуации обеспечивается в первую очередь высоким уровнем платежеспособности.

Платежеспособность характеризует возможности организаций своевременно расплачиваться по своим обязательствам с работниками, кредиторами и государством, ключевым показателем для ее оценки является *коэффициент текущей ликвидности*, рассчитываемый как отношение фактической стоимости находящихся в наличии у организаций оборотных средств к наиболее срочным обязательствам в виде краткосрочных кредитов и займов, кредиторской задолженности. Рассчитанные данным способом числовые показатели коэффициента текущей ликвидности при характеристике платежеспособности организации позволяют ее оценить в контексте временного отрезка, ограниченного скоростью продаж находящихся в распоряжении организации оборотных активов [1].

В касательстве денег и денежных эквивалентов скорость продаж считается высокой, по оборотным активам, требующим для реализации совсем небольшого времени — быстрой, а для имущества, на реализацию которого требуется определенное время и возникающий риск потери стоимости в процессе продажи — средней. На основе данной разбивки выделяются 3 главных вида показателей ликвидности: абсолютная — для активов с высокой скоростью продаж, срочная (или промежуточная) — для активов с быстрой скоростью продаж, текущая — для активов, темпы продаж которых отвечают сумме всех 3-х перечисленных скоростей [2].

Нормативные значения коэффициента текущей ликвидности по российским и международным меркам приведены в таблице 1.

Актуальным становится изучение регламентирующего фактора при конструировании всевозможных управленческих решений, обеспечивающих высокий уровень нормативных показателей платежеспособности. Это достаточно сложный процесс продумывания новых линий поведения и способов исправления негативной ситуации с тенденцией к лучшему решению.

Таблица 1

Нормативные значения коэффициента текущей ликвидности по группам платежеспособности

№ группы		I	II	III	IV
Нормативное значение показателя		<1	1,5-2	2-3	>3
Уровень	Российские мерки	Критическая	Низкая	Нормальная	

	Международные мерки	Критическая	Удовлетворительная		Высокая / Возможна нерациональная структура капитала
--	---------------------	-------------	--------------------	--	--

Источник: <http://finzz.ru/koefficient-tekushhej-likvidnosti.html> [3].

Поскольку в процессе функционирования организации происходит непрерывный кругооборот активов, постоянно меняются структура средств и источники их формирования, базовые инструменты управления платежеспособностью организации выстраиваются в строгой последовательности:

- финансовый анализ платежеспособности и ликвидности;
- планирование платежеспособности;
- оперативное управление платежеспособностью;
- внутренний финансовый контроль [5].

При этом алгоритм регламентации управленческих решений в соответствии с представленными базовыми инструментами выглядит следующим образом (рисунок 1).

Таким образом, регламентированный процесс управления платежеспособностью позволяет отвечать на вопросы: насколько правильно организация управляет оборотными активами, насколько их состояние соответствует рыночным и удовлетворяет потребности самой организации. На уровень платежеспособности в современных условиях важную роль играет отраслевая принадлежность организации.

Рассмотрим тенденции изменения платежеспособности на примере ООО «ПРАЙМ ГРУП» (г. Москва) — организация с актуальной для российского рынка направленности (отрасль: 62.01 Разработка компьютерного программного обеспечения). По итогам 2018 г. исследуемая организация занимала среди 17,1 тыс. организаций по РФ в отрасли 72 место по активам (1,4 млрд.руб.) и 38 место по объемам продаж (2,6 млрд.руб.) Среднесписочная численности работников по данным ФНС составляет 100 чел. Оценка платежеспособности организации за 2018 г. представлена в таблице 2.

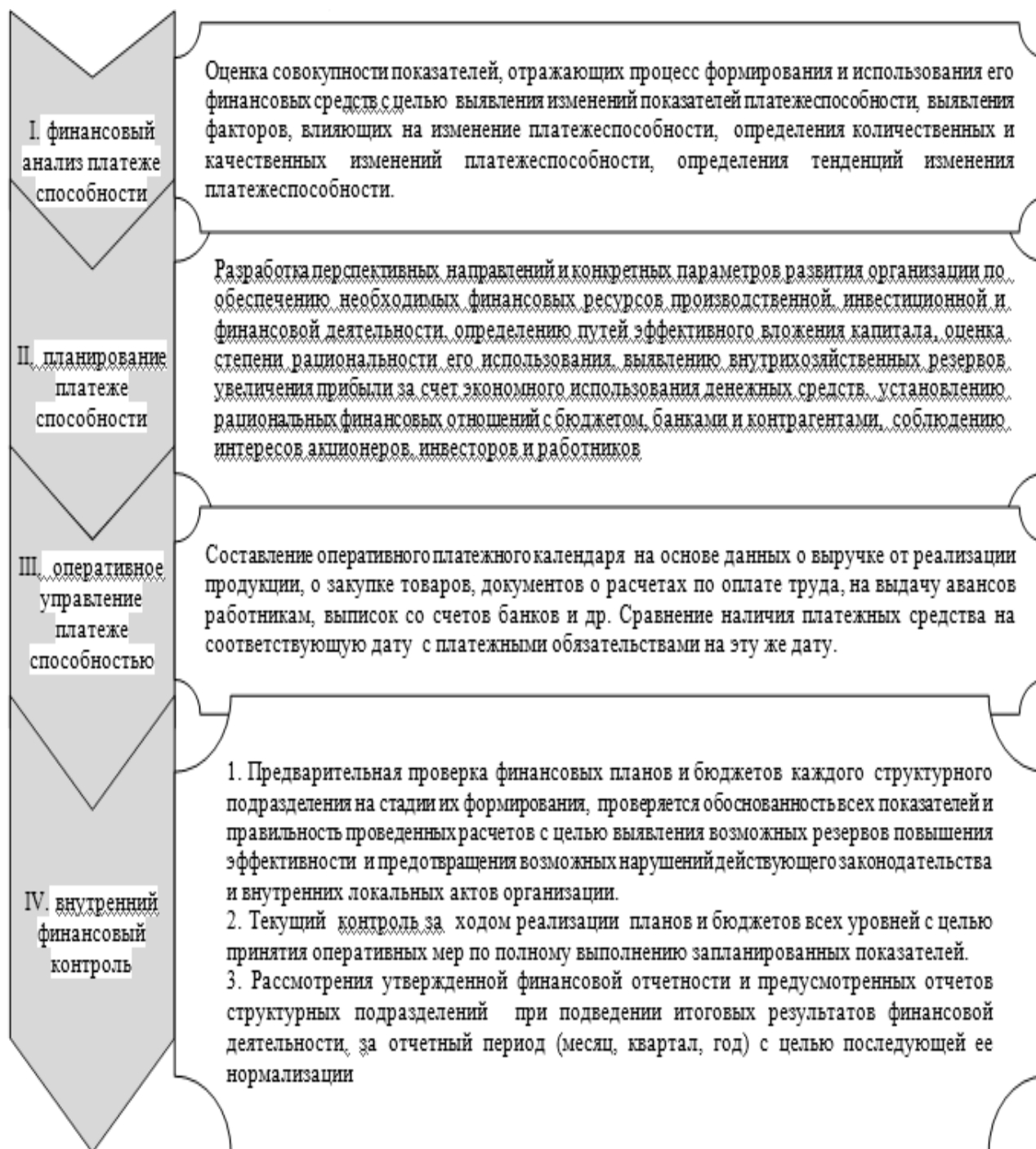

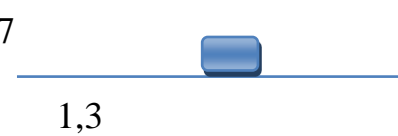
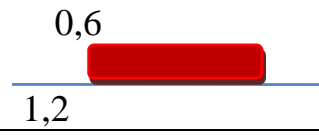
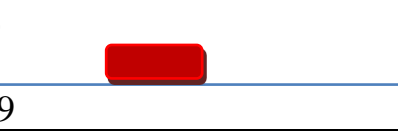




Рис. 1. Алгоритм регламентации управленческих решений, обеспечивающих платежеспособность организации

Оценка платежеспособности ООО «ПРАЙМ ГРУП» за 2018 г.

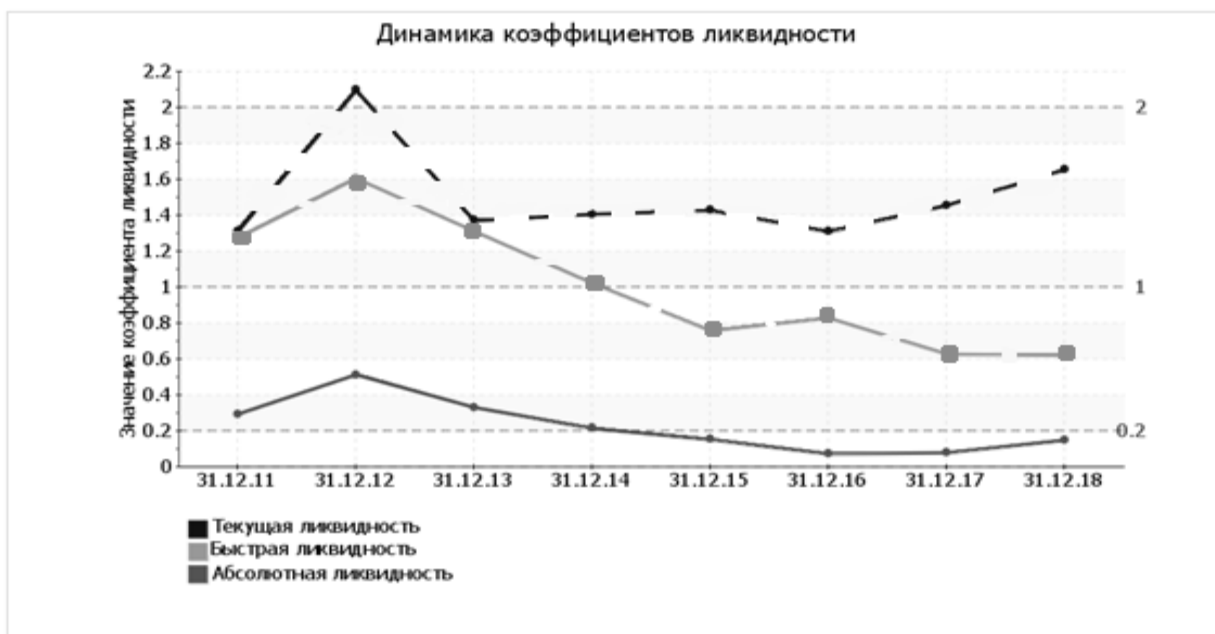
Коэффициент	Сравнение показателей с	
	отраслевыми (62.01 "Разработка компьютерного программного обеспечения", 53 организации с выручкой свыше 2 млрд. руб.)	общероссийскими (10 тыс. организаций с выручкой свыше 2 млрд. руб.)
Текущей ликвидности Норматив: не менее 2.		
Быстрой ликвидности Норматив: 1 и более		
Абсолютной ликвидности Норматив: 0,2 и более		

Источник: составлено авторами на основе официального сайта TestFirm.ru [4].

На основе анализа ключевых финансовых показателей установлено, что финансовое состояние ООО «ПРАЙМ ГРУП» на 31.12.2018 хуже финансового состояния половины всех крупных предприятий, занимающихся таким же видом деятельности и в 2018 году финансовое состояние Организации существенно не изменилось, а в сравнении с общероссийскими показателями продемонстрирова удовлетворительный результат.

На 31 декабря 2018 г. коэффициент текущей ликвидности не укладывается в норму, хотя за 7 последних лет наблюдается существенный рост (рисунок 2).

Несмотря на разнонаправленное изменение коэффициента текущей ликвидности, в целом в течение анализируемого периода имел место преимущественно рост показателя.



Источник: Официальный сайт TestFirm.ru [4].

Рис. 2. Динамика коэффициентов ликвидности ООО «ПРАЙМ ГРУП» за 2011–2018 гг.

Значение коэффициента быстрой ликвидности тоже оказалось в недопустимом диапазоне. Это означает, что у ООО «ПРАЙМ ГРУП» недостаточно активов, которые можно в сжатые сроки перевести в денежные средства, чтобы погасить краткосрочную кредиторскую задолженность. В начале анализируемого периода коэффициент быстрой ликвидности соответствовал норме, однако позже ситуация изменилась.

При норме не ниже 0,2 значение коэффициента абсолютной ликвидности составило 0,1 и наблюдается отрицательная динамика показателя за 7 последних лет.

Оценка четырех соотношений, характеризующих соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения, показала, что выполняются все, кроме одного (таблица 3). У ООО «ПРАЙМ ГРУП» недостаточно денежных средств и краткосрочных финансовых вложений (высоколиквидных активов) для погашения наиболее срочных обязательств (разница составляет 550, млн. руб.). В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае это соотношение выполняется — у организации достаточно краткосрочной дебиторской задолженности для погашения среднесрочных обязательств (больше на 144,2%).

Анализ соотношения активов по степени ликвидности
ООО «ПРАЙМ ГРУП» за 2018 г., млн. руб.

Активы по скорости продаж	На конец отчетного периода	Прирост, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчет. периода	Прирост, %	Излишек(+)/недосток (-) платежей ср-в, (гр.2 - гр.6)
1	2	3	4	5	6	7	8
Высокая	123,7	-43,4	≥	Срочные обяз-ва	674,2	-7,8	-550,5
Быстрая	393,5	-46,3	≥	Средне-срочн. обяз-ва	161,2	+10,5 р,	+232,4
Средняя	863,1	+33,2 р,	≥	Долго-срочн. обяз-ва	0	–	+863,1
Труднореализуемые активы	2,3	+17,2	≤	Постоянные пассивы	547,2	+135	-545,0

Источник: составлено авторами на основе официального сайта TestFirm.ru [4].

Таким образом, сегодня каждой организации как никогда важно знать природу финансов, глубоко разбираться в их особенностях, видеть способы и методы наиболее полного использования финансовых ресурсов с целью эффективного развития организаций. В решении всех этих вопросов, в деле координации работы организации и контроля за ее деятельностью исключительное значение имеет анализ платежеспособности и ликвидности предприятия.

Список использованных источников:

1. Бутенко Е.С. Информационная база и методы анализа платежеспособности и ликвидности организации.// Электронный журнал «Синергия наук». 2018. № 19. — С. 219-227. — URL: <http://synergy-journal.ru/archive/article1640>.
2. Горохова В. В. Методические аспекты анализа ликвидности и платежеспособности организации в современных условиях развития общества.// Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2015. – Т. 4. — С. 81–85. — URL: <http://e-koncept.ru/2013/64017.htm>.
3. Коэффициент текущей ликвидности предприятий. [Электронный источник] — URL: <http://finzz.ru/koefficient-tekushhej-likvidnosti.html> (дата обращения: 16.10.2019).

4. Финансовое состояние ООО "ПРАЙМ ГРУП" [Электронный источник] — URL: https://www.testfirm.ru/result/7728181563_ooo-praym-grup

5. Коваленко О.Г. Экономическая сущность оценки платежеспособности предприятия.// Современные научные исследования и инновации. 2017. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/01/74887>(дата обращения: 16.01.2019).

Филиппова Т.Е.¹

Макеева А.Д.²

СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ В ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЛИЗИНГА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация. В данной статье рассмотрены сходства и различия правового регулирования лизинга в России и за рубежом. Анализируется нормативно-правовая база лизинговых отношений. Представлен анализ исследований сравнительной эффективности правового регулирования лизинга в России и в зарубежных странах. Изложены аспекты улучшения использования лизинга в разных странах.

Ключевые слова. Лизинг, правовое регулирование, договор финансовой аренды, лизингодатель, лизингополучатель, права и обязанности.

Как термин лизинг произошел от английского глагола «to lease» — «сдавать/брать в аренду, арендовать». Концепция лизинга многогранна. В широком смысле его можно рассматривать как экономическое явление, которое формирует целый ряд отношений, связанных с определенным видом предпринимательской деятельности, или, в частности, как вид инвестиций или кредитования.

Законодательное определение лизинга по Конвенции стран СНГ «О межгосударственном лизинге» гласит, что лизинг — это «...вид инвестиционной предпринимательской деятельности, связанный с приобретением имущества и передачей его в пользование по договору государству в лице его уполномоченных органов, физическому или юридическому лицу на определенный срок в целях получения прибыли (дохода) или достижения социального эффекта с учетом амортизации предмета лизинга при участии лизингодателя, поставщика, лизингополучателя и других участников лизингового проекта». В России лизинг и лизинговые отношения определяются национальным законодательством и регулируются Кодексами и федеральными законами. В ст.2 Закона от 29.10.98 № 164-ФЗ «О финансовой аренде» лизинг трактуется как совокупность экономических и правовых отношений, которая возникает в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга [1]. Общая схема согласно

¹ Филиппова Татьяна Евгеньевна — студентка 3 курса, очного отделения, факультет экономики, управления и права, АНО ВО «Национальный Институт Бизнеса».

² Макеева Айлара Джумагельдиевна — студентка 3 курса, очного отделения, факультет экономики, управления и права, АНО ВО «Национальный Институт Бизнеса».

статье 665 ГК РФ такова: арендодатель обязуется за свой счет приобрести в собственность имущество, указанное арендатором, у указанного им продавца и предоставить это имущество арендатору за плату во временное владение и использование в коммерческих целях [2].

Лизинг — комплекс имущественных экономических и правовых отношений, возникающих в связи с заключением договора финансовой аренды и передачей предмета лизинга во временное пользование на основе его приобретения и последующей сдачи в аренду. Получается лизинг — категория финансовых услуг, а договор лизинга — соглашение, оформляющее оказание определенной части таких услуг.

Лизинговая деятельность рассматривается, как вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передачи его в лизинг физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем.

Следует отметить, что субъектами лизинга выступают: лизингодатель и лизингополучатель. Лизингодатель — физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных и (или) собственных средств приобретает имущество при реализации лизингового соглашения и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок условия временного владения и использования с передачей или без передачи арендатору права собственности на арендуемый актив [4,5]. А лизингополучатель — физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и пользование в соответствии с договором лизинга [5,6,7].

Лизинговые операции являются альтернативой долгосрочному кредитованию, хотя имеют с ними общие черты и обладают рядом преимуществ [8,9,10]. Банк, выдавая кредит наличными, старается предоставить его в виде чистых материальных активов [6]. В случае если возникнут проблемы задержки с погашением кредита, необходимо провести довольно сложную процедуру продажи имущества, предоставленного в качестве обеспечения. Другие кредиторы заемщика могут подать заявку на деньги от продажи залога. В лизинговых отношениях лизингодателю, который по сути является кредитором, не нужно доказывать свои права на предмет залога, поскольку, находясь в распоряжении лизингодателя, этот объект остается собственностью кредитора. Арендованный актив не может быть использован в качестве обеспечения по другим обязательствам лизингополучателя. Согласно вышесказанному, преимущества лизинга состоят в том, что банк может предложить клиенту систему лизинговых отношений вместо обычного классического кредита, кредитоспособность которого вызывает сомнения [11–14]. В этом случае он будет оплачивать оборудование или строительство здания за счет своих ресурсов, а затем сдавать его в аренду.

Рассмотрим правовое регулирование лизинга в России и в зарубежных странах, например, в США и Германии.

В настоящее время рынок лизинга в России переживает фазу роста, которая следует за фазой восстановления. В связи с этим стоит отметить положительную динамику стоимости имущества в лизинговом секторе, а также увеличение численности персонала в этой же сфере [15,16]. Согласно статистике, это явление наблюдается впервые с 2013 года. Так, если в 2017 году численность работников в сфере лизинга составляла 9800 человек, то в 2018 году эта цифра достигла 11300 человек, что на 15% больше. Все это свидетельствует об улучшении «атмосферы» на лизинговом рынке. На 2017 г. в России насчитывалось 374 лизинговых компаний. Рейтинговое агентство RAEX и Объединенная Лизинговая Ассоциация опубликовали рейтинг работающих на российском рынке лизинговых компаний. В первой строке – «ВЭБ-лизинг», на второй — «ВТБ Лизинг», а на третьей — «Сбербанк Лизинг».

Согласно данным агентства «Эксперт РА», в 2019 году, третий год подряд рынок лизинга России активно растет. За январь — сентябрь 2019 года объем бизнеса вырос на 42% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и практически сравнялся с объемом рынка за весь 2018 год. Размер лизингового портфеля с начала года вырос на 19 % и достиг рекордных 4,1 трлн. руб. на 1 октября 2019 года. Однако, подобная динамика портфеля обусловлена во многом повышенной активностью крупных государственных компаний.

В ближайшее время российский лизинговый рынок ожидает глобальные изменения: на уровне Минфина и Банка России они рассматривают вопрос реформирования лизингового рынка. Появится институциональная категория – «лизинговая компания», что означает, что компании получат статус некредитной финансовой организации. Лизинговые компании будут участвовать в саморегулировании: разработке инструментов финансирования, частичной стандартизации их деятельности и защите имущества лизинговых компаний в соответствии с моделью обеспеченного финансирования при сохранении права собственности лизингодателя [17].

В США лизинг составляет около трети инвестиций в оборудование. Лизинг в развитых странах рассматривается многими коммерческими банками как один из самых выгодных и надежных способов инвестирования. При лизинге реальным владельцем арендуемого имущества является лизингодатель (коммерческий банк), поэтому лизингодатель рискует только суммой амортизации и процентов за пользование имуществом (лизинговые платежи). По сравнению с самим арендованным имуществом это довольно небольшая сумма, и практически под нее можно легко получить надежные гарантии. После истечения срока действия договора компания может выкупить недвижимость по балансовой стоимости, остаточной стоимости, а иногда и получить ее бесплатно [18,19]. За рубежом в некоторых ведущих мировых компаниях до 80%, а иногда и до 100% реализуемой продукции производится на арендованном оборудовании. Кроме того, производитель может рассчитываться по счетам в кредитной организации и выпускаемой продукции.

До кризиса 2008–2009 гг. в США и Европейском союзе прогнозировали рост экономики и необходимость обновления основных фондов стран [20]. Европейский лизинговый рынок окончательно сформировался после подписания

законов о введении евро и устранении ряда правовых барьеров [21,22]. Развитие лизинга стимулировалось усилением конкуренции, которое привело к сокращению лизинговых ставок. В большинстве европейских стран в конце XX века ставка лизинга была снижена в среднем более чем на 10%, хотя в некоторых странах Европейского союза (Италия, Испания) ставка остается достаточно высокой – около 25% [4,23,24].

Сходства и различия лизинга в России и США представлены в таблице 1.

Таблица 1

Сходства и различия лизинговых операций в России и США

Критерии	Россия	США
Наличие оперативного лизинга	+	+
Финансовый лизинг	+	+
Международный лизинг	+	+
Наличие гибких схем платежей	+	+
Сосредоточение лизинга на деятельности крупных банков	-	+
Государственная поддержка лизинга	+	+

На основании данных можно сделать вывод, что если условия развития лизинга в России на перспективу не будут улучшены, то из-за ее огромных потребностей в обновлении основных фондов промышленности на ее территории быстрее будет развиваться международный лизинг, который осуществляется компаниями, зарегистрированными в тех странах, где действует более благоприятный климат, чем отечественный лизинговый бизнес [25]. А развитие лизинга в США на данный момент не прекращается, в то время как лизинговые операции становятся более гибкими по сравнению с обычным кредитованием [26].

Германия является лидером в Европе по объему лизингового рынка. Существует огромное количество лизинговых компаний, входящих в лизинговые ассоциации.

В отличие от Российской Федерации, в Германии правовая база лизинговой деятельности создается судебной практикой и Положением о лизинге Федерального министерства финансов.

В Германии существует еще и региональное законодательство по лизингу. Региональное законодательство может содержать дополнительные правила, касающиеся лизинговой деятельности.

Отметим, что в Германии, в отличие от Российской Федерации, основная часть принудительных работ осуществляется Федеральным верховным судом Германии. Более того, он не только применяет закон, но и обеспечивает единообразное применение его норм. Однако, в Российской Федерации мы можем

наблюдать совсем иную практику. В Российской Федерации практика применения правил, регулирующих лизинговую деятельность, весьма разнообразна и решения по одному и тому же вопросу могут различаться у одного судьи. 8 февраля 2012 г. в Высшем Арбитражном Суде Российской Федерации состоялся российско-немецкий семинар с участием председательствующего судьи Федерального Верховного Суда ФРГ Вольфганга Баля, посвященный вопросам правового регулирования лизинга, где были раскрыты такие вопросы, как природа лизинга, типы и содержание договоров финансовой аренды и актуальные проблемы, возникающие в судебной практике [23,24].

Немецкое законодательство определяет договор финансовой аренды как договор, заключенный на определенный период, в течение которого он не может быть расторгнут ни одной из сторон. Что касается периодических платежей, которые были сделаны пользователем в течение этого периода, они должны также покрывать расходы на приобретение или изготовление оборудования в качестве других возможных расходов, понесенных лизинговой компанией [27].

Об обязательном варианте покупки лизинга в Германии говорится в немецком лизинговом указе, в котором упоминаются три типа договоров финансовой аренды: без права продления или покупки, с правом продления срока действия договора, с правом на покупку. Если проводить аналогию с российской практикой, то видно, что такие типы лизинговых программ, как правило, прямо не закреплены в законодательстве, несмотря на их наличие.

Как в Германии, так и в Российской Федерации применяется особый вид лизинга — возвратный лизинг. Довольно редкий тип финансовой аренды, который предполагает, что продавец арендованного актива также является арендатором. Лидером по лизинговым сделкам в европейском сообществе является Германия.

Кроме того, стоит обратить внимание на лизинговую сделку в самой Германии, которая отличается от российской. Он состоит из нескольких этапов:

1. Заключение договора купли-продажи между заинтересованным лицом, в дальнейшем, лизингополучателем и дилером. Одновременно подается заявка на предоставление предмета лизинга.

2. Утверждение заявки.

3. Присоединение к контракту (модель входа). Арендатор передает право требования по договору купли-продажи с дилером и отказывается от договора с заменой стороны арендодателем.

Сходства и различия лизинга в России и Германии представлены в таблице 2.

Надо сказать, что механизм отработан, но достаточно трудоемок и сложен. Когда, как в России, заключаются два договора, в частности, договор купли-продажи между дилером и лизингодателем и договор лизинга между лизингодателем и лизингополучателем.

Сходства и различия лизинговых операций в России и Германии

Критерии	Россия	Германия
Государственная поддержка лизинга	+	+
Региональное законодательство	-	+
Обязательность опциона на покупку	-	+
Возвратный лизинг	+	+
Нерасторгаемость договора лизинга	-	+

На основании данных исследования можно сделать прогноз развития российского, американского и немецкого лизинговых рынков. В следующем году макроэкономические и внешнеполитические факторы будут влиять на динамику развития лизинга в России. В случае ужесточения режима санкций последует падение курса рубля, что может привести к повышению ключевой ставки; следовательно, возможна отрицательная динамика финансирования лизинговых операций. Одной из ключевых тенденций в лизинговой отрасли в следующем году станет усиление консолидации лизингового бизнеса для крупных игроков. Однако возможности роста будут ограничены слабым экономическим ростом. Следует ввести меры совершенствования лизингового законодательства и улучшения общеэкономической ситуации. США занимают лидирующие позиции по лизинговым операциям. Дальнейший рост американского лизингового рынка ожидается в среднем на 5-10%, включая авиационное, железнодорожное, автомобильное медицинское оборудование и другие области лизинга. О лизинговом механизме в Германии следует сказать, что он хорошо проработан, но достаточно сложен и отнимает много времени. Поскольку Германия является лидером в Европе по объему лизингового рынка, соответственно, немецкое законодательство демонстрирует большой интерес к дальнейшему правовому регулированию лизинговых отношений.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 08.12.2003 №164–ФЗ (ред. от 01.05.2019) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» // Сборник основных федеральных законов РФ. URL: <https://fzrf.su/zakon/vneshnetorgovaya-deyatelnost-164-fz/>.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14–ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019) // Сборник основных федеральных законов РФ. URL: <https://fzrf.su/kodeks/gk-2/st-665.php>.
3. Дудин М.Н., Лясников Н.В. и др. Использование методов анализа и оценки рисков в обеспечении устойчивого развития промышленных предприятий // Экономика и предпринимательство. 2016. № 5 (70). С. 37–45.
4. Стригунова Д.П. Правовое регулирование международных коммерческих договоров: Монография. — М., 2017.

5. RAEX («Эксперт РА») Рынок лизинга по итогам 9 месяцев 2018 года: консолидация в действии. URL: <https://raexpert.ru/researches/leasing/9m2018>.
6. Спирина Т.В., Карпунин А.Ю. Лизинг — современное состояние и перспективы развития // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2016. № 1. С. 91.
7. Холкина М.Г. Комментарий к Федеральному закону от 29.10.1998 №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» / М.Г. Холкина, М.В. Зуева, Ю.А. Канцер, Р.В. Тишин // Справочная правовая система «КонсультантПлюс», 2016.
8. Решетов К.Ю. Бухгалтерский финансовый учет и финансовая отчетность (продвинутый уровень). — М., 2015.
9. Дудин М.Н., Федорова И.Ю. и др. Обеспечение конкурентоспособности и устойчивого развития банковского сектора в условиях реализации денежно-кредитной и макропруденциальной политики // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12–4 (65–4). С. 199–204.
10. Мысаченко В.И., Тимофеев М.И., Жеребцов В.И. и др. О причинах низкой предпринимательской активности // Экономика и предпринимательство. 2018. № 2 (91). С. 491–494.
11. Решетов К.Ю. Учет и анализ банкротств. — М., 2013.
12. Дудин М.Н., Федорова И.Ю. и др. Основные аспекты применяемых методик анализа кредитоспособности заемщика // Экономика и предпринимательство. 2016. № 4–2 (69–2). С. 358–362.
13. Безвезюк К.В. и др. Сравнение зарубежных методов оценки финансовой несостоятельности (банкротства) организации // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12–1 (77–1). С. 564–571.
14. Dudin M.N., Lyasnikov N.V., Smirnova O.O., Vysotskaya N.V. etc. Economic profit as indicator of food retailing enterprises performance // European Research Studies Journal. 2018. Т. 21. № 1. P. 468–479.
15. Reshetov K.Yu., Khoroshavina N.S., Mysachenko V.I., Komarov V.Yu., Timofeev M.I. State policy in the area of implementation of innovations in industrial production // The Journal of Social Sciences Research. 2018. № S3. P. 271–276.
16. Kaldiyarov D.A., Dudin M.N., Bashilov B. I., Noskov I.Y. etc. Developing vehicles for collective investment in real estate in the Russian Federation // Journal of Real Estate Literature. 2018. № 26. P. 313–329.
17. Дудин М.Н., Лясников Н.В., Сенин А.С., Сепиашвили Е.Н. и др. Государственные и муниципальные финансы: учебное пособие для бакалавров и магистров. — М., 2015.
18. Решетов К.Ю. Организация налогового учета. — М., 2013.
19. Решетов К.Ю. Аудит. — М., 2013.
20. Dudin M.N., Mysachenko V.I., Mironova N.N., Divnenko O.V. etc. Green technology and renewable energy in the system of the steel industry in Europe // International Journal of Energy Economics and Policy. 2017. Т. 7. № 2. P. 310–315.
21. Решетов К.Ю. Налоговое право. — М., 2013.
22. Василевская А.А. и др. Особенности политики разных стран в отношении офшорных зон // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12–3 (89). С. 56–60.

23. Официальный сайт Европейской Федерации национальных лизинговых ассоциаций. — URL: <http://www.leaseurope.org/>.

24. Официальный сайт Федеральной ассоциации немецких лизинговых компаний. — URL: <https://bdl.leasingverband.de/leasing/leasing-erlasse/>.

25. Решетов К.Ю. Роль инновационных кластеров при обеспечении конкурентоспособности отечественных предпринимательских структур в условиях ВТО // Российское предпринимательство. 2014. № 20(266). С. 117–123.

26. Дудин М.Н. и др. Современные тенденции развития антикризисного управления банковским сектором // Экономика и предпринимательство. 2016. № 9 (74). С. 617–623.

27. Безвезюк К.В. и др. Бухгалтерский учет в России и за рубежом: сходства и различия // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3–2 (80–2). С. 1098–1102.

Французова Т.А.¹

ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Аннотация. В рамках настоящей статьи, рассматриваются проблемы транспортно-экспедиционного обслуживания торговой сети. Зачастую предлагаемые методы решения обозначенной проблемы часто носят концептуальный характер и не обладают должной системностью и точностью. Предложена попытка решения данной проблемы на основе оптимизационной модели.

Ключевые слова: транспортное обслуживание, экспедиционное обслуживание, торговая сеть, логистический менеджмент.

Под оптимальным уровнем ЛС в рамках настоящего исследования подразумевается такой уровень сервиса, который обеспечивает достижение торговой сети максимальной прибыли, определяемой как разность выручки от реализации продукта и общих логистических затрат. Задача нахождения максимума прибыли может быть решена при помощи соответствующей оптимизационной модели.

Анализ внешнего окружения торговой сети. Поскольку моделирование основывается на системном подходе, разумным представляется рассмотрение торговой сети как системы. На рисунке представлено окружение торговой сети, а также входы и выходы системы торговой сети.

¹ Французова Татьяна Александровна — магистрант АНО ВО «Московский гуманитарный университет».



Рис. 1. Внешнее окружение торговой сети

Из схемы, приведенной на рисунке 1 видно, что государственные органы, а также такие организации, как банки, лизинговые компании, страховые компании и другие организации, оказывают влияние на торговую сеть. При этом влияние со стороны торговой компании на перечисленные организации незначительно настолько, что может быть исключено из рассмотрения. Наиболее значимые взаимодействия происходят между поставщиками и торговой сети, а также торговой сети и покупателями. В рамках настоящего исследования понятия покупателя, потребителя и клиента рассматриваются как эквивалентные. Связь поставщиков, торговой сети и покупателей обусловлена материальными, информационными и финансовыми потоками, проходящими от поставщиков к потребителям и обратно. Таким образом, входами и выходами торговой сети являются отмеченные потоки [1].

Управление материальными и сопутствующими потоками, а также их преобразование осуществляется логистической системой торговой сети, являющейся подсистемой системы торговой сети. Отдельные логистические функции выполняются функциональными подразделениями логистической системы предприятия в соответствии с принципами и методами соответствующих областей логистического менеджмента.

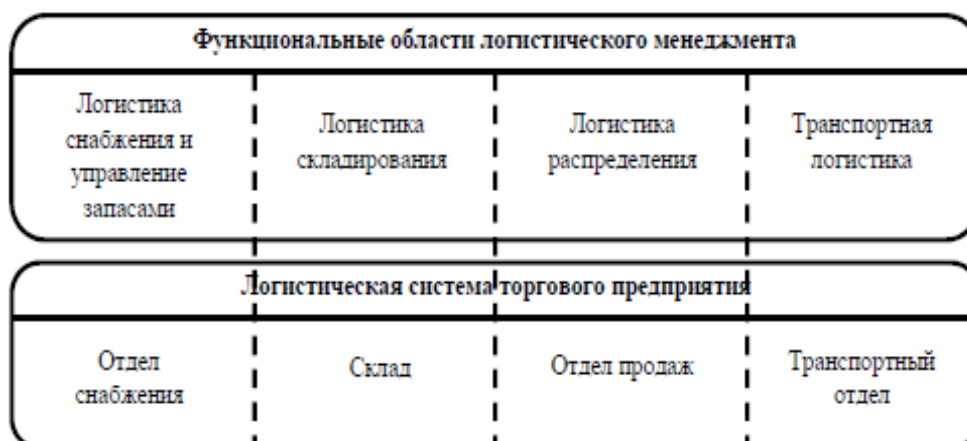


Рис. 2. Структура логистической системы торговой сети

Приведенная на рисунке 2 схема отражает ключевую роль подразделений логистической системы торговой сети в преобразовании входящих материальных и сопутствующих им потоков в исходящие, что и добавляет ценность продукту. Подтверждением данного утверждения является известная схема М. Портера, согласно которой логистические виды деятельности относятся к основным видам деятельности, создающим ценность для потребителя.

Ценность преобразования входящего материального потока в исходящий заключается в предоставлении потребителю товара с определенным уровнем ЛС. Добавленная продукту ценность должна быть преобразована в прибыль торговой сети. Для этого значение прироста выручки, обусловленного изменением уровня ЛС, должно быть больше значения прироста общих затрат, вызванного реализацией сервиса. Данная идея была положена в основу модели оптимизации ЛС.

Разработка модели. Разработка математической модели требует разработки концептуальной модели, представляющей собой формулировку задачи в терминах предметной области, и построения структурной модели, отражающей связи и отношения компонентов модели.

Концептуальная модель. Торговая сеть реализует продукт, представляющий собой совокупность товара и ЛС (виды сервиса не относящиеся к логистическому не включены в рассмотрение). ЛС характеризуется значениями ряда показателей сервиса. Каждый показатель ЛС может принимать единственное значение из множества возможных. Каждому значению каждого показателя ЛС ставятся в соответствие коэффициенты, отражающие влияние значений этих показателей на выручку и общие затраты. Значения выручки и общих затрат при реализации ЛС на базовом уровне (базовые значения выручки и общих затрат соответственно) заданы. Базовым уровнем ЛС является уровень сервиса, который может быть предоставлен всем клиентам компании. Коэффициенты при базовых значениях показателей ЛС равны единице [2].

Требуется найти комбинацию значений показателей ЛС, обеспечивающих достижение торговой сети максимальной прибыли. Расчет прибыли осуществляется путем вычитания из значения выручки значения общих логистических затрат. Следует пояснить, что под общими или общими логистическими затратами подразумеваются возникающие в логистической системе торговой сети общие операционные затраты. Общие затраты предприятия ограничены значением максимальных допустимых затрат.

Графическое представление концептуальной модели в виде модели «черного ящика», демонстрирующей входные и выходные данные, представлено на рисунке 3.



Рис. 3. Модель «черного ящика» концептуальной постановки задачи

Представленная на рисунке 3 модель демонстрирует преобразование входов в выходы при помощи математических соотношений, установление которых требует дальнейшей детализации связей компонентов модели.

Структурная модель. Для определения множества компонентов оптимизационной модели, а также связей и отношений между ними была разработана диаграмма влияния компонентов модели, представленная на рисунке 4 [3].

Компоненты модели, имеющие заданное фиксированное числовое значение, выделены на представленной на рисунке 4 схеме [4].



Рис. 4. Диаграмма влияния компонентов оптимизационной модели

Такая оптимизационная модель может использоваться независимо и как составная часть разработанных моделей.

Таким образом, проблемы транспортно-экспедиционного обслуживания торговой сети носят концептуальный характер и не обладают должной системностью и точностью и эффективно справиться с ними можно на основе оптимизационной модели, приводимой выше.

Список использованных источников:

1. Дыбская, В.В. (2016) Взаимодействие логистики и смежных служб компании при разработке политики обслуживания потребителей / В.В. Дыбская // Логистика и управление цепями поставок. — № 1 (72). — С. 50–61.

2. Рыбаков, Д.С. (2016) Оптимизация логистического сервиса на основе модели динамического программирования / Д.С. Рыбаков // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы V Международной научной конференции. — Санкт-Петербург: Свое издательство, — С. 159–163.

3. Сергеев, В.И. (2014) Стратегическое планирование цепи поставок с использованием SCOR-модели / В. И. Сергеев, Т. В. Левина // Логистика и управление цепями поставок. — № 1 (60). — С. 8–20.

4. Юрьев, В.Н. (2015) Методы оптимизации в экономике и менеджменте : учеб. пособие / В. Н. Юрьев, В. А. Кузьменков. — 2-е изд. — СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. — 540 с.

Шишкин К.А.¹

К ВОПРОСУ О МЕТОДИКЕ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Данная статья посвящена методам анализа финансового состояния предприятия. В ней рассматриваются экспресс-анализ и углубленный анализ; вертикальный (структурный) метод, горизонтальный (временной) метод, трендовый метод, сравнительный (пространственный) метод, метод относительных коэффициентов (показателей), факторный метод; формализованные методы, неформализованные методы и др. В работе представлены также методы прогнозирования финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: экономический анализ, финансовый анализ, анализ финансового состояния предприятия, метод, методика, методология, организация, предприятие, финансовая устойчивость, рентабельность, ликвидность, платежеспособность, несостоятельность, прогнозирование.

Актуальность данного исследования выражается в особой значимости и важности финансового анализа (в целом) и анализа финансового состояния предприятия (АФСП) (в частности) в системе управления хозяйствующим субъектом.

¹ Шишкин Кирилл Андреевич — магистрант 2го курса, направление «Экономика», программа подготовки «Бухгалтерский учет, аудит и финансовый консалтинг», АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Управлять компанией максимально эффективно и в долгосрочной перспективе невозможно без применения традиционных и современных аналитических методов.

Сегодня анализ финансового состояния предприятия подразделяется на следующие два основных вида: экспресс-анализ и углубленный анализ [5–7].

Экспресс-анализ применяется в том случае, когда нужно быстро и на основе внешних форм бухгалтерской отчетности произвести оценку финансового состояния предприятия. Как правило, такой анализ проводится при изучении финансово-экономического состояния организации-партнера или контрагента. С помощью данного анализа можно сразу же обнаружить тенденции, которые делают невыполнимой работу с организацией или, наоборот, вселить уверенность в успех сотрудничества.

Полный (углубленный) анализ финансового состояния предприятия включает детализированный анализ различных аспектов хозяйственной деятельности, а также стратегических показателей деятельности предприятия [8–10]. Целью данного анализа является более детальная характеристика имущественного и финансового потенциалов хозяйствующего объекта, плодов его деятельности в прошедшем отчетном периоде, а также потенциалов развития объекта на перспективу. Он дополняет, конкретизирует и расширяет некоторые процедуры экспресс-анализа. Степень детализации зависит от желания аналитика [13].

Практика АФСП разработала определенные методы анализа финансовых отчетов [14–16]. Среди них выделяются следующие:

— вертикальный (структурный) метод анализа — определение структуры итоговых финансовых показателей с обнаружением воздействия каждой позиции отчетности на итог в общем;

— горизонтальный (временной) метод анализа — сопоставление каждой позиции отчетности с предшествующим периодом;

— трендовый метод анализа — сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и установление тренда — главной тенденции динамики показателя, которая очищена от случайных влияний и индивидуальных особенностей некоторых периодов.

С поддержкой тренда вырабатывают вероятные значения показателей в будущем, а значит, проводится прогнозный анализ на перспективу.

— сравнительный (пространственный) анализ — это анализ внутрихозяйственный сводных показателей отчетности по некоторым показателям организации, подразделений, цехов, филиалов, так и межхозяйственный анализ показателей этой организации в сопоставлении с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми и средними хозяйственными данными;

— анализ относительных коэффициентов (показателей) - расчет отношений между некоторыми позициями отчета или позициями разных форм отчетности, установление взаимосвязей показателей;

— факторный метод анализа — анализ воздействия некоторых факторов на эффективный показатель посредством детерминированных или стохастических методов изучения.

Большое количество методов анализа финансового состояния предприятия обусловило необходимость их классификации.

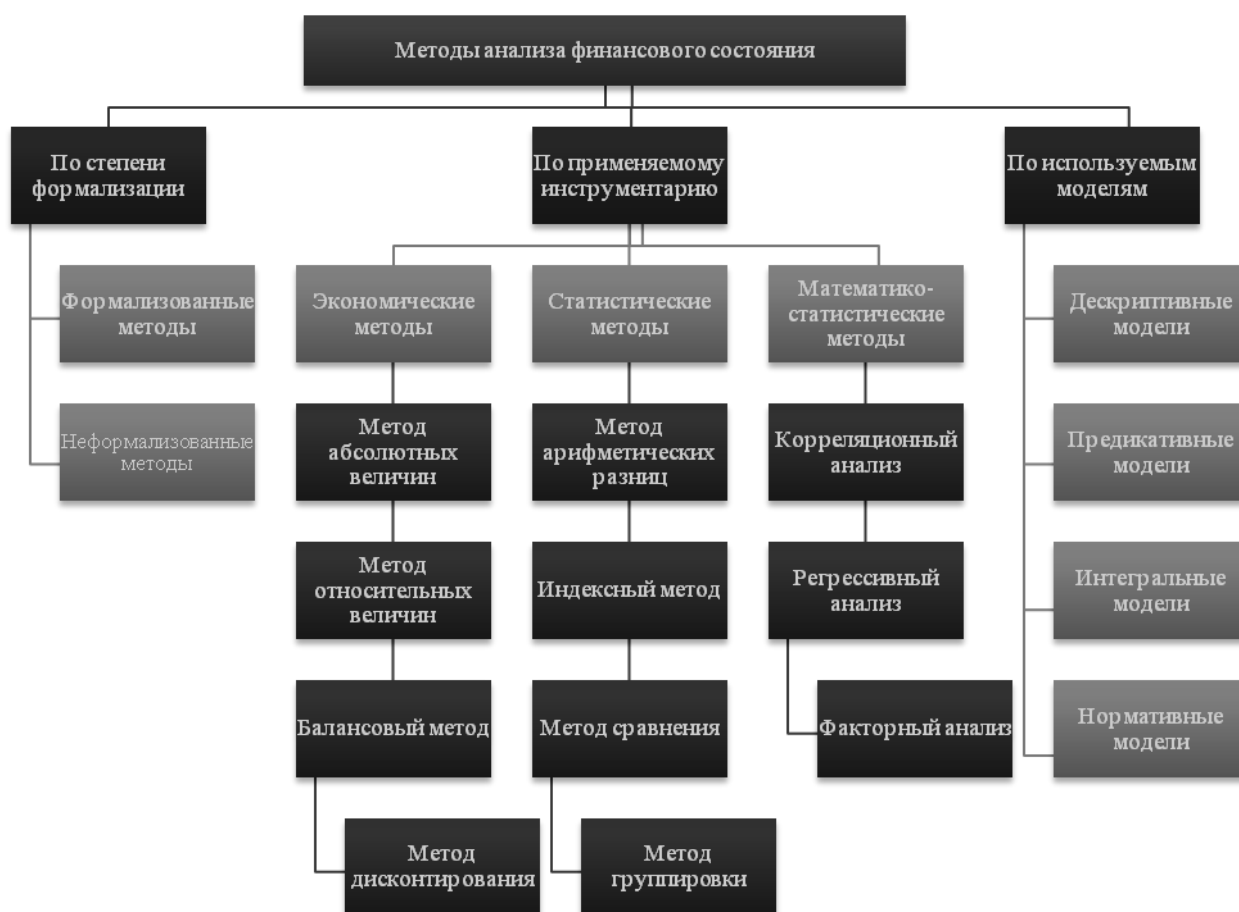


Рис. 1. Классификация методов анализа финансового состояния предприятия

На рисунке 1 классификация методов АФСП выполнена по трем основаниям: по степени формализации, применяемому инструментарию и используемым моделям.

По степени формализации различают:

— формализованные методы. Они являются основными при проведении анализа финансового состояния организации, носят объективный характер, основаны на строгих аналитических зависимостях. Формализованный метод представляет собой последовательность определения показателей, последовательность расчета показателей в таблицах, формулы расчета коэффициентов.

Примером формализованного метода в анализе финансовом состоянии является расчетная формула коэффициента абсолютной ликвидности при проведении анализа коэффициентным способом, порядок определения степени платежеспособности по балансограмме при проведении анализа финансового состояния графическим способом, последовательность расчета показателей при определении степени наступления банкротства при проведении анализа финансового состояния табличным способом.

— неформализованные методы. Они основаны на логическом описании аналитических приемов. К неформализованным методам относятся метод экс-

пертных оценок и метод рейтинговой оценки. Неформализованные методы субъективны, поскольку на результат большое влияние оказывают интуиция, опыт и знания аналитика. Неформализованные методы могут применяться только опытными аналитиками, которые хорошо знают предмет анализа.

По применяемому инструментарию различают:

— экономические методы: метод абсолютных величин, метод относительных величин, балансовый метод, метод дисконтирования;

— статистические методы: метод арифметических разниц, индексный метод, метод сравнений, метод группировки;

— математико-статистические методы: корреляционный анализ, регрессионный анализ, факторный анализ;

— методы оптимального программирования: системный анализ, линейное и нелинейное программирование.

По используемым моделям различают:

— дескриптивные модели, включающие вертикальный, горизонтальный и трендовый анализ;

— предикативные модели;

— нормативные модели;

— интегральные модели.

При этом под моделью понимается устойчивая совокупность методов с установленной совокупностью входящих, промежуточных и исходящих показателей.

Информационной базой анализа финансового состояния предприятия является годовая, полугодовая или квартальная бухгалтерская отчетность предприятия: баланс предприятия, отчет о финансовых результатах и дополнительные сведения – к примеру, иных форм бухгалтерской и статистической отчетности, данных управленческого учета и т.п. [18–21].

Анализ финансового состояния включает в себя анализ бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах работы оцениваемой организации за прошедшие периоды для обнаружения тенденций в ее работе и нахождения главных финансовых показателей.

Общая схема проведения АФСП показана на рисунке 2.

Расчитанные фактические коэффициенты отчетного периода сопоставляются с нормой, со значением предшествующего периода, и таким образом обнаруживается истинное финансовое состояние предприятия.

Таким образом, анализ финансового состояния включает, кроме оценки финансовых результатов и имущества, оценку эффективности использования капитала, финансовой устойчивости, платежеспособности, деловой активности, рентабельности [24–27].



Рис. 2. Схема анализа финансового состояния предприятия [10]

Далее перейдем к рассмотрению классификации методов прогнозирования финансового состояния предприятия [29–31]. Перечень прогнозируемых показателей может ощутимо варьировать. Этот набор величин можно принять в качестве первого критерия для классификации методов. Итак, по набору прогнозируемых показателей методы прогнозирования можно разделить на:

а) методы, в которых прогнозируется один или несколько отдельных показателей, представляющих наибольший интерес и значимость для аналитика, например, выручка от продаж, прибыль, себестоимость продукции и т.д.

б) методы, в которых строятся прогнозные формы отчетности целиком в типовой или укрупненной номенклатуре статей. На основании анализа данных прошлых периодов прогнозируется каждая статья баланса и отчета о финансовых результатах. Огромное преимущество методов этой группы состоит в том, что полученная отчетность позволяет всесторонне проанализировать финансовое состояние предприятия. Аналитик получает максимум информации, которую он может использовать для различных целей, например, для определения допустимых темпов наращивания производственной деятельности, для исчисления необходимого объема дополнительных финансовых ресурсов из внешних источников, расчета любых финансовых коэффициентов и т.д.

в) методы прогнозирования отчетности, в свою очередь, делятся на методы, в которых каждая статья прогнозируется отдельно исходя из ее индивидуальной динамики, и методы, учитывающие существующую взаимосвязь между отдельными статьями как в пределах одной формы отчетности, так и из разных

форм. Действительно, различные строки отчетности должны изменяться в динамике согласованно, т.к. они характеризуют одну и ту же экономическую систему.

В зависимости от вида используемой модели все методы прогнозирования можно подразделить на три большие группы (см. рис. 3).

Методы экспертных оценок, которые предусматривают многоступенчатый опрос экспертов по специальным схемам и обработку полученных результатов с помощью инструментария экономической статистики. Это наиболее простые и достаточно популярные методы, история которых насчитывает не одно тысячелетие. Применение этих методов на практике, обычно, заключается в использовании опыта и знаний торговых, финансовых, производственных руководителей предприятия. Как правило, это обеспечивает принятие решения наиболее простым и быстрым образом. Недостатком является снижение или полное отсутствие персональной ответственности за сделанный прогноз. Экспертные оценки применяются не только для прогнозирования значений показателей, но и в аналитической работе, например, для разработки весовых коэффициентов, пороговых значений контролируемых показателей и т.п.

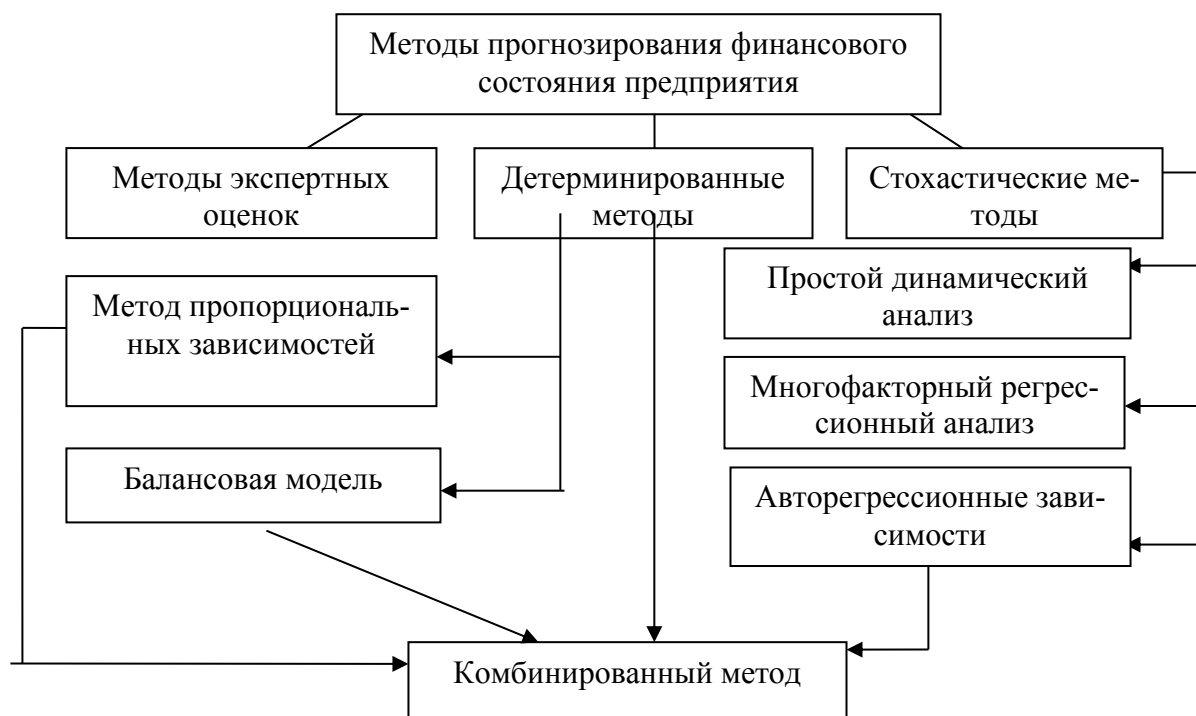


Рис. 3. Классификация методов прогнозирования финансового состояния предприятия

Детерминированные методы, предполагающие наличие функциональных или жестко детерминированных связей, когда каждому значению факторного признака соответствует вполне определенное неслучайное значение результативного признака. В качестве примера можно привести зависимости, реализованные в рамках известной модели факторного анализа фирмы Дюпон. Используя эту модель и подставляя в нее прогнозные значения различных факторов, например выручки от реализации, оборачиваемости активов, степени финансо-

вой зависимости и других, можно рассчитать прогнозное значение одного из основных показателей эффективности — коэффициента рентабельности собственного капитала. Другим весьма наглядным примером служит форма отчета о финансовых результатах, представляющая собой табличную реализацию жестко детерминированной факторной модели, связывающей результативный признак (прибыль) с факторами (доход от реализации, уровень затрат и др.).

Стохастические методы, предполагающие вероятностный характер как прогноза, так и самой связи между исследуемыми показателями. Вероятность получения точного прогноза растет с ростом числа эмпирических данных. Эти методы занимают ведущее место с позиции формализованного прогнозирования и существенно варьируют по сложности используемых алгоритмов. Наиболее простой пример - исследование тенденций изменения объема продаж с помощью анализа темпов роста показателей реализации. Результаты прогнозирования, полученные методами статистики, подвержены влиянию случайных колебаний данных, что может иногда приводить к серьезным просчетам.

Стохастические методы можно разделить на три типовые группы: простой динамический анализ, многофакторный регрессионный анализ, авторегрессионные зависимости. Выбор для прогнозирования метода той или иной группы зависит от множества факторов, в том числе и от имеющихся в наличии исходных данных.

Таким образом, анализ финансового состояния предприятия осуществляется с целью улучшения организации финансов и повышения эффективности их использования [33, 34]. Содержание такого анализа заключается в изучении размещения и использования средств производства, платежеспособности предприятия, обеспеченности собственными оборотными средствами, состояния производственных запасов, собственных и заемных источников их формирования, оценке финансовых результатов и имущества, оценке эффективности использования капитала, финансовой устойчивости, платежеспособности, деловой активности, рентабельности.

Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ // Российская газета. № 238–239. 08.12.1994.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ // Российская газета. № 148–149. 06.08.1998.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ // Парламентская газета. № 151–152. 10.08.2000.
4. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402–ФЗ «О бухгалтерском учете» // Российская газета. № 278. 09.12.2011.
5. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие. — М., 2011.
6. Решетов К.Ю. Бухгалтерский учет и анализ. — М., 2013.
7. Ефимова О.В. Финансовый анализ: учебник — М., 2014.
8. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. — М., 2013.

9. Решетов К.Ю. Учет и анализ. — М., 2013.
10. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. — М., 2013.
11. Пирогов Н.Л., Жеребцов В.И., Шматова Н.И., Бобрышев А.Д., Царегородцев Ю.Н. и др. Инновационный янтарный кластер — прогрессивная форма организации бизнеса: Коллективная монография. — М., 2018.
12. Решетов К.Ю. Роль инновационных кластеров при обеспечении конкурентоспособности отечественных предпринимательских структур в условиях ВТО // Российское предпринимательство. 2014. № 20(266). С. 117–123.
13. Куприянова Л.М. Финансовый анализ: Учебное пособие / Л.М. Куприянова. — М., 2015.
14. Дудин М.Н., Лясников Н.В., Сенин А.С., Сепиашвили Е.Н. и др. Государственные и муниципальные финансы: учебное пособие для бакалавров и магистров. — М., 2015.
15. Решетов К.Ю. Бухгалтерский финансовый учет и финансовая отчетность (продвинутый уровень). — М., 2015.
16. Kaldiyarov D.A., Dudin M.N., Bashilov B. I., Noskov I.Y. etc. Developing vehicles for collective investment in real estate in the Russian Federation // Journal of Real Estate Literature. 2018. № 26. P. 313–329.
17. Жилкина А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: Учебник. — М., 2014.
18. Пласкова Н.С. Стратегический и текущий экономический анализ: Полный курс МВА. — М., 2012.
19. Решетов К.Ю. Бухгалтерский финансовый учет. — М., 2013.
20. Дудин М.Н., Федорова И.Ю. и др. Основные аспекты применяемых методик анализа кредитоспособности заемщика // Экономика и предпринимательство. 2016. № 4-2 (69-2). С. 358-362.
21. Ковалев В.В., Ковалев В.В. Анализ баланса, или как понимать баланс. — М., 2014.
22. Решетов К.Ю. Налоговое право. — М., 2013.
23. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учеб. / Г.В. Савицкая. — М., 2017.
24. Dudin M.N., Lyasnikov N.V., Smirnova O.O., Vysotskaya N.V. etc. Economic profit as indicator of food retailing enterprises performance // European Research Studies Journal. 2018. Т. 21. № 1. P. 468–479.
25. Краснов В.Г. Анализ финансовой устойчивости предприятия. — М., 2017.
26. Крейнина М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. — М., 2015.
27. Решетов К.Ю. Учет и анализ банкротств. — М., 2013.
28. Reshetov K.Yu., Khoroshavina N.S., Mysachenko V.I., Komarov V.Yu., Timofeev M.I. State policy in the area of implementation of innovations in industrial production // The Journal of Social Sciences Research. 2018. № S3. P. 271–276.

29. Свиридова Н.В., Акимов А.А. Сравнительный анализ и прогнозирование финансового состояния // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2012. № 12. С. 3–6.
30. Дудин М.Н., Лясников Н.В. и др. Использование методов анализа и оценки рисков в обеспечении устойчивого развития промышленных предприятий // Экономика и предпринимательство. 2016. № 5 (70). С. 37–45.
31. Безвезюк К.В. и др. Сравнение зарубежных методов оценки финансовой несостоятельности (банкротства) организации // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-1 (77-1). С. 564–571.
32. Пирогов Н.Л., Решетов К.Ю. Инновации как объективная необходимость развития современной России // В сборнике: Устойчивое и инновационное развитие в цифровую эпоху Материалы Международной научно-практической конференции. 2019. С. 50–59.
33. Мысаченко В.И., Тимофеев М.И., Жеребцов В.И. и др. О причинах низкой предпринимательской активности // Экономика и предпринимательство. 2018. № 2 (91). С. 491–494.
34. Пласкова Н.С. Экономический анализ. Учебник. Серия «Высшее образование». — М., 2010.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Бутенко О.В.</i> ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ У БУДУЩЕГО	3
<i>Гула М.В.</i> «PRO BONO» В РОССИИ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ»	10
<i>Егизарян. Е.Э.</i> ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬ- ТУРЫ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ	14
<i>Жибоедова Т.М., Гусев А.К.</i> РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ОРГАНИЗА- ЦИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА	19
<i>Катасонов А.Н.</i> ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА БАЗЕ МОСКОВСКОГО МЕТ- РОПОЛИТЕНА	28
<i>Коновалова Е.А.</i> ЭФФЕКТИВНЫЙ КОНТРАКТ КАК МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВА- НИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	31
<i>Крылова Е.Б.</i> ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ СФЕРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРАХ	36
<i>Лапина В.В.</i> РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГА В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ	38
<i>Новарчук А.С., Костюкович М.С., Жеребцов В.И.</i> ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ НА ПРАКТИКЕ	44
<i>Папка М.Е.</i> ОЦЕНКА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКОВ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ	46
<i>Папка М.Е.</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИ- АЛА РАБОТНИКОВ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ	51
<i>Пирогов Н.Л.</i> ПРЕДПРИЯТИЕ, ДЕМОКРАТИЯ, ВЛАСТЬ: ДИАЛЕКТИКА ВЗА- ИМОДЕЙСТВИЯ	56

<i>Писарев П.В.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ	61
<i>Пронина Е.В.</i> ЦИФРОВИЗАЦИЯ РОССИЙСКИХ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ СЕТЕЙ. ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ	68
<i>Проскуракова Л.А.</i> ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКИХ ЭКСПОРТЕРОВ В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ	72
<i>Сазанов А.С., Жеребцов В.И.</i> УРОКИ ИСТОРИИ МЕНЕДЖМЕНТА: КОНВЕЙЕРНАЯ КОН- ЦЕПЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА ГЕНРИ ФОРДА	75
<i>Снетков А. В.</i> БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ – СЕРЬЕЗНАЯ ПРОБЛЕМА В РОС- СИИ	80
<i>Сычева А. А., Гусев А.К.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИС- КАМИ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	84
<i>Тимофеев М.И., Мамедова А.А., Леонтьева А.П.</i> ОЦЕНКА РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК АЛЬТЕРНАТИВЫ СМИ ДЛЯ БИЗНЕСА	89
<i>Уланова Е.М., Головина Л.А.</i> РЕГЛАМЕНТАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗА- ЦИИ	93
<i>Филиппова Т.Е., Макеева А.Д.</i> СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ В ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЛИЗИНГА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	100
<i>Французова Т.А.</i> ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННОГО ОБСЛУ- ЖИВАНИЯ ТОРГОВОЙ СЕТИ	107
<i>Шишкин К.А.</i> К ВОПРОСУ О МЕТОДИКЕ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ФИНАНС- СОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	111

Научное издание

**ВЕСТНИК
НАЦИОНАЛЬНОГО ИНСТИТУТА БИЗНЕСА**

Межвузовская студенческая научно-практическая конференция
по актуальным вопросам экономики, управления и права.
6 декабря 2019 г.

Подписано в печать 27.12.2019. Формат 60x84/16
Печать цифровая. Бумага офсетная №1. Печ. л. 7,75.
Тираж 500 экз. Заказ № 132.

Отпечатано в издательстве
Московского гуманитарного университета
111395, г. Москва, ул. Юности д. 5