

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16+

18 2021
ЧАСТЬ III

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 18 (360) / 2021

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Жураев Хусниддин Олгинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Рахмонов Азиз Боситович, доктор философии (PhD) по педагогическим наукам (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображена *Глория Олред* (родилась в 1941 году), одна из самых известных адвокатов США, обладательница множества профессиональных наград и премий. Наиболее известна своей борьбой за права женщин, сексуальных меньшинств и жертв насилия.

Глория родилась в Филадельфии (Пенсильвания, США) и росла единственным ребенком в семье продавца и домохозяйки. Получив степень бакалавра английского языка в Пенсильванском университете, Глория стала учителем. Проработав шесть лет в школе, женщина решила получить юридическое образование.

В своей автобиографии Глория вспоминает, как летом 1966 года стала жертвой насилия, через некоторое время обнаружила, что беременна, приняла решение сделать незаконный аборт, получила инфекцию и долгое время провела в больнице. Одна из самых смелых женщин Америки не стала заявлять об изнасиловании в полицию, так как не думала, что кто-то ей поверит. Именно поэтому она выбрала своей специализацией защиту жертв сексуальных домогательств и насилия.

Олред является основателем юридической фирмы «Олред, Мороко и Голдберг». Ее юридическая фирма работает с различными делами, касающимися, в частности, дискриминации сексуальных меньшинств и больных СПИДом, сексуальных домогательств и других противоправных действий. Фирма прославилась и своей работой по защите гражданских прав. В течение 30 лет Глория Олред выиграла многочисленные судебные процессы по новаторской правовой защите интересов прав женщин и сексуальных

меньшинств. Глория берется за любые, даже самые скандальные и противоречивые дела. Она представляла своих клиентов в судебных процессах против известных медийных персон (в числе которых Арнольд Шварценеггер, Герман Каин и др.).

Адвокат часто подвергается критике за активное привлечение внимания общественности через СМИ к делам с ее участием. Известен случай, когда Джон Г. Шмитц, бывший сенатор штата Калифорния, негативно отозвался о Глории в одном из пресс-релизов, за что получил иск от правозащитницы за клевету. Глории удалось добиться от сенатора компенсации размером в 20 000 долларов и принесения публичных извинений.

Кажется, что критика и нападки со стороны прессы и людей, несогласных с позицией Глории, только придают ей уверенности: «Я начинаю каждый день с мысли о том, что помощь людям и борьба за справедливость — это мой долг, и что ничего не значимо без самодисциплины и мужества».

Активная феминистка, Олред в настоящее время действует в качестве председателя фонда WERLDEF по правовой защите женщин. В 2001 году за выдающееся выступление в радиопередаче Talk Show Hosts она была награждена Памятной наградой Джуди Дхарвис от Национальной ассоциации радио. Довольно часто ее высказывания появляются в публикациях журналов и газет. Журнал Time Magazine называет ее одной из наиболее эффективных защитников нации по семейным правам и феминизму.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Азанова О. Ю.

Особенности стратегического планирования:
муниципальный уровень 159

Астахова М. В.

Особенности стратегического управления
развитием муниципального образования..... 161

Бештоева И. М., Кобышева Е. И.

Сущность и специфика кадрового менеджмента
в региональных государственных органах..... 164

Бушуева Н. В.

Тенденции развития рынка хлеба
и хлебобулочных изделий в Российской
Федерации и в зарубежных странах с учетом
оценки влияния коронавируса 167

Власова А. Ю.

Сущность социального иммунитета
территории..... 169

Давыдов А. В., Старкина М. Е.

Экономическая оценка использования
основного технологического оборудования
в производственном процессе объектов
промышленности строительных материалов.... 172

Данилов М. Н.

Социальная политика по содействию занятости
населения 174

Евдокимова С. Ю.

Экспресс-анализ финансового состояния
ООО «Урал»..... 176

Ерофеева А. В.

Особенности управления социально-
экономическим развитием муниципального
образования..... 178

Зуева А. А.

Современные особенности мотивации персонала
в организациях аграрной сферы..... 180

Зуева А. А.

Методический инструментарий оценки
эффективности мотивации персонала
в организации..... 182

Igumnov D. N.

The concept of sustainable development
in the finance sector..... 184

**Ильина Л. А., Писарева Е. А., Миняйло И. А.,
Снегирев М. С.**

Использование доверительного управления
для урегулирования конфликта интересов..... 186

Казакова Н. И.

Специфика коммуникационной деятельности
на рынке керамической плитки
и керамогранита..... 188

Кицанов Р. С.

«Зеленые» облигации как инновационный
инструмент мирового финансового рынка 192

Kozlov N. V.

Principles of developing a financial strategy
for a corporation..... 195

Курашова А. А., Сизов А. С.

Предупреждение угроз экономической
безопасности предприятия 197

Латыпова М. А., Харламов А. Д.

Эффективность коммуникаций
на рабочем месте 199

Логина Е. В., Колпаков Е. Н., Анисов А. П.

Социальный аспект в гиг-экономике..... 202

Лукоянова И. О.

Место и роль прогнозирования и планирования
в государственном управлении 203

Мещерякова В. К. Анализ финансового состояния ООО «Агрофирма «Труд» 205	Поспелов И. А. Распоряжение муниципальным имуществом как экономическая основа местного самоуправления 219
Молянов А. А. Рынок услуг недвижимости во время пандемии коронавирусной инфекции 207	Постников К. В. Формирование кадрового потенциала как фактор обеспечения устойчивого развития муниципального образования 221
Mohammad H. B. Relationship between financial structure and economic development in Afghanistan 209	Прудникова А. С., Коваленко И. А. Маркетинговое исследование зерновых каш для детского питания в России 223
Omarova M. Y., Makisheva S. M. Exploring the essence of the Blue Ocean Strategy 211	Родикова А. Н. Особенности управления проектами строительства в нефтегазовом комплексе 225
Панова М. Н. Инвестиционная привлекательность территории как стратегия роста 214	Sayed M. R. Organizational change and development 230
Попов К. В. Основные показатели и тенденции развития экономики в сфере строительства в Хакасии в 2019-2020 годах 217	Селезнева А. В. Менеджмент как часть жизни студента и выпускника. Распространённые проблемы периода адаптации к изменяющимся условиям труда и возможности их решения с помощью тайм-менеджмента 233

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Особенности стратегического планирования: муниципальный уровень

Азанова Оксана Юрьевна, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

Актуальность темы исследования определяется необходимостью стратегического планирования комплексного социально-экономического развития муниципальных образований, с целью повышения эффективности муниципального управления. Автор исследования раскрывает сущность понятия «стратегическое планирование». В статье определены институты и субъекты стратегического планирования на муниципальном уровне. Так же исследованы основные проблемы в стратегическом планировании муниципального образования.

Ключевые слова: стратегическое планирование, муниципалитет, муниципальные программы, социально-экономическое развитие.

Features of strategic planning: municipal level

The relevance of the research topic is determined by the need for strategic planning of integrated socio-economic development of municipalities, in order to improve the efficiency of municipal management. The author of the study reveals the essence of the concept of «strategic planning». The article defines the institutions and subjects of strategic planning at the municipal level. The main problems in the strategic planning of the municipality are also investigated.

Keywords: strategic planning, municipality, municipal programs, socio-economic development.

Определение целей и задач развития, обеспечение взаимосвязи между обществом, бизнесом и властью, привлечение к принятию решений и их реализации части городского сообщества — являются основными направлениями стратегического планирования на муниципальном уровне [3, с. 19].

Стратегический план — это документ, включающий в себя цели и задачи планирования, анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на развитие территории, разработанную стратегию, а также методику ее реализации [1, с. 26].

Стратегия развития муниципального образования — поэтапный план действий с целевой ориентацией в долгосрочной перспективе. Стратегия разрабатывается с учетом ценностей населения, конкурентных, ресурсных и экономических возможностей. Целью стратегии является демонстрация перспективы обществу, инвесторам, власти, бизнесу.

Стратегия развития муниципального образования представляет собой определение направлений развития и включает:

- определение целей и задач развития муниципального образования в долгосрочной перспективе;
- выявление направлений, способных достичь поставленных целей и решить поставленные задачи;
- выбор оптимальных программ, соответствующих имеющимся ресурсам.

Стратегическое планирование позволяет определить направления повышения эффективности управления, устойчивого развития территорией в будущем [2, с. 148].

Субъекты и институты стратегического планирования муниципального образования представлены на рисунке 1.

Можно отметить, что субъекты и институты стратегического планирования муниципального образования многообразны, и всем им важно, в каком направлении будет проходить развитие территории, какие отрасли будут приоритетными. Различные субъекты имеют различные потребности [4, с. 71]. В таблице 1 раскрыты интересы и потребности субъектов развития муниципального образования.

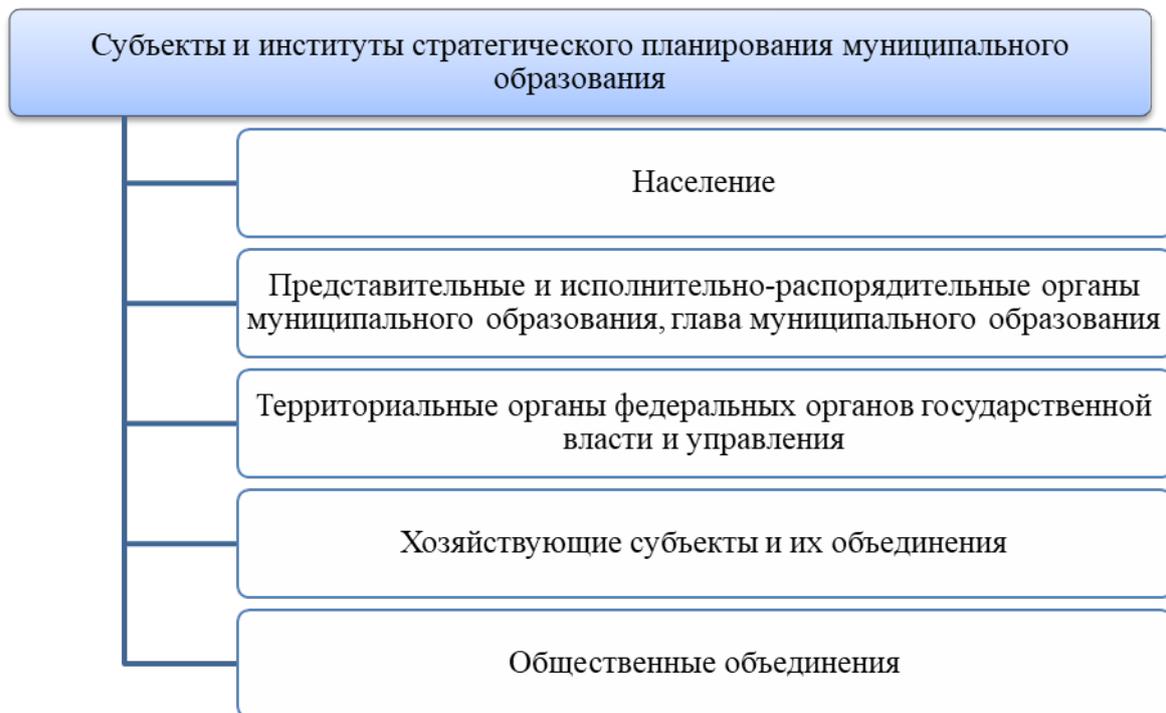


Рис. 1. Субъекты и институты стратегического планирования муниципального образования

Таблица 1. Интересы и потребности субъектов развития муниципального образования

Население	Коммерсанты	Муниципальные органы
<i>Социальные интересы</i>		<i>Политические интересы</i>
Обеспечение социальной защиты населения	Взаимодействие с местными органами власти	Повышение имиджа территории
Экология (охрана окружающей среды)	Обеспечение социальной стабильности	Сохранение местных обычаев и традиций
<i>Материальные интересы</i>		
Повышение качества жизни, увеличение услуг	Инвестиции, расширение ресурсной базы	Бюджетные поступления, инвестиции, участие в развитии

Все интересы имеют единую цель — обеспечение устойчивого развития территории. Таким образом, стратегический план включает в себя интересы всех субъектов.

Положительные результаты стратегического планирования развития муниципального образования зависят от слаженной деятельности всех субъектов.

Необходимо отметить главные проблемы, возникающие при стратегическом планировании развития муниципального образования.

Первая проблема — это недостаточное финансовое обеспечение. Муниципальная власть должна иметь до-

статочные финансы, которыми смогут свободно распоряжаться, согласно своим полномочиям.

Вторая проблема — слабые взаимоотношения между населением, коммерсантами и органами муниципального управления.

Прозрачности расходов способствует координация и взаимный контроль коммерсантов и муниципальной власти, в основе которых стоит стратегический подход к развитию муниципального образования.

Также отметим, что современные муниципальные образования нуждаются в эффективных управленцах, способных к решению сложных задач, так как у каждого муниципального образования есть свои особенности.

Литература:

1. Бухвальд, Е. М. Стратегическое планирование и новые ориентиры политики регионального развития в Российской Федерации / Е. М. Бухвальд, О. Н. Валентик // Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2015. — № 3-4. — с. 21-41.

2. Дашиева, А. Л. Стратегическое планирование в муниципальном образовании // Молодой ученый. — 2015. — № 4. — с. 147-150.
3. Ведяева, Е. С. Государственное и муниципальное управление: учеб. пособие/Е. С. Ведяева, А. А. Гребенникова. — Саратов: Вузов. образование, 2019. — 166 с.
4. Казанская, А. Ю. Комплексный подход к оценке социально-экономического состояния муниципальных образований: учеб. пособие/А. Ю. Казанская, В. С. Компаниец. — 2-е изд. — Саратов: Вузов. образование, 2019. — 225 с.

Особенности стратегического управления развитием муниципального образования

Астахова Марина Владимировна, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье дано определение стратегического планирования, раскрыта его сущность. Так же раскрыты особенности стратегического управления развитием муниципального образования. Рассмотрены виды деятельности, предполагаемые стратегическим планированием, а также принципы построения эффективной структуры местной администрации. В конце исследования сделан вывод о том, что одним из основных условий успешного стратегического управления муниципальным образованием является определение факторов конкурентоспособности территории, а также факторов достижения успеха в перспективе. Изменение принципов и приоритетов в организации деятельности муниципальных органов власти является неотъемлемым условием освоения стратегического планирования. Для достижения положительного результата необходимо распределение функций стратегического планирования, как в исполнительных, так и представительных органах местного самоуправления, так же необходимо вовлечение разнообразных профессиональных и социальных объединений.

Ключевые слова: местное самоуправление, развитие территории, стратегическое управление, стратегическое планирование.

Features of strategic management of municipal development

The article defines strategic planning and reveals its essence. The features of the strategic management of the development of the municipality are also disclosed. The types of activities proposed by strategic planning, as well as the principles of building an effective structure of local administration, are considered. At the end of the study, it is concluded that one of the main conditions for successful strategic management of a municipality is to determine the factors of competitiveness of the territory, as well as the factors for achieving success in the future. Changing the principles and priorities in the organization of the activities of municipal authorities is an essential condition for the development of strategic planning. To achieve a positive result, it is necessary to distribute the functions of strategic planning, both in the executive and representative bodies of local self-government, as well as to involve a variety of professional and social associations.

Keywords: local self-government, territorial development, strategic management, strategic planning.

Стратегическое планирование можно определить как выявление направлений социально-экономического развития для конкретной территории. Если смотреть шире, то стратегическое планирование является не только технологией создания документированного стратегического плана, а также является разработкой политики определенной мировоззренческой направленности [3, с. 111-116]. Стратегическое планирование призвано обеспечить подходящие условия для социально-экономического развития муниципального образования. На рисунке 1 представлены виды деятельности, которые должно предполагать стратегическое планирование.

Изменение принципов и приоритетов в организации деятельности муниципальных органов власти является

неотъемлемым условием освоения стратегического планирования как одного из главных элементов современных муниципальных управленческих технологий. Невозможно внедрить стратегическое планирование как технологию посредством создания только специализированного подразделения в составе местной администрации. Необходимо распределение функций стратегического планирования, как в исполнительных, так и представительных органах местного самоуправления, так же необходимо вовлечение разнообразных профессиональных и социальных объединений [2, с. 157-158].

На сегодняшний день в большинстве муниципальных образований остается нерешенной проблема наличия сопротивления должностных лиц местного самоуправления,



Рис. 1. Виды деятельности, предполагаемые стратегическим планированием

нежелание брать на себя дополнительные функции и менять принципы организации своей деятельности.

Таким образом, непосредственно деятельность местных органов власти должно быть включено в стратегическое планирование как объект.

Чтобы соотнести задачи и принципы развития системы муниципального управления и местного самоуправления в России и в странах с развитой системой местного самоуправления, необходимо представить систему принципов построения структуры местной администрации, ориентированной на стратегический подход к решению местных проблем. Эти принципы представлены на рисунке 2.

Наличие стратегического планирования и муниципальной политики в управлении муниципальным образованием обусловлено необходимостью в переводе конфликтов и проблем в цели и задачи управления органов местного самоуправления и в целом сообщества [1].

Разработка и реализация муниципальных программ объединяет в себе деятельность органов местного самоуправления и иных субъектов муниципального развития.

В стратегическом планировании особое внимание уделено муниципальному заказу, при котором администрация в целях повышения качества жизни населения, создания конкурентной среды, исполнения муниципальных программ привлекает разнообразные предприятия и организации.

И так, одним из основных условий успешного стратегического управления муниципальным образованием является определение факторов конкурентоспособности территории, а также факторов достижения успеха в перспективе. Изменение принципов и приоритетов в организации деятельности муниципальных органов власти является неотъемлемым условием освоения стратегического планирования. Для достижения положительного результата необходимо распределение функций стратегического планирования, как в исполнительных, так и представительных органах местного самоуправления, так же необходимо вовлечение разнообразных профессиональных и социальных объединений.

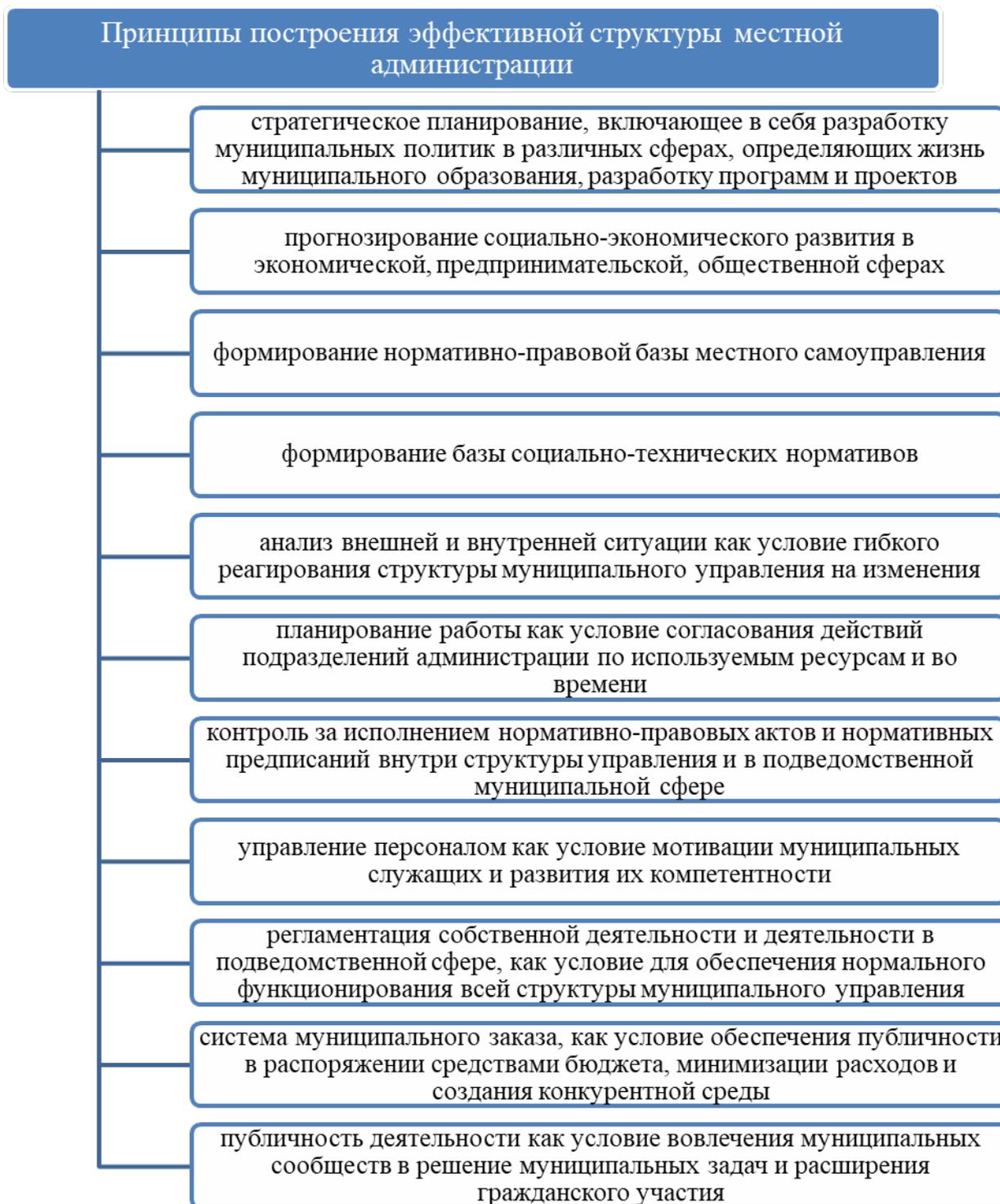


Рис. 2. Принципы построения эффективной структуры местной администрации

Литература:

1. Абрамов, Р.А. Стратегическое управление развитием территории: учебное пособие/Р.А. Абрамов, И.В. Морозов. — Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2018. — 116 с.
2. Сергеева, М.А. Стратегическое планирование развития территорией как механизм территориального управления // Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития науки и производства» (Кемерово). — 2018. — с. 157-158.
3. Сорокодум, В.Ю. Государственное управление стратегическим развитием территории // Материалы 70-й научной студенческой конференции «Молодежный вектор развития аграрной науки» (Воронеж). — 2019. — с. 111-116.

Сущность и специфика кадрового менеджмента в региональных государственных органах

Бештоева Изабелла Муратовна, студент магистратуры;
Кобышева Елена Ивановна, кандидат юридических наук, доцент
Пятигорский государственный университет

В статье раскрываются концептуальные подходы к сущности кадрового менеджмента в региональных органах государственной власти, исследуется специфика классификации кадров органов власти в регионах, анализируются доктринальные трактовки обозначенных понятий.

Ключевые слова: кадровый менеджмент, политика государства, персонал, государственная служба, кадровый профессионализм.

Модернизация социально-политической системы России невозможна без совершенствования всей системы кадрового менеджмента в органах государственного управления. Обозначенные главой государства национальные цели развития Российской Федерации до 2030 года [1], могут быть достигнуты только при условии кадровой обеспеченности во всех эшелонах власти. В связи с этим, на первый план выходит и уровень кадрового профессионализма в системе государственного управления, и достаточность управленческих кадров, а также, что немало важно, возможность внедрения передовых технологий кадрового менеджмента в органах государственной власти.

Президент Российской Федерации на совместном заседании президиума Госсовета и Совета по науке и образованию особо подчеркнул, что «те национальные цели развития и те национальные проекты как инструменты достижения этих целей не смогут быть реализованы без кадрового обеспечения работы. Мы понимаем, что поскольку значительная часть этой работы, можно сказать, большая часть работы будет и должна быть сосредоточена в регионах, там и должен появиться этот кадровый потенциал, который обеспечит нам реализацию поставленных задач» [2].

Именно поэтому, определение стратегических ориентиров совершенствования кадрового менеджмента в органах государственной власти регионального уровня, представляется на сегодняшний день архиважной задачей.

Основные направления совершенствования кадрового менеджмента в органах государственной власти всех уровней были обозначены в Указе Президента РФ «Об основных направлениях развития государственной гражданской службы Российской Федерации на 2019-2021 годы» [3]. Во исполнение обозначенного указа Правительством Российской Федерации было подготовлено Распоряжение, в котором сформулированы основные четырнадцать позиций, требующих немедленного усиления. Наиболее актуальными являются следующие из них:

— совершенствование порядка назначения на должности государственной гражданской службы;

— стимулирование гражданских служащих к повышению эффективности своей профессиональной деятельности;

— развитие системы государственных гарантий для госслужащих;

— внедрение новых форм профессионального развития;

— ускоренное внедрение информационно-коммуникационных технологий в государственных органах в целях повышения качества кадровой работы.

Исследование проблематики современной управленческой и правоприменительной практики федерального и регионального уровня позволяет констатировать, что в системе кадрового менеджмента в органах государственной власти существуют нереализованные резервы поднятия кадровой деятельности на более высокий качественный уровень.

Среди особых проблем можно выделить:

— необходимость совершенствования научной обоснованности, проводимой в органах государственной власти (особенно регионального уровня) кадровой политики,

— затрудненность внедрения современных технологий работы с кадрами в системе государственного управления,

— недостаточный уровень реального профессионального развития персонала государственной службы. И др.

На региональном уровне особо остро проявляется необходимость в формировании концептуальных принципов регулирования кадровой деятельности, разработке социальных технологий развития кадровой деятельности в сферах поиска, подбора, воспитания кадров, соответствующих парадигме общественного и государственного развития, успешного проведения общественных преобразований.

Опираясь на ключевые научные теории в области управления, можно сформулировать понятие кадрового менеджмента в системе государственных органов. Так, В. А. Сулемов определяет сущность кадрового менеджмента в органах государственной власти как установление управленческо-правового регулирования кадровых

отношений и процессов использования человеческих ресурсов [4].

Современная модель управления базируется на осознании важнейшей роли человеческого капитала. Учет этого фактора обязателен при построении эффективной системы государственного управления. Именно такое содержательное наполнение субординационных и прочих взаимоотношений всех субъектов кадровых процессов и составляет специфику кадрового менеджмента в органах государственной власти.

Переход всей системы государственного управления к новым целям развития страны невозможен без решения первоочередной задачи по кадровому обеспечению государственного аппарата. Кадровый менеджмент в органах государственной власти регионального уровня на современном этапе ориентирован не только на количественную обеспеченность человеческими ресурсами, но и на то, чтобы имеющийся кадровый потенциал использовался эффективно, а также на создание системы стимулов профессионального развития.

Очевидно, что новые реалии требуют создания нового механизма кадрового менеджмента в органах государственной власти регионального уровня. Так, требуются совершенно новые стратегии регулирования самих кадровых процессов, отражающие отказ от исключительно административного способа в пользу ценностно-ориентированного. Необходима четкая регламентация компетенции и предметов ведения по вопросам кадровой деятельности. Кроме того, налицо явные пробелы в научной обоснованности кадрово-управленческих решений.

Определение сущности кадрового менеджмента в органах государственной власти регионального уровня требует анализа отдельных теоретических и методологических категорий и понятий. Прежде всего, следует определиться с доктринальной трактовкой такой понятийной единицы как кадры. Известные специалисты в области кадрового менеджмента предлагают относить к кадрам государственного органа, лиц, обладающих соответствующим специальным образованием и находящихся в постоянном штатном составе данной структурной единицы государственного аппарата.

При этом в научных источниках предлагается классифицировать кадры государственного органа (любого уровня) на следующие виды:

- кадры, выполняющие технические или обслуживающие функции;
- специалистов;
- управленческий эшелон.

Необходимо, однако, понимать, что в своей структуре орган государственной власти может иметь государственные должности. Тогда правильной будет точка зрения, согласно которой к кадрам органа государственной власти относят всех специалистов, занимающих государственные должности. Причем, правильно рассматривать не только руководящий состав, но и государственных служащих нижестоящих звеньев.

Смежным понятием с понятием «кадры» является категория «персонал». Персонал является более широкой категорией так как включает не только государственных служащих, находящихся штате на постоянной основе, но и временных специалистов, а также всех обслуживающих технических работников. С научной точки зрения, такой подход является дискуссионным, но не лишенным оснований. Для правильной трактовки следует, всё-таки, учитывать различия в объеме и содержании обозначенных понятий.

Очень часто при раскрытии сущности и специфики кадрового менеджмента в органе государственной власти употребляют термин «кадровый потенциал». При всей кажущейся схожести вышерассмотренных понятий и термина «кадровый потенциал», данный термин всё-таки относится к специфической характеристике кадров. Кадровый потенциал, с точки зрения кадрового менеджмента, это величина скрытых способностей и возможностей кадровых единиц, которые могут быть раскрыты при наступлении определенных условий.

Для эффективного кадрового менеджмента в органе государственной власти необходимо рассматривать и принимать во внимание всю совокупность существующих научных понятий и определений. Это позволит обеспечить поступательное развитие процессов кадрового обеспечения. При этом нельзя допускать перекоса в какую-то одну сторону: нельзя сосредотачиваться исключительно на количественном показателе кадровой обеспеченности, или наоборот только на потенциале отдельных специалистов.

Кадровый менеджмент в органе государственной власти регионального уровня должен быть:

- научно-обоснованной и тщательной организованной деятельностью;
- иметь четкую методологию и быть практико-ориентированным на решение стоящих управленческих задач;
- формировать кадровый состав, обладающий высоким профессионализмом и нравственностью;
- способствовать развитию у государственных служащих компетенций, направленных на эффективное выполнение должностных обязанностей в соответствии с требованиями закона, обеспечивающих, в конечном итоге, реализацию задач и функций органов государственной власти.

Система кадрового менеджмента органа государственной власти регионального уровня в своей структуре имеет целый ряд звеньев:

- управленческое;
- организационное;
- экономическое;
- образовательное;
- политическое;
- социально-психологическое и др.

Основная задача кадрового менеджмента в органах государственной власти регионального уровня заключается в обеспечении потребностей органа власти в специали-

стах определенного уровня образования, специализации и квалификации.

Динамика развития общественных отношений, и как следствие, появления новых требований к органам власти требуют от кадрового менеджмента в органах государственной власти регионального уровня так называемой деятельности на опережение. То есть, кадровый менеджмент должен обеспечивать заблаговременное наращивание резерва специалистов для полноценного функционирования государственного аппарата в его уже существующих и только появляющихся структурных подразделениях.

Методологический инструментариум расчета качественных и количественных параметров для обеспечения потребностей органов государственной власти регионального уровня в кадрах требует глубокой научной проработки.

Ещё одним существенным фактором, влияющим на успешность кадрового менеджмента, является рациональность расстановки кадров в органе государственной власти. Именно рациональная расстановка, порой, позволяет избежать лишних финансовых и экономических издержек по содержанию раздутого аппарата государственного органа.

Восприимчивость кадров как особой ценности позволяет относиться к индивидуальным способностям каждого отдельно взятого государственного служащего как нематериальному активу. Развитие и наращивание необходимых качеств у сотрудников также способствует увеличению потенциала органа государственной власти.

Чрезвычайно важным для развития кадрового менеджмента в органе государственной власти регионального

уровня является управление карьерой каждого сотрудника. Здесь должно иметь место планирование карьеры и перечень мероприятий по ее развитию.

Не меньшее значение имеет система социально-экономического стимулирования, и предусмотренная в законодательстве система правовой защиты кадрового состава государственных органов регионального уровня.

В рамках ценностного подхода, используемого сегодня в кадровом менеджменте в органах государственной власти, особо важна сформированность общих ценностей и установок, нравственных идеалов и конечных социально-политических и управленческих целей.

Вместе с тем, следует подчеркнуть, что кадровый менеджмент в органах государственной власти базируется также и на системном подходе. В связи с этим, можно рассматривать кадровый менеджмент как часть всей управленческой системы в области государственного управления.

Выводы. Кадровый менеджмент в органах государственной власти регионального уровня — это самостоятельная система управления внутри государственной системы управления, которой свойственно наличие собственных субъектов, объектов и процессов управления.

Кадровый менеджмент в органах государственной власти тесно взаимодействует с внешней средой:

— осуществляется в рамках, определенных конституционным и административным законодательством Российской Федерации;

— основывается на принципах, присущих концепции классического менеджмента;

— реализует некоторые технологии свойственные другим сферам социального управления.

Литература:

1. Указ Президента РФ от 21.07.2020 N 474. «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // [Электронный ресурс] — URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726> (дата обращения 24.04.21)
2. Путин отметил важность кадрового потенциала регионов для развития страны. // Известия, 6 февраля 2021. [Электронный ресурс] — URL: <https://iz.ru/973186/2021-02-06/putin-otmetil-vazhnost-kadrovogo-potenciala-regionov-dlia-razvitiia-strany> (дата обращения 24.04.2021)
3. Указ Президента РФ от 24 июня 2019 года № 288 «Об основных направлениях развития государственной гражданской службы Российской Федерации на 2019-2021 годы» // <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44367> (дата обращения 24.04.2021)
4. Управление персоналом государственной службы: Уч.-метод. пособие. — М.: Изд-во РАГС // [Электронный ресурс] — URL: https://www.studmed.ru/view/ohotskiy-ev-upravlenie-personalom-gosudarstvennoy-sluzhby_a224ed03098.html?page=1 (дата обращения 24.04.2021)

Тенденции развития рынка хлеба и хлебобулочных изделий в Российской Федерации и в зарубежных странах с учетом оценки влияния коронавируса

Бушуева Наталья Владимировна, студент

Научный руководитель: Черемных Ольга Андреевна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

Представлены результаты деятельности хлебопекарной промышленности, исследования по анализу влияния пандемии нового коронавируса COVID-19 на отечественный и зарубежный рынок хлеба. Источником для проведения анализа послужили оперативные отечественные и зарубежные данные статистической и корпоративной отчетности, результаты маркетинговых исследований, мнений аналитиков рынка. Авторы пришли к заключению, что пандемия ускорила действие тенденций, уже характерных для развития рынка, и предложили основные направления стратегического развития хлебопекарных бизнесов.

Ключевые слова: хлебобулочные изделия, хлебопекарная отрасль, тенденции, анализ, коронавирус, мировые тенденции.

Пищевая отрасль промышленности России и зарубежных стран является одной из ведущих отраслей агропромышленного комплекса, целью которой является обеспечение потребности населения страны в высококачественных продуктах питания, поэтому пищевая отрасль является стратегической отраслью государств.

Тогда как COVID-19 создал серьезную угрозу для продовольственной безопасности в целом, с глобальной точки зрения мировой рынок хлебопеков оказался более устойчивыми к пандемии, чем многие другие сектора.

Анализируя статистические данные доклада Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций о мировой хлебопекарной отрасли, выявлены положительные перспективы развития: ожидается, что объем мировых продаж будет расти в среднем на 6% к 2025 году [2].

Результаты производства рынка хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения в Российской Федерации представим в виде диаграммы на рисунке 1.

Суммарный объем производства хлебобулочной продукции производителями имеет тенденцию плавного снижения с 5,76 до 5,58 млн. тонн. Эксперты связывают эту тенденцию с тем, что россияне стали меньше потреблять хлебные продукты в связи с желанием питаться более умеренно и вести здоровый образ жизни. Также в 2020 году снижение объясняется и тем, что россияне на время самоизоляции были вынуждены выпекать хлеб и выпечку самостоятельно, однако домашнее производство не может быть учтено в общей статистике производства данного вида продуктов.

Тенденцию изменения цен на хлеб и хлебобулочные изделия оценим по статистическим данным, представленным на диаграмме рисунка 2.

Стоимость этих продуктов за последние три года, наоборот, постепенно возрастает, оставаясь в рамках инфляции. Это касается как хлеба и булочных изделий из муки высшего сорта, они подорожали на 10 рублей, так и произведенной из муки более грубого помола, рост цены на 5 рублей.

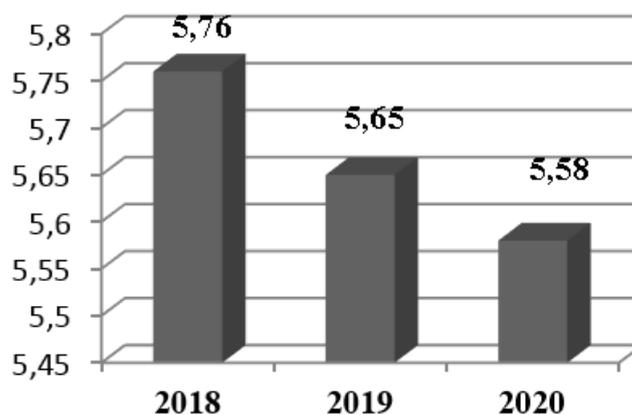


Рис. 1. Динамика объема рынка хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения в 2018-2020 годах, млн. тонн [4]

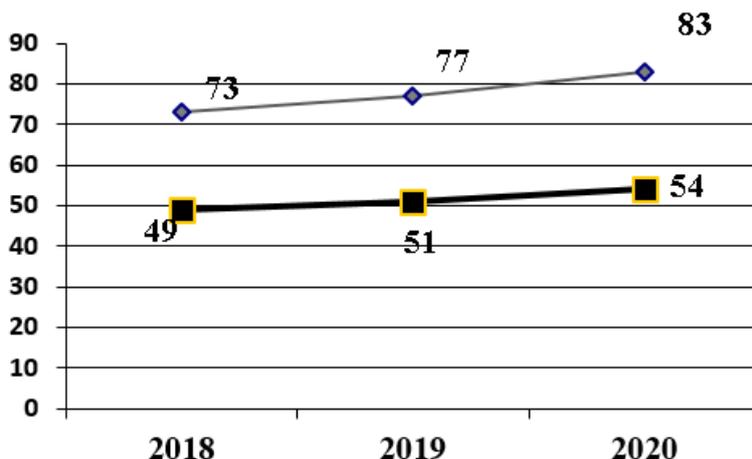


Рис. 2. Динамика цен на хлеб и хлебобулочные изделия из пшеничной муки 1, 2 и высшего сортов, в 2018-2020 годах, руб./кг [4]

По прогнозам BusinesStat, в 2021-2025 гг., по мере стабилизации экономической ситуации в стране продажи хлеба и хлебобулочных изделий на российском рынке продолжают снижаться на 0,3-1,4% в год. В 2025 году объем реализации составит 5,4 млн. тонн, что меньше значения 2020 года на 3,9% [1].

Российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий имеет значительный потенциал в отличие от рынков ведущих западных стран и развивается в направлении основных мировых трендов.

Несмотря на наличие высокого уровня неопределенности в развитии пандемии, сейчас уже можно выделить

основные направления ее влияния на рынок хлебобулочных изделий и адаптацию применяемых игроками рынка бизнес-моделей к меняющимся условиям.

Анализ тенденций и практических аспектов тенденций развития отдельных компаний позволяет выделить следующие драйверы, тренды, перспективы развития российского и зарубежного рынка хлебобулочных изделий (рис. 3).

Таким образом, сложившийся уровень конкуренции на рынке хлебобулочных изделий, наряду с потребностями общества в здоровой и разнообразной пище, повышает важность понимания поведения потребителей и процесса принятия ими решений о покупке.

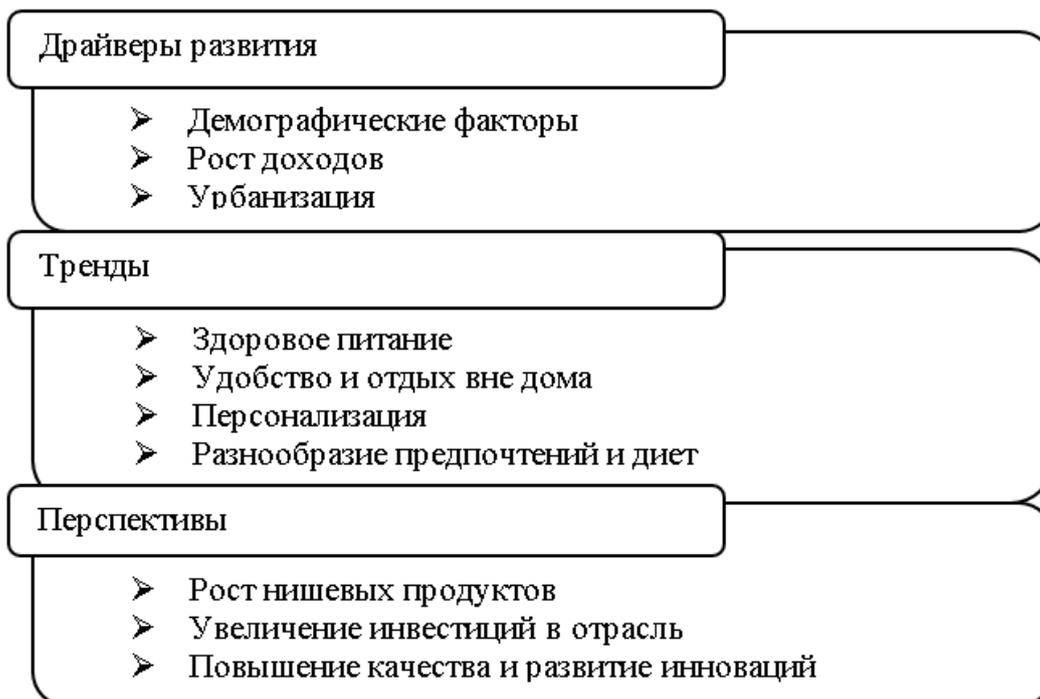


Рис. 3. Драйверы, тренды и перспективы развития мирового рынка хлебобулочных изделий

Считаем, что главным трендом развития отрасли после пандемии является расширение ассортимента хлеба и хлебобулочных изделий с полезными добавками, чистым составом, так как в последнее время потребитель ориентирован на здоровый образ жизни.

Особое значение приобретает активное присутствие на цифровых платформах, вопросы продвижения собственного бренда, для чего используются возможности социальных сетей.

Интересным также является опыт обращения компании к событийному маркетингу, например, в Facebook была организована рекламная кампания под названием

«Хэллоуин с Cinnabon». В ряде крупнейших пекарен США активно практикуется концепция поставки смесей для самостоятельного изготовления кондитерских изделий, подобный тренд проявляется и на европейских рынках [3].

Отрасль по производству хлеба в России, так и за рубежом по праву называется одной из самых стабильных, в последние годы потребление медленно снижается, в связи с чем уменьшается производство, а изменение цены происходит в пределах инфляции. Внутреннее производство практически полностью обеспечивает спрос населения, а рынок пополняется новыми игроками.

Литература:

1. Анализ рынка хлеба и хлебобулочных изделий в России в 2015-2019 гг., оценка влияния коронавируса и прогноз на 2020-2024 гг. // BusinesStat: готовые обзоры рынка. URL: <https://businesstat.ru> (дата обращения 10.04.2021).
2. Багданова, О. В., Л. В. Алексеев, А. А. Петрова Современное состояние и тенденции развития российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий // Вестник Тверского государственного университета. 2020. № 2. с. 167-174.
3. Махольд, К. А. Тенденции развития коммуникативной политики на рынке хлебобулочных изделий: международный опыт // Молодой ученый. 2021. № 6. с. 392-394.
4. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru>. (дата обращения 10.04.2021).

Сущность социального иммунитета территории

Власова Альфия Юсуповна, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье рассмотрено понятие социального иммунитета и истоки его происхождения. Рассмотрены социальные «болезни» по мнению Т. Гоббса. Представлены основные условия устойчивого социально-экономического развития территории. В заключении сделан вывод о том, что социальный иммунитет представляет собой один из факторов устойчивого социально-экономического развития территории. Для оценки уровня социального иммунитета можно использовать оценочные критерии, представленные в исследовании. Тема актуальна в современных условиях и требует более детального изучения, для создания действующих механизмов по повышению социального иммунитета территории.

Ключевые слова: социальный иммунитет, устойчивое развитие, развитие территорий, социально-экономическое развитие.

The essence of social immunity of the territory

The article considers the concept of social immunity and the origins of its origin. Social «diseases» according to T. Hobbes are considered. The main conditions of sustainable socio-economic development of the territory are presented. In conclusion, it is concluded that social immunity is one of the factors of sustainable socio-economic development of the territory. To assess the level of social immunity, you can use the evaluation criteria presented in the study. The topic is relevant in modern conditions and requires a more detailed study to create effective mechanisms to increase the social immunity of the territory.

Keywords: social immunity, sustainable development, territorial development, socio-economic development.

Социальный иммунитет, как и другие научные категории, имеет свое начало в философском знании. Свое же понятие «социальный иммунитет» получил совсем недавно. Зановьев А. А. отмечает социальный иммунитет в совокупности с социальным организмом (обществом) [3].

Термин «иммунитет» возник от латинского слова «immunitas» — освобождение, избавление от чего-либо. В социальную науку данное понятие пришло из медицинской и биологической наук, что означает способность организмов приспосабливаться к окружающему

миру, защищаться от разнообразных внешних факторов.

В своем труде «Левиафан» Т. Гоббс [2] ведет рассуждение о социальных патологиях и приводит перечень социальных «болезней» (рисунок 1).

В современных условиях одним из важных направлений является обеспечение устойчивого развития территорий. При этом необходим свежий взгляд на решение проблем. Так, одним из направлений является формиро-

вание социального иммунитета — защитного механизма территории, способного противостоять внешним и внутренним факторам, с целью обеспечения целостности и жизнеспособности общества.

По мнению таких авторов как А. Аганбегяна, Т. Заславской и З. Калугиной, устойчивое социально-экономическое развитие территории возможно лишь при выполнении трех основных условий [1; 4], представленных на рисунке 2.

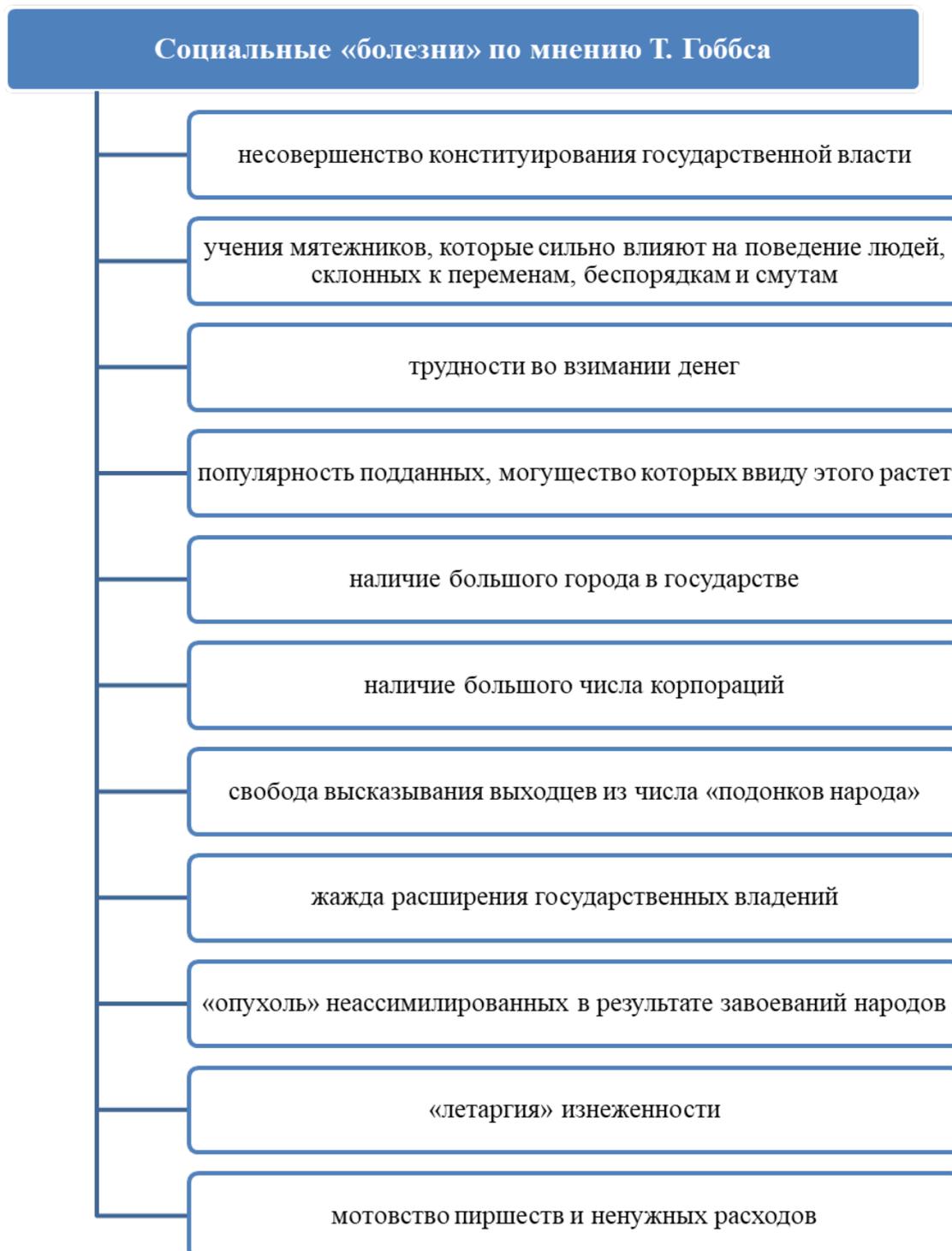


Рис. 1. Социальные «болезни» по мнению Т. Гоббса

Данные условия определяют оценочные критерии социального иммунитета, которые отражают влияние состояния общества на процессы, протекающие в хозяйственных механизмах территории. На рисунке 3 представлены эти критерии.



Рис. 2. Основные условия устойчивого социально-экономического развития территории



Рис. 3. Оценочные критерии социального иммунитета

Таким образом, социальный иммунитет представляет собой один из факторов устойчивого социально-экономического развития территории. Для оценки уровня социального иммунитета можно использовать оценочные кри-

терии, представленные в исследовании. Тема актуальна в современных условиях и требует более детального изучения, для создания действующих механизмов по повышению социального иммунитета территории.

Литература:

1. Аганбегян, А. Г. Социально-экономическое развитие России/А. Г. Аганбегян; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ. — 2-е изд., испр. и доп.. — М.: ДЕЛО, 2004. — 270 с.
2. Гоббс, Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского/перевод А. Гутерман. — М.: Издательство «Азбука», 2020. — 416 с.
3. Зиновьев, А. А. Коммунизм как реальность. Кризис коммунизма/А. А. Зиновьев. — М.: Центрполиграф, 1994. — 54 с.
4. Социальная траектория реформируемой России: Исследования Новосибирской экономико-социологической школы/Ред. кол.; отв. ред. Т. И. Заславская, З. И. Калугина. — Новосибирск: Наука. Сиб. предприятие РАН, 1999. — 736 с.

Экономическая оценка использования основного технологического оборудования в производственном процессе объектов промышленности строительных материалов

Давыдов Анатолий Вячеславович, доктор экономических наук, профессор;
Старкина Маргарита Евгеньевна, студент магистратуры
Сибирский государственный университет путей сообщения (г. Новосибирск)

В статье авторы описывают основные причины необходимости проведения экономической оценки состояния технологических систем объектов промышленности

Ключевые слова: технологическая система, экономическая оценка, оборудование

В настоящее время сложились объективные предпосылки для применения в системе управления производством инструментов, позволяющих проводить объективное детальное исследование, а также получать достоверную информацию о состоянии и стоимости технологической системы. Стоит отметить, что на данном этапе нет единого утвержденного методического подхода, позволяющего оценивать реальные изменения состояния технологической системы, которые включают количественную характеристику и качественную идентификацию состояния оборудования на объектах промышленности строительных материалов на конкретный момент времени.

Важно понимать, что оценка состояния объекта только на конкретный момент времени не имеет практического применения без прогноза поведения объекта, как в случае внедрения организационно-технических мероприятий после получения результатов диагностики, так и в случае, если не будут предприняты меры ликвидации выявленных диспропорций, и использования резервов повышения эффективности деятельности.

Под технологической системой понимают минимальное количество амортизируемого имущества, находящегося в собственности предприятия, которое позволяет произвести продукцию, имеющую рыночную стоимость. В результате реализации этой продукции предприятие получит доход в виде чистой прибыли и амортизационных отчислений. [2, с. 21]

Экономическая оценка как процесс включает:

- оценку оборудования на данный момент времени (получение количественного результата);
- установление текущего состояния объекта (т.е. форма, этап, уровень состояния объекта на дату завершения исследования; сравнение с другими объектами и с нормативными показателями; установление наличия отклонений от нормы; определение степени отклонения и др.);
- разработка мероприятий и рекомендаций по устранению причин отклонения от нормы и улучшению (стабилизации) состояния технологической системы;
- мониторинг за поведением состояния объекта и выработка корректирующих решений. [1, с. 8]

Если на производстве оборудование устарело и принимается решение о его замене, могут применяться некоторые виды оценки оборудования:

1) оценка оборудования затратным подходом (совокупность методов оценки стоимости станков, основой являются затраты на ремонт или замену оборудования с учетом износа);

2) оценка оборудования сравнительным подходом (производится путем сравнения с аналогом изношенного оборудования, при этом важным фактором является полная или частичная конструкторско-технологическая схожесть машин);

3) оценка оборудования доходным методом (путем расчета операционного дохода от работы производства, определения остатка — части дохода, который может быть отнесен к машинному парку технологической системы);

4) экспертная оценка износа оборудования на текущий момент времени (оценка физического состояния оборудования, как правило в качестве экспертов выступают работники службы главного механика или ремонтного цеха).

При установлении текущего состояния объекта важную роль играет выявление причин, по которым возникли отклонения в работе предприятия для дальнейшей корректировки и стабилизации работы. Организационно-технические мероприятия, направленные на улучшение или корректировку выявленного отклонения в работе предприятия, должны быть разработаны с учетом причин, вызвавших эти отклонения. [3, с. 54]

Необходимость проведения экономической оценки на объектах промышленности обусловлено тем, что администрация предприятия, получив результаты такой работы, имело бы представление о том, каким временным интервалом оно располагает до появления первых симптомов дальнейшего ухудшения состояния технологической системы и основных технических переделов.

Экономическая оценка также важна при планировании организационно-технических мероприятий, однако стадии их подготовки могут длиться опреде-

ленное время, что может обернуться финансовыми потерями или даже убытками, учитывая уже неудовлетворительное состояние оборудования по результатам предыдущих этапов диагностики. В данном случае, первопричиной убытков является то, что даже если организационно-технические мероприятия запланированы для получения объективного результата диагностики технологических систем, их реализация может оказаться уже нецелесообразной, поскольку наступит очередной этап ухудшения состояния основного технологического оборудования и понадобится разработка уже новых мероприятий.

Именно поэтому проблема качественной идентификации состояния технологической системы, а в последствии и интенсивности ухудшения ее состояния, то есть оценки скорости изменения состояния объекта исследования в динамике, становятся актуальнее, учитывая достижения научно-технического прогресса сегодня.

При применении на практике оценки машин и оборудования не являются единичными случаи оценки основного технологического оборудования объектов промышленности, действительный возраст которого в несколько раз превышает отведенные ему сроки службы, при этом эти технологические системы и закладываемое оборудование продолжают работать и приносить доход, то есть имеют определенную рыночную стоимость.

За последние 10 лет вновь активизировались строительство и модернизация объектов промышленности строительных материалов и перевооружение технологических линий, замедлившиеся из-за мирового финансово-экономического кризиса 2008 года. Из-за этого возросла необходимость предварительного анализа информации до вывода объекта на запланированную производительность.

Сохраняющееся преобладание средств производства с высоким функциональным и технологическим износом диктует необходимость ускорить переход к современным методам предварительной оценки оборудования, что повысит конкурентоспособность промышленных предприятий.

Литература:

1. Панкратов, О. Е. Оценка состояния парка строительной техники и проблемы ее инновационно-технического потенциала/О. Е. Панкратов, Е. П. Панкратов // Экономика строительства. — 2017. — № 5. — с. 3-17.
2. Саприцкий, Э. Б. Методология оценки стоимости промышленного оборудования/Э. Б. Саприцкий. — М.: Институт промышленного развития (Информэлектро), 1996. — 64 с.
3. Серов, В. М. О критериях и показателях эффективности инвестиционно-строительных проектов/В. М. Серов. // Экономика строительства. — 2017. — № 4 (46). — с. 54-64.

Социальная политика по содействию занятости населения

Данилов Максим Николаевич, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье представлено исследование социальной политики, направленной на защиту безработных граждан России. Был рассмотрен опыт зарубежных стран в финансировании деятельности служб занятости. Более детально изучены направления финансового обеспечения социальной защиты населения в России. Проанализирована доля пособия по безработице в прожиточном минимуме за последние 5 лет. В конце исследования был сделан вывод о том, что за последние годы возросла доступность и качество услуг по содействию занятости российского населения.

Ключевые слова: занятость населения, социальная политика, содействие безработным, финансирование социальной защиты безработных.

Social policy to promote employment

The article presents a study of social policy aimed at protecting unemployed citizens of Russia. The experience of foreign countries in financing the activities of employment services was reviewed. The directions of financial support of social protection of the population in Russia are studied in more detail. The article analyzes the share of unemployment benefits in the subsistence minimum for the last 5 years. At the end of the study, it was concluded that in recent years, the availability and quality of services to promote employment of the Russian population has increased.

Keywords: employment population, social policy, assistance to the unemployed, financing of social protection of the unemployed.

Глобальной проблемой социально-экономического развития является безработица, динамика которой отражает эффективность проводимой социальной политики, а также экономическое развитие государства.

На обеспечение рабочими местами, обеспечение минимального размера оплаты труда, социальную защиту насе-

ления, а также на повышение уровня жизни населения направлена социальная политика государства.

От финансирования зависит качество и эффективность деятельности служб занятости населения. На рисунке 1 представлен размер финансирования деятельности служб занятости в процентах от ВВП.

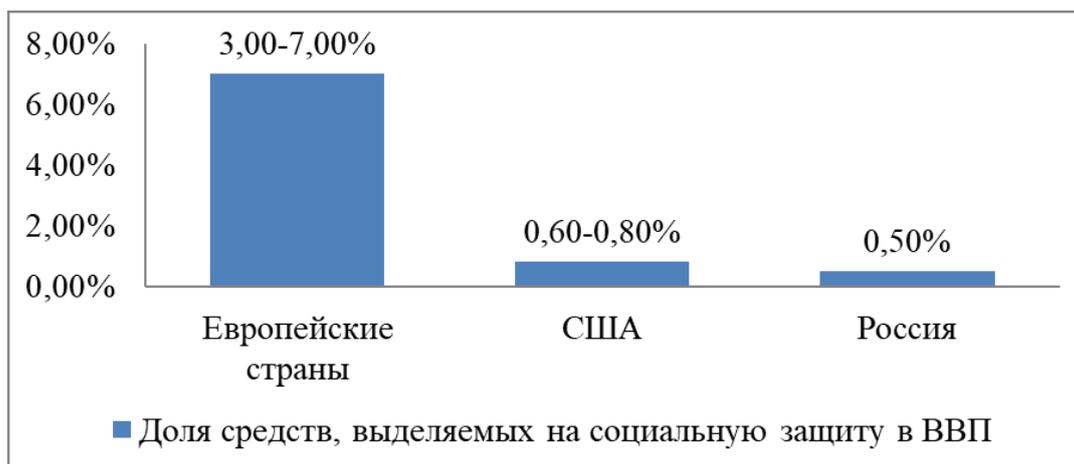


Рис. 1. Размер финансирования деятельности служб занятости в процентах от ВВП

Направления финансового обеспечения социальной защиты населения представлено на рисунке 2.

Активная защита населения основана на Постановлении Правительства РФ от 15.04.2014 N 298 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения». Цель программы — создание правовых, экономических и ин-

ституциональных условий, способствующих эффективному развитию рынка труда. Общий объем бюджетных ассигнований на реализацию Программы за счет средств федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов составляет 927382719,5 тыс. рублей. Объемы бюджетных ассигнований Программы представлены на рисунке 3 [1].



Рис. 2. Направления финансового обеспечения социальной защиты населения



Рис. 3. Объемы бюджетных ассигнований Программы «Содействие занятости населения», тыс. рублей

Пассивная защита населения России основана на выплате пособий по безработице. На законодательном уровне ежегодно устанавливается минимальное и максимальное значение пособия по безработице. Размер пособия по безработице зависит от продолжительности и вида трудовой или иной деятельности гражданина, предшествующей началу безработицы, величины среднего заработка, исчисленного за последние три месяца по последнему месту работы, а также местности, в которой проживает гражданин.

На 2021 год минимальная величина пособия по безработице установлена в размере 1500 рублей, а максимальная — 12130 рублей. В 2021 году максимальную величину пособия по безработице тем, кто имеет на него

право, будут платить в размере 12130 рублей в первые три месяца периода безработицы, 5000 рублей в следующие три месяца периода безработицы.

В Челябинской области с учетом районного коэффициента минимальный размер пособия составляет — 1725 рублей, максимальный — 13949,50 рублей [2].

В таблице 1 приведена доля пособия по безработице в прожиточном минимуме.

Проведя анализ можно отметить, что в последние годы размер максимального пособия по безработице вырос с 45,8% от прожиточного минимума до 95,5% от прожиточного минимума, то есть в 2 раза. Однако такой максимальный размер пособия выплачивается только в первые

Таблица 1. Доля пособия по безработице в прожиточном минимуме

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Мак размер пособия по безработице, рублей	4900	4900	8000	12 130	12 130
Прожиточный минимум для трудоспособного населения, рублей	10 701	10 842	11 653	11 731	12 702
Соотношение пособия по безработице и прожиточного минимума, %	45,8	45,2	68,7	103,4	95,5

три месяца после регистрации в центре занятости населения, на последующие три месяца размер уменьшается до 5000 рублей.

Политика государства по финансированию занятости населения направлено на решение таких задач, как снижение социальной напряженности благодаря поддержке

населения, утратившего доход, а также совершенствование использования трудового потенциала.

И так, проанализировав систему социальной защиты безработного населения можно сделать вывод, что за последние годы возросла доступность и качество услуг по содействию занятости российского населения.

Литература:

1. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 298 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения»/Электронный ресурс: <http://www.consultant.ru/>.
2. Сайт «Госуслуги. Документы. Отзывы»/Электронный ресурс: <https://gogov.ru/>.

Экспресс-анализ финансового состояния ООО «Урал»

Евдокимова София Юрьевна, студент

Научный руководитель: Старкова Ольга Яковлевна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В данной статье проведен анализ финансового состояния агропредприятия Пермского края ООО «Урал». На основании анализа выявлены недостатки и предложены рекомендации по оптимизации финансового состояния.

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовая устойчивость, ликвидность, платежеспособность.

Финансовое состояние — это важная характеристика экономической деятельности предприятия. Финансовое состояние предприятия характеризуется двумя группами показателей: показателями финансовой устойчивости и показателями ликвидности [1, с. 53].

Оценку финансового состояния ООО «Урал» проведем на основе анализа финансовых показателей деятельности организации, источником информации для расчета которых является её финансовая отчетность.

Общество с ограниченной ответственностью «Урал» (далее ООО «Урал») расположено в Пермском крае, в Кудымкарском районе, с. Егва. Предприятие свою деятельность начало в 2015 году в качестве СПК «Урал». В декабре 2019 году в результате реорганизации СПК «Урал» было образовано ООО «Урал».

Основной вид деятельности ООО «Урал» по ОКВЭД 01.50 — смешанное сельское хозяйство [2]. Важнейшим показателем, характеризующим финансовое состояние, является платежеспособность.

Для оценки платежеспособности ООО «Урал» проведем анализ ликвидности баланса (таблица 1).

Результаты данных таблицы 1 свидетельствуют о том, что за три года исследования баланс ООО «Урал» характеризуется нормальной (допустимой) ликвидностью. В 2017-2019 гг. у предприятия ощущалась нехватка высоколиквидных активов.

Проведем анализ коэффициентов ликвидности предприятия (табл. 2).

За анализируемый период (табл. 2). коэффициент абсолютной ликвидности в пределах нормы 0,1, что свидетельствует о наличии достаточного количества денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, необходимых для погашения краткосрочных обязательств.

Значения коэффициента срочной ликвидности соответствует нормам, предприятие может погасить краткосрочные обязательства даже при условии неполного погашения дебиторской задолженности.

Таблица 1. Оценка ликвидности баланса ООО «Урал», тыс. руб.

АКТИВ		2017	2018	2019
Внеоборотные активы	A4	63159	57648	52079
Запасы и НДС по приобретенным ценностям	A3	61433	57784	52971
Дебиторская задолженность	A2	212367	247762	284775
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	A1	33341	36910	41134
БАЛАНС		366144	395969	430959
ПАССИВ				
Капитал и резервы	П4	103161	110406	117608
Долгосрочные пассивы	П3	4451	4959	4983
Краткосрочные кредиты и займы	П2	77090	77851	79971
Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные обязательства	П1	181442	202753	228397
БАЛАНС		366144	395969	430959
Платежные дефициты (-) и излишки (+)				
Расчет		2017	2018	2019
Капитал собственный — Внеоборотные активы	A4-П4	-40002	-52758	-65529
Запасы — Долгосрочные пассивы	A3-П3	56982	52825	47988
Дебиторская задолженность — Краткосрочные кредиты и займы	A2-П2	135277	169911	204804
Денежные средства — Кредиторская задолженность	A1-П1	-148101	-165843	-187263

Таблица 2. Динамика ликвидности ООО «Урал», %

Коэффициенты	Норма	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютное изменение (+, -)	
					2019 г. к 2017 г.	2019 г. к 2018 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,1-0,2	0,1	0,1	0,1	0	0
Коэффициент срочной ликвидности	0,7-1,0	0,9	1,0	1,1	0,2	0,1
Коэффициент текущей ликвидности	≥2	1,2	4,1	1,2	0	-2,9

В 2018 году коэффициент текущей ликвидности имел максимальное значение 4,1; в 2017 и 2019 гг. коэффициент ниже нормы — 1,2. Это свидетельствует о неэффективном использовании и вложении средств в оборотные активы. Следовательно, в 2017 и 2019 гг. предприятие не могло покрыть краткосрочные обязательства оборотными активами.

Платежеспособность организации позволяет своевременно рассчитываться по своим обязательствам перед бюджетом и погашать задолженность поставщикам [3, с. 31-34]. Финансовое состояние ООО «Урал» характеризуется нормальной платежеспособностью, однако, коэффициент текущей активности ниже нормы, рекомендуем сократить кредиторскую задолженность и оборотные активы.

Для выявления наличия собственных средств и соотношения их с заёмными проведем анализ финансовой устойчивости (табл. 3).

Ежегодно в ООО «Урал» (табл. 3) видим улучшение финансовой устойчивости финансового положения с предкризисной до абсолютной.

2019 год показал лучшие результаты — абсолютную устойчивость финансового состояния, при котором были излишки собственных оборотных средств, собственных и долгосрочных заёмных источников и общей величины основных источников формирования запасов и затрат.

В 2019 году излишек собственных оборотных средств составил 12525 тыс. руб., что больше, чем в 2017 году на 35682 тыс. руб. и на 17481 тыс. руб., чем в 2018 году.

Излишек собственных и долгосрочных заёмных источников формирования оборотных средств составил 17508 тыс. руб., что на 36214 тыс. руб. больше, чем в 2017 году и на 17505 тыс. руб., сравнивая 2019 год с годом ранее.

Общая величина основных источников формирования запасов также в избытке, который составил 325876 тыс. руб., что на 86051 тыс. руб. больше, чем в 2017 году и на 54731 тыс. руб. меньше, сравнивая с годом ранее.

Таким образом, исследуемое предприятие финансово устойчивое, вероятность банкротства ООО «Урал» исключена. Однако, коэффициент текущей активности ниже нормы, поэтому можно рекомендовать сократить кредиторскую задолженность и оборотные активы.

Таблица 3. Анализ показателей финансовой устойчивости, тыс. руб.

Показатели, их условные обозначения	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменения, +/ –	
				2019 г. к 2017 г.	2019 г. к 2018 г.
Собственный капитал (СК)	103161	110406	117608	14447	7202
Внеоборотные активы (ВОА)	63159	57681	52112	–11047	–5569
Собственные оборотные средства (СОС)	40002	52725	65496	25494	12771
Долгосрочные кредиты и займы (ДКЗ)	4451	4959	4983	532	24
Собственный и долгосрочные заемные источники формирования оборотных средств (СДИ)	44453	57684	70479	26026	12795
Краткосрочные кредиты и займы (ККЗ)	258531	380604	308368	49837	–72236
Общая величина основных источников формирования запасов (ОИЗ)	302984	438288	378847	75863	–59441
Общая сумма запасов (З)	63159	57681	52971	–10188	–4710
Излишек (+), недостаток (-) ΔСОС	–23157	–4956	12525	35682	17481
Излишек (+), недостаток (-) ΔСДИ	–18706	3	17508	36214	17505
Излишек (+), недостаток (-) ΔОИЗ	239825	380607	325876	86051	–54731

Литература:

1. Калугина, Н.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие/Н.А. Калугина. — Брянск: Гриф УМО СПО, 2020. — 289 с.
2. Официальный сайт ООО «Урал». — URL: <https://www.rusprofile.ru>.
3. Старкова, О.Я. Проблема задолженности сельскохозяйственных организаций//Экономика сельского хозяйства. — 2020.-№ 10.-с. 31-34.

Особенности управления социально-экономическим развитием муниципального образования

Ерофеева Анна Викторовна, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье рассмотрены особенности социально-экономического развития муниципальных образований, а также особенности управления социально-экономическим развитием муниципальных образований. Актуальность темы определяется тем, что в современных условиях все больше возрастает необходимость в эффективных механизмах развития территорий. В результате исследования сделан вывод о том, что невозможно применять шаблонные методы управления развитием муниципальных образований. Для развития всей страны, необходимо создание индивидуальных эффективных механизмов социально-экономического развития муниципальных образований, учитывая особенности каждой территориальной единицы.

Ключевые слова: муниципальное образование, социально-экономическое развитие, эффективность управления.

Features of the management of socio-economic development of the municipality

The article considers the features of the socio-economic development of municipalities, as well as the features of the management of the socio-economic development of municipalities. The relevance of the topic is determined by the fact that in modern conditions, the need for effective mechanisms for the development of territories is increasingly increasing. As a result of the study, it is concluded that it is impossible to apply template methods of managing the development of municipalities. For the development of the whole country,

it is necessary to create individual effective mechanisms for the socio-economic development of municipalities, taking into account the peculiarities of each territorial unit.

Keywords: *municipal formation, socio-economic development, management efficiency.*

При разработке стратегии развития муниципального образования необходимо учитывать и территориальные особенности, и концентрацию населения, и инфраструктуру и многое другое. Стратегии разрабатываются индивидуально для каждого муниципального образования. В связи с этим, можно выделить следующие особенности социально-экономического развития муниципального образования:

1. Общие особенности:
 - наличие собственных финансовых ресурсов;
 - бюджетное выравнивание;
 - во всех муниципальных образованиях нестабильная социально-экономическая ситуация.
 2. Специфические особенности, для крупных муниципальных образований:
 - наличие большого количества предприятий, а также квалифицированных кадров;
 - активная структурная перестройка экономики;
 - развитая инфраструктура;
 - темп снижения численности низкий;
 - легкая адаптация населения к новым условиям.
 3. Специфические особенности, для малых муниципальных образований:
 - чаще всего одно или несколько предприятий с одним направлением деятельности на муниципальное образование;
 - материальная база социальной сферы, а также инженерные сети чаще находятся в собственности градообразующего предприятия;
 - кризисное состояние отраслей, которые составляют градообразующую основу малых городов.
- Универсальные типовые технологии развития не могут применяться к муниципальным образованиям, так как каждое из них уникально [3]. Управление развитием в каждом муниципальном образовании отличается ввиду особенностей конкретной территории (климат, ресурсы и прочее), однако можно отметить, что есть и общие черты. К такой черте можно отнести цикличность, факторами которой являются:
- сменность управляющих органов;
 - бюджетный процесс;
 - инвестиции;
 - территориальные и традиционные особенности и другое [6, с. 108-111].

Литература:

1. Бабун, Р.В. Организация муниципального управления/Р.В. Бабун. — СПб: Питер, 2012. — 335 с.
2. Евстратова, Т.А. Разработка механизмов по вовлечению молодежи в управление социально-экономическим развитием г. Пушкино Московской области // Т.А. Евстратова, А.А. Карагодин/Сборник трудов кафедры государственного, муниципального управления и социальной инженерии (Москва). — 2016. — с. 47-55.

Цикличность развития муниципального образования должна быть связана со стратегическим планированием, разработанным в соответствии с временным отрезком, то есть сроком полномочий управляющих органов, бюджета и так далее.

Так же особенностью являются элементы системы управления, то есть субъекты, объекты, цели, задачи, технология и процедуры управления. К примеру, население — это и субъект, и объект управления, поэтому являются частью системы управления развитием [5, с. 59-64].

Следующая особенность — цель управления развитием, являющаяся обеспечением устойчивого социально-экономического развития муниципального образования [2, с. 47-55]. Отталкиваясь от цели, определяются задачи, такие как демографический подъем, повышение уровня жизни населения, привлечение инвестиций и так далее.

В соответствии с поставленной целью и определенными задачами в системе управления развитием муниципального образования формируется планирование и прогнозирование, которые предусматривают разработку программ и проектов.

Как отмечают ряд авторов, таких как Бабун Р.В., Кобилев А.Г., Кирнев А.Д. Рудой В.В. [1; 4] и другие, существуют следующие проблемы в организации управления социально-экономическими процессами в муниципальных образованиях:

- нерациональное использование финансовых и материальных ресурсов, обусловленное наличием перекрестных функций органов управления;
- недостаток отлаженного эффективного механизма стратегического планирования и прогнозирования социально-экономического развития муниципального образования;
- проблемы в организации обеспечения программно-целевого регулирования проблемных моментов развития территории.

Таким образом, невозможно применять шаблонные методы управления развитием муниципальных образований. Для развития всей страны, необходимо создание индивидуальных эффективных механизмов социально-экономического развития муниципальных образований, учитывая особенности каждой территориальной единицы.

3. Кабанова, Е. Е. Управление развитием туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. соц. наук 22.00.08. — Москва, 2016. — 26 с.
4. Кобилев, А. Г. Муниципальное управление и социальное планирование в муниципальном хозяйстве / А. Г. Кобилев, А. Д. Кирнев, Рудой В. В. — Р/н-Д.: Феникс, 2013. — 608 с.
5. Фролова, Е. В. Взаимодействие населения и местной власти: проблемы и новые возможности // Социологические исследования (Москва). — 2016. — № 4 (384). — с. 59-64.
6. Шалашникова, В. Ю. Теоретические основы местного самоуправления в развитии социальной инфраструктуры / В. Ю. Шалашникова, И. Ю. Шиманская // Духовная ситуация времени. Россия XXI век (Курск). — 2015. — № 2 (5). — с. 108-111.

Современные особенности мотивации персонала в организациях аграрной сферы

Зуева Анастасия Андреевна, студент

Научный руководитель: Яркова Татьяна Михайловна, доктор экономических наук, профессор
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье анализируются особенности мотивации работников аграрной сферы и проблемы мотивации труда сельскохозяйственных работников. Рассмотрены главные рычаги мотивации труда, её методы. Приведены решения проблемы рациональной занятости и мотивации труда работников аграрного сектора.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, специфика мотивации труда, виды мотивации

В соответствии с многовековым опытом, можно смело утверждать, что успешная деятельность предприятий во многом зависят от заинтересованности персонала в достижении цели организации, его активного вовлечения в процесс производства. Управление мотивацией труда работников агропромышленного комплекса — сложнейшая проблема современного общества, предусматривает специфику сельскохозяйственного труда, образ жизни сельского населения.

На сегодняшний день мотивация персонала является одной из наиболее исследованных аспектов, поэтому су-

ществует большое количество мнений по поводу данного смыслового понятия.

В книге одного учёный, доктора экономических наук, профессора Уткина Э. А. «Основы мотивационного менеджмента» дано следующее определение: «Мотивация — состояние личности, определяющее уровень активности и направленности в определенной ситуации» [2, с. 9].

Итак, можно констатировать, что определения сходны в одном, мотивация — это движущая сила, определяющая поведение человека.

Структуру мотивации представим на рисунке 1.

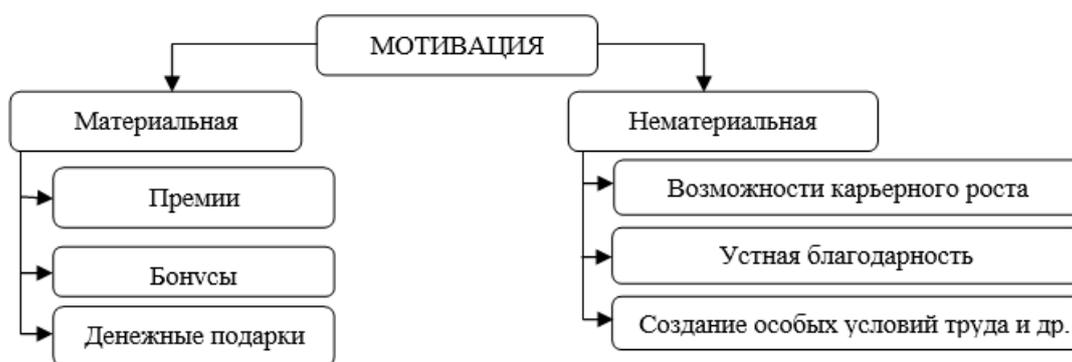


Рис. 1. Структура мотивации [1]

Так, для материальной мотивации характерны дополнительные денежные вознаграждения. Нематериальная мотивация является инструментом стимулирования социальных потребностей работников.

Далее проанализируем особенности и проблемы мотивации труда персонала в организациях аграрной сферы.

Производство сельского хозяйства имеет свою специфику, подчеркивающего неоднородность и сложность.

Современные особенности мотивации персонала в организации аграрной сферы:

1) сезонность работ, предполагающая временной разрыв между производственным процессом и получением результатов, это усложняет процесс стимулирования;

2) результаты аграрного производства имеют прямую зависимость от погодно-климатических и природно-экономических условий конкретного региона, что приводит к снижению роли мотивации работодателя в связи с повышенными рисками недополучения планируемого дохода;

3) в состав товарной продукции входит малая часть от всей получаемой продукции, так как она участвует в качестве сырья для других товаропроизводителей, что определяет меньший объем доходов предприятий аграрной сферы для работников, чем в промышленности;

4) сложные условия труда, приводящие к дефициту, текучести кадров;

5) для смешанного характера трудовых операций в АПК применяются сложные современные методики мотивации, как к пример угрейдирование;

6) в сельскохозяйственном производстве активно используется труд женщин, пенсионеров и подростков, что позволяет делать акцент на нематериальные вознаграждения, это облегчает процесс мотивации на фоне ограниченности денежных средств [3, с. 76].

На основании вышеизложенных особенностей предприятий аграрной сферы мотивация работников отличается от мотивации в иной, несельскохозяйственной деятельности. Здесь работодатель не имеет ряда мотивационных рычагов, а влияние других несколько ограничено. В то же время можно выделить и преимущество мотивации в данной сфере — широкие возможности использования нематериальной мотивации (при условии грамотного и целесообразного её применения).

Большой проблемой в сельской местности считается рост безработицы и низкая заработная плата, поэтому сельские жители используют личные подсобные хозяй-

ства в качестве единственной сферы труда, реже для дополнительного источника дохода.

Результатом данных проблем становятся отток трудовых ресурсов из сельской местности. Поэтому возникает острая необходимость совершенствования организации стимулирования труда сельских работников для повышения мотивации их труда [1].

В хозяйствах имеются большие возможности в организации материального стимулирования, повышения эффективности производства и производительности труда, так как вся полученная экономия фонда оплаты труда остается в распоряжении трудового коллектива. Значительная часть этой экономии направлена на поощрение работников производственных подразделений, где получена эта экономия.

Подводя итог, можно отметить, что мотивация труда — процесс сложный и важный. Мотивировать сотрудников — значит затронуть их значимые интересы, актуализировать потребность в чем-либо.

Производство сельского хозяйства имеет свою экономико-производственную специфику, что делает его неоднородным и сложным.

Мотивация в АПК — чрезвычайно сложный процесс, нацеленный на: привлечение новых работников высокой квалификации, удержание и сохранение на предприятиях АПК высококвалифицированных специалистов, минимизация текучести кадров, стабилизация трудового коллектива, развитие у работников стремления к повышению профессиональных знаний и навыков. Решить проблему мотивации персонала в АПК рекомендуется на принципах комплексности, системности и последовательности предпринимаемых шагов.

Если сделать аграрную политику важнейшей составной частью политики страны, то можно решить проблему рациональной занятости сельского хозяйства, конечно же с помощью осуществления правовых, социальных, экономических, политических преобразований и с учетом мотивации труда в сельском хозяйстве.

Литература:

1. Боброва, Н. Н. Особенности и проблемы мотивации труда работников в агропромышленном комплексе // Портал педагога. — 2017. — <https://portalpedagoga.ru>.
2. Уткин, Э. А. Основы мотивационного менеджмента. — М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2000. — 352 с.
3. Файзова, А. Р., Мухаметгалиев Ф. Н. Особенности мотивации труда работников сельскохозяйственных предприятий // Молодой ученый. — 2017. — № 14. — с. 75-79.

Методический инструментарий оценки эффективности мотивации персонала в организации

Зуева Анастасия Андреевна, студент

Научный руководитель: Яркова Татьяна Михайловна, доктор экономических наук, профессор
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье обоснована необходимость оценки и анализа системы мотивации персонала организации. Раскрыто понятие мотивации, представлены основные подходы к оценке её эффективности. Также, проведены примеры методического инструментария оценки эффективности мотивации персонала. Рассмотрено соотношение целевых факторов и методов оценки мотивации.

Актуальность. Амбиции предпринимателя, перспективные планы, верно принятые решения, отличная организация станут неэффективными без мотивации персонала, их заинтересованности в реализации целей организации.

Методический инструментарий оценки мотивации предназначен для определения мотивационного профиля работников, его прогнозирования, стимулирования трудового поведения рабочих, с целью увеличения производственной эффективности, за счёт которой организацией достигается максимально возможная прибыль и производительность.

В теории и практике управления персоналом нет стандартной методологии оценки эффективности системы мотивации. Оценочная процедура в компаниях чаще всего не проводится совсем. Это одна из распространенных управленческих ошибок. В менеджменте действует правило: нельзя управлять тем, что не измеряется.

Методический инструментарий оценки мотивации позволяет своевременно внедрять и корректировать методы стимулирования, обоснованно планировать бюджет компании на управление человеческими ресурсами.

Материалы и методика. Теоретико-методологической базой исследования послужили труды Бочарова В. В., Никифоровой Л. Х., Чинаховой С. Е., Манаевой И. И. и других и специалистов.

Методика исследования: индукция, дедукция, анализ, синтез, графический метод.

Результаты исследований. Постулат управления по Карнеги Д. — «самый лучший способ заставить чело-

века что-то сделать — это сделать так, чтобы он сам захотел это сделать».

Общепринятого определения понятия мотивации нет, поэтому рассмотрим мнения отечественных и зарубежных исследователей.

Уткин Э. А. считает, что «мотивация — состояние личности, определяющее уровень активности и направленности в определенной ситуации».

По мнению Зайцева Г. Г., «мотивация — побуждение к интенсивной деятельности, связанное со стремлением удовлетворить конкретные потребности [2].

Мескон М. и Хедоури Ф. считают, что «мотивация — процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения собственных целей или целей организации» [1].

Итак, можно сказать, что определения схожи в одном — это движущая сила, определяющая поведение человека. Мотивировать сотрудников — значит затронуть их значимые интересы, актуализировать потребность в чем-либо.

Чтобы эффективно управлять мотивацией персонала, нужно оценивать различные мотивационные рычаги, иначе стимулы. Оценка эффективности мотивации персонала — ключевая задача кадровой политики, позволяющая выявить степень заинтересованности персонала в достижении конкретных результатов.

Виды оценки эффективности системы мотивации персонала в зависимости от стадии вовлечения в рабочий процесс делятся на виды, представленные на рисунке 1.



Рис. 1. Виды оценки мотивации

Первичная оценка позволяет выявить интерес сотрудника, его готовность к эффективной деятельности. Такая оценка определяет перспективных кандидатов.

Вторичная оценка проводится чтобы выявить интерес сотрудника в достижении цели и результатов организации, в карьерном росте, развитии. Такая оценка харак-

теризует эффективность или неэффективность действующей системы мотивации, что позволяет оптимизировать управление кадрами [3].

Методы оценки эффективности системы мотивации персонала опираются на критерии, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Базовые критерии управления персоналом

Критерий	Пояснение
Объективность	Основа вознаграждения сотрудника — объективная оценка результатов его труда.
Предсказуемость	Работник должен знать размер своего вознаграждения.
Адекватность	Адекватность вознаграждения относительно личного вклада, всего коллектива, его квалификации и опыту.
Значимость	Вознаграждение должно иметь вес для сотрудника.
Своевременность	Вознаграждение должно быть следствием результата.

В случае, если базовые критерии управления не соблюдаются, мотивация падает и эффективность работы персонала снижается.

Наиболее популярные методы оценки мотивации, которые позволяют проводить анализ мотивов личности, представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Базовые методы оценки мотивации персонала

Чтобы определить степень удовлетворенности сотрудников применяется самый доступный из методов — опрос. Он позволяет собрать массовый материал, узнать мнение коллектива и отдельных лиц. Недостаток — субъективизм.

По результатам психологических тестов узнаем, например, ориентир на достижение цели, наличие желания работать в коллективе. Недостаток теста-способность человека повлиять на результаты тестирования.

Проективные методики основаны на диагностике скрытой мотивации сотрудника, в том числе скрытой и для самого работника. Минусами являются требования высококвалифицированной интерпретации собранных данных [3].

Технический анализ опирается на показатели эффективности: производительность труда, текучесть кадров и прочие показатели.

Производительность труда рассчитывается по формуле:

$$ПТ = Q / C_{cp}$$

ПТ — производительность труда в расчете на одного сотрудника;

Q — объем товаров, работ, стоимостные или натуральные единицы.

Рост показателя производительности является косвенным подтверждением эффективности применяемой системы мотивации персонала.

Показатель текучести кадров может быть рассчитан по формуле:

$$T_k = C_v / C_{cp} \times 100\%$$

T_k — показатель текучести кадров, %;

C_v — количество выбывших сотрудников, чел.;

C_{cp} — среднесписочная численность сотрудников, чел.

Чем выше коэффициент текучести кадров, тем более нестабильна обстановка внутри компании, высокие затраты на поиск, обучение новичков [1].

Для более полной оценки можно использовать анкетирование, кейсы, тематические тесты, написание эссе, ведение рабочих дневников, структурированное наблюдение, видеонаблюдение и прочие.

Каждому фактору организация принадлежит конкретные методы оценки эффективности системы мотивации персонала, представленные в таблице 2.

Как видно из таблицы 2, опрос является базой для первичной информации. Остальные методы используются для получения более подробной информации о мотивационном профиле каждого работника.

Таблица 2. Соотношение целевых факторов и методов оценки

Факторы оценки	Методы оценки мотивации персонала
Условия труда	Опросы, психологические тесты.
Психологический комфорт	Опросы, психологические тесты, проективные методики.
Материальная удовлетворенность	Опросы, технический анализ.
Творческий уровень	Опросы, психологические тесты, проективные методики.
Охрана труда, безопасность	Опросы, психологические тесты.
Текучесть кадров	Технический анализ.
Производительность труда	Технический анализ.

Выводы. Для получения практических результатов оценки эффективности мотивации персонала важен правильный выбор методов с учетом целевых факторов. Так, для определения удовлетворенности работников в условиях труда, охране труда и безопасности рекомендуется использовать опросы и психологические тесты. Психологический комфорт работников можно оценить с помощью проектных методик, опросов и психологических тестов, материальную удовлетворенность посредством опросов и технического анализа, текучесть кадров и производи-

тельность труда с помощью технического анализа. Предлагаемый методический инструментальный поможет выявить и уменьшить число сотрудников, трудящихся недостаточно эффективно, повысит эффективность деятельности всей организации. Также, с помощью оценки мотивации персонала можно определить адекватные материальные вознаграждения за высокую трудовую эффективность, стимулировать и укрепить основной кадровый состав организации, стабильно трудящийся с достаточным уровнем эффективности.

Литература:

1. Бочаров, В. В. Комплексный финансовый анализ/В. В. Бочаров. — СПб: Питер, 2017. — 432 с.
2. Никифорова, Л. Х. Подходы к оценке эффективности систем мотивации персонала // Экономика и менеджмент инновационных технологий.—2018. — № 6. — с. 36-42.
3. Чинахова, С. Е., Манаева И. И. Показатели оценки и диагностики финансовой устойчивости // Молодой ученый. — 2017. — № 14. — с. 475-479.

The concept of sustainable development in the finance sector

Igumnov Daniil Nikolaevich, master student
Financial university under the Government of the Russian Federation (Moscow)

In this scientific article conceptual basis of the sustainable financing is reviewed.

Key words: sustainable development, finance sector, responsible investments.

The definition of sustainable development appeared as «Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs» [1]. This definition brings an idea of an intergenerational equilibrium as a key for sustainable development. The essence of sustainable development is that the development of the present generation should not conflict with the interests of future generations.

The concept of sustainable development served as the ideological basis for the adoption in 2015 of the Agenda for Sustainable Development. In the agenda, the UN summit developed 17 sustainable development goals. The leaders of 193 countries agreed with a document with these goals. The term for goals is the period 2015-2030. They replaced the Millennium Develop-

ment Goals (MDGs), which were set for the previous 15 years. 17 Sustainable Development Goals are comprised of more than 170 targets on various fronts ranging from ending poverty and hunger to achieving gender equality and taking urgent action on climate change [4].

The Sustainable Development Goals are criticized for being unrealistic and vague. Indeed, by now it's impossible to evaluate the financial resources needed or assess the progress. Sustainable development is more a direction of movement than an achievable aim.

The financial system plays a key role in driving economic growth towards sustainability values based on the promotion of greater environmental responsibility, climate resilience, low-carbon technology, human rights, gender equality, social inclu-

sion and sustainable economic growth, among others. The financial system is the result of a long-term evolution linked to global economic growth and based on macroeconomic choices as well as certain legal, technological and government rules. Sustainable finance includes investments in environmental protection, sustainable use of agricultural resources and biotechnology-based producers. The financial sector can facilitate the transition by agreeing to lend to, invest in and ensure businesses that manage their natural risks and impacts. Sustainable business financing has strong financial as well as wider social benefits, so sustainable finance continues to gain momentum.

The need to create corporate sustainability transparency is obvious. Examples are the oil spill in the Gulf of Mexico in 2010, Volkswagen's underestimation of CO2 emissions from cars in 2015. They result in huge financial losses for companies and investors.

Sustainable finance empowers environmental, social and governance (ESG) factors in decision-making about investments in climate change mitigation, inequality elimination, greenhouse gas emission reduction, and energy efficiency and social inclusion. Given their nature, these ESG benchmarks reflect sustainable development objectives, contributing to long-term competitiveness and sustainable growth, promoting low-impact industries based on resource conservation, reuse, recycling and renewable energy, and respecting the needs of future generations. Whereas investors and lenders used to focus mainly on the financial performance and reputation of companies, the focus has shifted to environmental, corporate culture, employee relations and transparent company management — ESG factors. Social and Corporate Governance refers to a company's three main sustainability and social performance factors. This index informs investors about a company's strategy, the working conditions of its employees and how the company takes care of the environment.

Rating agencies are already confirming that in some cases ESG risks have an impact on a company's creditworthiness assessment. For example, studies by key international rating agencies Moody's, Fitch and S&P show that more and more banks are recognising the importance of ESG risks and integrating them into their credit analysis process. The financial and industrial sectors' turn to ESG principles has been facilitated by the strengthening of the environmental agenda and the adoption of the Paris Agreement in 2015, which will require companies to regulate their carbon footprint starting in 2020.

According to PwC, 985 institutional investors from 37 countries eliminated \$ 6.24 trillion worth of high-risk ESG as-

sets from their portfolios in 2018. The agency notes that responsible investment capital increased by a third every two years from 2014 to 2018, and by 2019 about half of all assets managed in Europe were classified as responsible investment assets. Demand for ESG ratings remains only among large exporting companies that are based in the West and receive green and syndicated ESG loans from foreign banks. In Russia, the prevalence of such ratings is low due to the lack of regulatory requirements [3].

As part of the trend towards responsible development, in 2006 the United Nations initiated the Principles for Responsible Investment (PRI) to formalise the accounting for non-financial indicators. PRIs present a set of principles to minimise the risks of long-term investments by incorporating ESG factors into investment strategies. Major institutional investors, with financial support from the United Nations Environment Programme (UNEP), have developed six core principles for responsible investing and created the PRI Association for Responsible Investment.

Principle 1: We will incorporate ESG issues into investment analysis and decision-making processes.

Principle 2: We will be active owners and incorporate ESG issues into our ownership policies and practices.

Principle 3: We will seek appropriate disclosure on ESG issues by the entities in which we invest.

Principle 4: We will promote acceptance and implementation of the Principles within the investment industry.

Principle 5: We will work together to enhance our effectiveness in implementing the Principles.

Principle 6: We will each report on our activities and progress towards implementing the Principles [2].

Major financial players such as Blackrock, Goldman Sachs and JPMorgan have joined PRI and use the principles to manage their assets. Finance companies both in Russia and globally are following the general trend. Otherwise, they do not meet the criteria for doing business and soon run the risk of losing a large proportion of agents. This will affect the liquidity of their securities and they will find it difficult to raise capital on the market, which will likely result in higher funding costs. In today's world, a company's image and reputation are as important as its products or services. Key stakeholders care about whether an organisation shares their values and whether the business is responsible, honest and open. Reputation represents the perception of a company by its stakeholders and is one of its most important assets, and an effective reputation is essential for creating competitive advantage and sustainable development.

References:

1. Brundtland, G. H., Khalid, M., Agnelli, S., Al-Athel, S., & Chidzero, B. J. N. Y. (1987). *Our common future*. New York, 8.
2. Gasperini A. Principles for Responsible Investment (PRI) and ESG Factors //Climate Action. — 2020. — c. 737-749.
3. PWC, 2019. PricewaterhouseCoopers Survey: ESG factors in investing. Pricewaterhouse — Coopers International Limited, MIRBIS, 2019. pp. 28.
4. Sachs J. D. From millennium development goals to sustainable development goals //The lancet. — 2012. — T. 379. — №. 9832. — c. 2206-2211.

Использование доверительного управления для урегулирования конфликта интересов

Ильина Луиза Асхатовна, кандидат экономических наук, доцент;

Писарева Екатерина Александровна, студент;

Миняйло Ирина Андреевна, студент;

Снегирев Максим Сергеевич, студент

Уфимский государственный авиационный технический университет

В статье авторы рассматривают способы предотвращения и урегулирования конфликта интересов благодаря использованию доверительного управления.

Ключевые слова: конфликт интересов, доверительное управление.

Конфликт интересов — это конфликт между правовыми обязанностями и частными интересами должностного лица, при котором последние способны неправомерным образом повлиять на выполнение им официальных обязанностей.

Конфликт интересов является разновидностью поведенческого конфликта, возникающего в процессе управленческой деятельности. Если конфликт интересов не предотвращен, совершается правонарушение, объективная сторона которого состоит в нарушении установленного запрета, ограничения или обязанности [2].

На практике в каждой организации может возникнуть множество различных ситуаций конфликта интересов. Большое значение здесь имеет специфика деятельности той или иной организации, выполняемые ею функции. Тем не менее, можно выделить типовые, часто встречающиеся сферы возникновения конфликта интересов:

- принятие кадровых решений;
- осуществление закупок;
- управление имуществом;
- контрольно-оценочная деятельность;
- контрольно-надзорная деятельность;
- использование информации ограниченного доступа.

Порядок предотвращения и урегулирования конфликта интересов отражен в статье 11 федерального закона номер 273-ФЗ «О противодействии коррупции». Действующий базовый российский антикоррупционный закон, выделяет следующие способы урегулирования конфликта интересов:

- 1) изменение должностного положения лица, вплоть до его отстранения от исполнения должностных обязанностей;
- 2) отказ от выгоды, явившейся причиной возникновения конфликта интересов;
- 3) отвод или самоотвод лица в случаях и порядке, предусмотренных законодательством РФ;
- 4) передача принадлежащих лицу ценных бумаг (долей участия, паев в уставных (складочных) капиталах организаций) в доверительное управление в соответствии с гражданским законодательством.

Первоначально для предотвращения и урегулирования конфликта интересов применялись «традиционные»

формы доверительного управления. Однако постепенно все шире стала распространяться точка зрения, что такой подход является неэффективным.

Объясняется это в первую очередь тем, что «традиционные» формы доверительного управления изначально изобретены для решения принципиально иных задач. Собственник передает свое имущество в доверительное управление тогда, когда полагает, что другое лицо будет управлять им лучше, чем он сам. Вместе с тем при передаче активов в доверительное управление собственник обычно сохраняет за собой право получать информацию о процессе и результатах доверительного управления и состоянии соответствующих активов, а также право давать доверительному управляющему инструкции по действиям с активами.

С точки зрения регулирования конфликта интересов такое доверительное управление не отличается от самостоятельного управления должностным лицом своими активами. Это означает, что возможность недолжного использования официальных полномочий для реализации личного интереса сохраняется.

Таким образом, если для урегулирования конфликта интересов и возможно использовать доверительное управление, то речь должна идти о специальных его формах, ориентированных именно на предупреждение коррупции. Важнейшим их элементом являются ограничения, препятствующие получению должностным лицом информации о составе активов, находящихся в доверительном управлении, а также не позволяющие должностному лицу продолжать принимать значимые решения относительно проблемных активов.

Траст — это эффективный инструмент налогового планирования, защиты активов и их передачи по наследству.

В процессе создания и дальнейшего функционирования траста обычно принимают участие три *основные* стороны (рис. 1): учредитель, доверительный собственник и бенефициар.

При слепом трасте служащий, хотя и остается собственником активов и, возможно, продолжает получать от них доход, в теории утрачивает информацию о том, какими именно активами он владеет, и, соответственно, не может определить, на какие компании ему выгодно

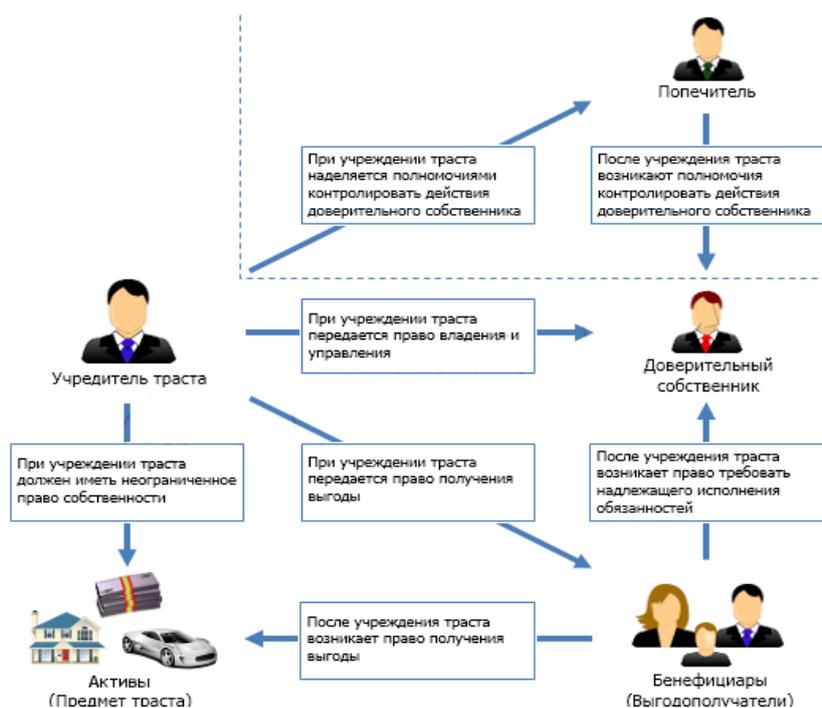


Рис. 1. Схема взаимодействия сторон траста

тем или иным образом воздействовать в рамках реализации официальных полномочий.

Такая форма доверительного управления, как слепое управление, используется прежде всего в отношении ценных бумаг, не обращающихся на рынке, и других активов, продажа которых по тем или иным причинам может быть затруднена.

Слепое управление оставляет служащему больше возможностей для реализации личного интереса, хотя бы потому, что, запретив продавать активы, служащий продолжает располагать информацией о том, на какие организации ему необходимо воздействовать для извлечения выгоды.

Активы, первоначально помещаемые в диверсифицированный траст, должны быть распределены согласно определенным требованиям, а также обладать высокой ликвидностью [1].

Исходя из вышеизложенного, следует составить следующие выводы и предложения по урегулированию конфликта интересов:

Во-первых, нецелесообразно использовать для целей противодействия коррупции «традиционные» формы доверительного управления, так как они изначально ориентированы на достижение иных целей, не предполагают ограничений на получение доверителем информации о состоянии своих активов и на взаимодействие доверителя с доверительным управляющим.

Во-вторых, внедрение специального доверительного управления представляет собой весьма нетривиальную задачу и требует тщательного продумывания множества нюансов. Отказ от детального регулирования и упрощение формулировок соответствующих правовых норм зачастую приводят к тому, что слепые трасты и аналогичные механизмы так и не становятся препятствием для реализации служащим личных интересов.

В-третьих, даже при наличии добросовестно проработанного режима специального доверительного управления сама по себе передача активов в слепой траст обычно не приводит к урегулированию конфликта интересов. Критически важно, чтобы на активы, изначально переданные в доверительное управление, распространялись общие нормы о регулировании конфликта интересов и чтобы служащему было запрещено совершать в рамках реализации своих полномочий действия, которые могут повлиять на стоимость этих активов.

В-четвертых, применение доверительного управления для регулирования конфликта интересов подразумевает активное участие уполномоченных государственных органов. Для успешного внедрения слепых трастов и аналогичных механизмов потребуются предоставить таким органам необходимые ресурсы, как финансовые, так и кадровые, и гарантировать независимость уполномоченных государственных органов от лиц, чьи активы передаются в доверительное управление.

Литература:

1. Маскалева Ольга, Конов Алексей Доверительное управление как инструмент предотвращения и урегулирования конфликта интересов // Антикоррупционный портал НИУ ВШЭ. 2021 № 2. URL: https://anticor.hse.ru/assets/working_material_files/3_ru.pdf (дата обращения: 30.04.2021).

2. Хабриева, Т.Я., Капустин А.Я., Габов А.В., Черногор Н.Н. Конфликт интересов: природа, предупреждение, социальное регулирование // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2018. № 3 (70). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konflikt-interesov-priroda-preduprezhdenie-sotsialnoe-regulirovanie> (дата обращения: 30.04.2021).

Специфика коммуникационной деятельности на рынке керамической плитки и керамогранита

Казакова Надежда Игоревна, студент
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В данном разделе мы сначала проследим, в каком состоянии находится рынок, затем построим теоретические выводы о специфике коммуникационной деятельности на этом рынке и затем рассмотрим наиболее популярные коммуникационные инструменты, применяемые на этом рынке.

В ходе исследования, проведенного NeoAnalytics [34], выяснилось, что в настоящее время российский рынок керамической плитки и керамогранита находится в стагнации. Основное влияние на рынок оказывает развитие строительной отрасли.

В 2019 г объем рынка керамической плитки и керамогранита составил 200,1 млн. кв. метров в натуральном выражении и 70,2 млрд. руб. в стоимостном выражении. Основной объем рынка составляет отечественная продукция, доля которой в 2019 г. составила 77,2%. Последние

два года соотношение на рынке доли производства/импорта сохраняется примерно одинаковое.

В 2019 году производство продукции составило 182,8 млн. кв. метров и снизилось на 1,8%. Импорт продукции составил 45,6 млн. кв. метров и снизился на 3,1%. Экспорт продукции составил 28,4 млн. кв. метров и вырос на 17,5%. В 2019 г. российский рынок рос в основном за счет экспорта.

Средняя цена производителей составила 239,5 руб. за кв. метр и снизилась за год на 4,4%.

Динамика изображена на рисунке 1:

Рынок керамической плитки и керамогранита является консолидированным, более 53% рынка принадлежит 6 крупным участникам, среди которых ООО «Керама Марацци», ГК «Юнитайл», ООО «Церсанит Трейд», ГК «Эстима», ООО «Квадро Декор», ООО «ЗКС». К более

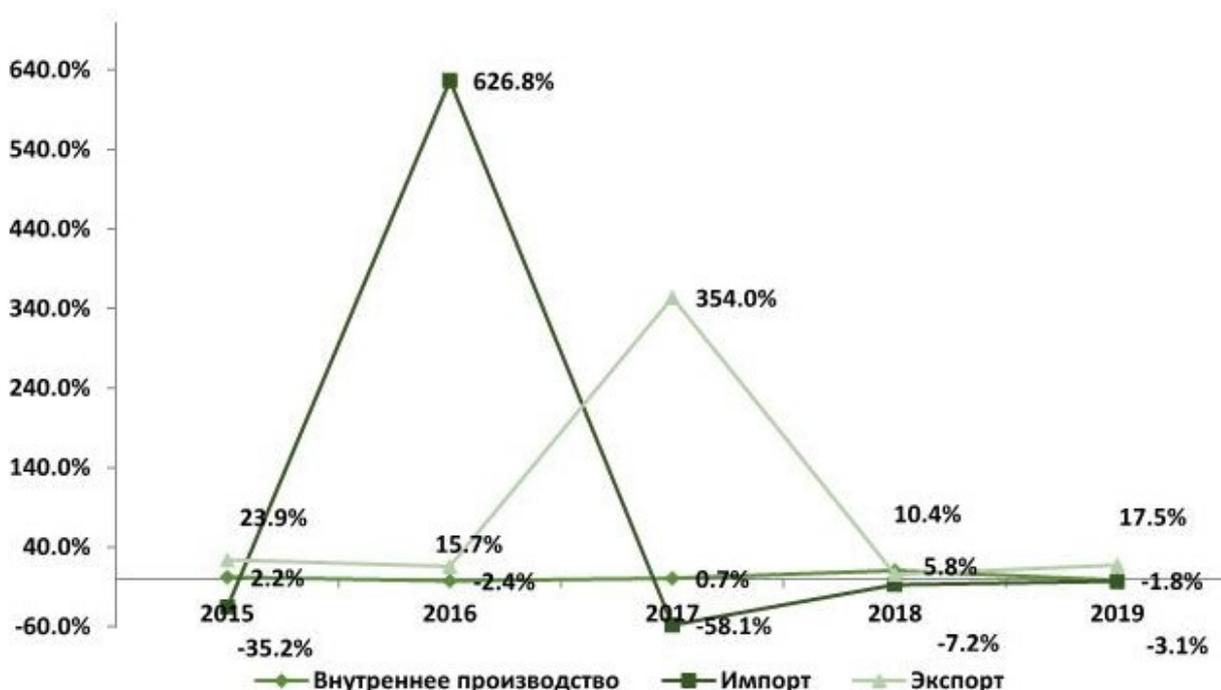


Рис. 1. Динамика объема рынка керамической плитки и керамогранита в РФ по сегментам (производство/импорт/экспорт) в натуральном выражении, 2015-2019 гг. % [там же]

мелким, но также известным относятся компании известные под брендами «Сатурн», «ТКС», «Керам Маркет», «Отделкино CITY» и другие.

Разберемся с исходными очевидными позициями и теоретическим путём получим из них первичные умозаключения, а затем, обратимся к эмпирическим методам.

1. Конкуренция на рынке керамики и керамогранита — это, во многом, конкуренция дизайнера, что автоматически обозначает важность визуальных коммуникаций.

2. Потребитель обеспечен широким выбором и хочет сделать красиво из имеющихся предложений и изначальных условий (уже имеющийся дизайн и расстановка помещения), а «красиво» подразумевает точный размер, оригинальный дизайн, наличие декора и некую оригинальность, — что, в свою очередь, подразумевает, наличие активных консультационных коммуникаций между компаниями, предлагающими свою керамическую продукцию или продукцию поставщиков и целевой аудиторией.

3. Высокий уровень конкуренции приводит к снижению цены — то есть, на этом рынке, конкуренция, во многом, ещё и ценовая — что подчёркивает важность таких коммуникаций, как стимулирование сбыта и реклама.

4. Всеобщее наличие интернета обуславливает важность интернет-коммуникаций и постепенное замещение ими альтернативных коммуникаций, как и практически на любых других рынках.

5. Широкий ассортимент и большое количество заводов в рамках той или иной сбытовой на рынке керамики компании приводит к необходимости больших сайтов-каталогов, где информация должна быть грамотно систематизирована и легко находима, т.е. говоря о рынке керамики и керамогранита, сложно переоценить важность качественного сайта.

6. Многие компании, реализующие керамическую и керамогранитную продукцию, не имеют собственных производств, однако, научились выполнять некую посредническую функцию между потребителем, заводом и дизайнерскими бюро, предлагая, таким образом, эксклюзивные решения на стыке этих участников внешних коммуникаций, таким образом, здесь крайне важно качество коммуникаций с партнёрами, включая трансляцию ценностей вовне.

7. Компании, производящие подобную продукцию, но не занимающиеся её непосредственной реализацией конечному потребителю, реализуют товар через сеть дилеров, и здесь так же важны партнёрские коммуникации, выстроенные доверительные отношения на основе взаимного понимания и выгоды, готовность откликаться на запросы и перестраиваться.

По факту, проведя анализ коммуникаций имеющихся компаний [35, 36, 37, 38, 39, 40], мы можем определить основные применяемые на данном рынке коммуникационные инструменты: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, участие в выставках, сайт, социальные сети.

1. Реклама осуществляется преимущественно через интернет: это таргетированная реклама, контекстная реклама, реклама на сайтах а также традиционная реклама на телевидении (не очень рентабельна и применяется в основном, в рамках регионального ТВ, где больше шансов окупить появление в эфире), радио и в печатных изданиях.

2. Стимулирование сбыта. В качестве инструментов стимулирования сбыта используется снижение цены для постоянных клиентов, акции, скидки, программы лояльностей, подготовка эксклюзивных предложений. Целевая аудитория узнаёт об этом через сайт, соцсети и в местах продаж (магазины и шоурум).

3. Личные продажи осуществляются менеджерами по телефону, через сайты и непосредственно в шоурум. Применение инструментов прямого маркетинга заключается в использовании телефонных звонков, отправлении коммерческих предложений и писем потенциальным клиентам, информировании, работе с возражениями, убеждении заказчиков. К менеджерам по продажам в таких компаниях предъявляются высочайшие требования в силу уровня конкуренции: внутри фирм существуют жесткие регламенты, определяющие подход менеджеров к клиентам. Контроль таких продаж осуществляется посредством информационных систем, зачастую CRM, которые внедрены во всех таких компаниях.

4. Участие в выставках. Компании ведут деятельность по всей России, а также частично и за рубежом и применяют в целях улучшения имиджа и повышения узнаваемости бренда выставочно-ярмарочную деятельность. Так, представители большинства участников рынка регулярно посещают проводимую в Москве международную строительную выставку Mosbuild, что позволяет находить новых клиентов и поставщиков. Также, периодически проходят профессиональные отраслевые выставки в других городах России.

5. Сайт. Сайты компаний, предлагающих рынку керамическую продукцию, зачастую представляют собой интернет-магазины, достаточно сложные и насыщенные по структуре и содержанию. Клиенты могут ознакомиться с услугами и новостями, узнать информацию о компании, интересующий их полезный контент. На сайте почти всегда есть интерактивная поддержка пользователей (всплывающее окно с предложением помощи), а на некоторых сайт видна фирменная визуальная работа дизайнера.

Сайты многих компаний содержат профильную информацию о компании: «О нас», «История», «Сертификаты». Компании транслируют свои подходы и ценности, делятся стратегическими планами, раскрывают бизнес-модели, рассказывают об элементах корпоративной этики, принятой в организациях.

Зачастую представлено достаточно много информативного материала для покупателей. Почти везде встречается информация об оплате, доставке, на некоторых сайтах выделяются разделы «Распродажа» и «Акции», где в основном, представлены выгодные предложения по отдельным по-

ставщикам. У некоторых участников рынка можно встретить необычные разделы, такие, например, как «Строительный калькулятор» [40]. У некоторых компаний, например, у «ТехноТайлЦентр» есть в наличии два сайта — для B2B-коммуникаций и для B2C, что, на наш взгляд, теоретически, является хорошим решением, учитывая различия между аудиторией и критериями их выбора.

Сайт является важнейшим коммуникационным звеном в этой отрасли.

6. Социальные сети. Каждая из компаний представлена хотя бы в 2-3 социальных сетях (при этом, далеко не всегда ведёт регулярно проявляет там активность. Все компании представлены в Instagram — что вполне закономерно, учитывая важность визуальной коммуникации в этой отрасли.

Следующие популярные соцсети — это Facebook и VK. Количество подписчиков в некоторых из них измеряется десятками тысяч. В соцсетях компании представляют продукцию, интересную информацию, новости, визуальный контент, сообщают о специальных предложениях, акциях, товарных новинках.

В некоторых случаях, например, «Керам Маркет», компания представлена и в таких соцсетях, как Youtube и Pinterest, специализирующихся на видео и визуальном контенте, что, на наш взгляд, правильно, учитывая, что целевая аудитория этих брендов хочет сделать «красиво».

При этом, практически, никем из этих компаний, в полной мере, не применяется коммуникация посредством публичных отношений, что, возможно связано, с редкой периодичностью покупки либо отсутствием должного понимания о важности этого инструмента коммуникации.

Таким образом, подводя итоги первой главы, сделаем некоторые выводы.

Литература:

1. Словарь «Академик». Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/976713>
2. Лунева, О. В. Общение // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 4. — с. 157-159
3. Словарь. Под ред. М. Ю. Кондратьева; Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах. Под ред. А. В. Петровского
4. Гончаренко, Л. В. Коммуникативная деятельность и ее социальная значимость // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 2.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=12540> (дата обращения: 07.03.2021).
5. Коммуникационная деятельность: понятие, виды, типы. URL: <https://www.turboreferat.ru/psychology/kommunikacionnaya-deyatelnost-ponyatiya-vidy-tipy/223330-1105416-page1.html>
6. Киберпедия. URL: <https://cyberpedia.su/14x1ef5.html>
7. Лекции. org. URL: <https://lektcii.org/17-59188.html>
8. Хорева, Е. С. Сущность и значение коммуникационной деятельности коммерческой компании. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-znachenie-kommunikatsionnoy-deyatelnosti-kommercheskoy-kompanii/viewer>
9. Якубенко, К. С. Елисеева О. В. Влияние темперамента на коммуникационную деятельность. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_28782151_51453835.pdf
10. Пластинина, В. Г. Коммуникационный процесс в управленческой деятельности. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_26529472_71586282.pdf
11. Бурганова, Л. А. Теория управления: учебное пособие. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 160 с.

1. Большинство учёных отождествляют «коммуникацию», «коммуникационную деятельность» и «коммуникационные процессы». «Коммуникационная деятельность — это и процесс, и обмен между двумя или несколькими участниками, когда выделяются как минимум отправитель, получатель и сигнал, а также зачастую присутствует конкретная цель, ради чего коммуникация осуществляется.

2. Под коммуникационной деятельностью в рамках бизнеса понимаем совокупность определенных действий, направленных на создание и размещение маркетинговых активностей с целью поддержания позитивного имиджа, высокой репутации и привлечения клиентов для сбыта продукции, что тесно связано с деловой и торговой политикой фирмы.

3. В общем виде, коммуникационная деятельность нужна компании для того, чтобы продолжать своё существование, развиваться, становиться узнаваемее, без помех коммуницировать с целевой аудиторией, донести свои послания, и, таким образом, увеличивать прибыль.

4. Рынок керамической плитки и керамогранита перестал расти и находится в устойчивой стагнации.

5. Основные особенности коммуникационной деятельности на рынке керамических изделий — это важность визуальной составляющей, консультаций со специалистом, отношений с партнёрами и интернета, как среды для проведения эффективных коммуникаций с аудиторией.

6. Основные инструменты коммуникационной деятельности на рынке керамической плитки и керамогранита — это сайт, социальные сети, участие в выставках, личные продажи, стимулирование сбыта и реклама, при этом, PR практически не применяется.

12. Ромашко, Т.В. Концептуализация коммуникационной деятельности отечественного вуза. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_21740658_35942513.pdf
13. Grunig, J. E., Hunt T. Managing public relations. — New York: Holt, 1984, 56 pp
14. Toth, E. L., Serini S. A., Wright D. I., Emig A. G. (1998) Trends in Public Relations Roles: 1990-1995 Public Relations Review, 24 (2). P. 145-163
15. CIPR. The economic significance of public relations // Report commissioned by CIPR from the center for economics and business research Ltd. London: GDR, 2005
16. Фромм, Э. Бегство от свободы: Пер. с англ./Общ. ред. и послесл. П. С. Гуревича. М., 1989. с. 14-16.
17. Берн, Э. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы/пер. с англ. А. А. Грузбергга; терминологическая правка В. Данченка — К.: PSYLIB, 2004.
18. Сартр Жан-Поль Пьесы: пер. с фр./Жан-Поль Сартр. — М.: Гудьял-Пресс, 1999. — 560 с. (Серия «Театр»)
19. Shannon, C. E. A Mathematical Theory of Communication // Bell System Technical Journal. — 1948. — Т. 27. — с. 379-423, 623-656.
20. Якобсон, Р. О. Избранные работы: Пер. с англ., нем., фр. яз./Роман Якобсон; Предисл. В. В. Иванова, с. 5-29; Сост. и общ. ред. В. А. Звегинцева. — М.: Прогресс, 1985. — 455 с.
21. Лотман, Ю. М. Структура художественного текста [Текст]/Ю. М. Лотман. — Москва: Искусство, 1970. — 384 с.
22. Эко, У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста/Пер. с англ. и итал. С. Д. Серебряного Автор: Умберто Эко Издательство: СПб.: Симпозиум Год: 2005. 502 С.
23. Кузьмина, Е. А. Современные подходы к пониманию коммуникации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-ponimaniyu-kommunikatsii/viewer>
24. Duncan, T. IMC, Using Advertising and Promotion to Build Brands. — New-York: The McGraw-Hill Companies, 2002, 6-21 p.
25. Экспертное интервью Ромашко Т.В. с Салли Чалмерс, руководителем магистерской программы студентов по направлению связи с общественностью (Sally Chalmers, Programme Leader of MSc in Public Relations) 28 мая 2013 г
26. Hung, C. J. Toward the theory of relationship management in public relations: How to cultivate quality relationships. // The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation. Ed. E. L. Toth. — Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2007, 443-476 p.
27. Борисова, С. Г. Исследование лояльности персонала как ключевого маркетингового актива вуза // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2012. № 3.
28. Буари, Ф. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. — М., 2001
29. Щедровицкий, Г. П. Мышление. Понимание. Рефлексия. — М., 2005. — 800 с.
30. Назаров, М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002.
31. Мориати, С., Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. СПб.: Питер, 2001. 864 с.
32. Котлер, Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 12е изд. СПб.: Питер, 2008
33. Лебедева, Л. В. Психология рекламы. Учебное пособие для вузов. М.: ФЛИНТА, 2013. 126 с.
34. Анализ российского рынка керамической плитки и керамогранита: итоги 2019 г., прогноз до 2022 г. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/11923/>
35. Сайт компании «Керам Маркет» [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://www.keram-market.ru/>
36. Сайт компании «Отделкино CITY» [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://otdelkino.ru/>
37. Сайт «Технотайл» для B2C-клиентов URL: <http://www.technotile-shop.ru/about.html>
38. Сайт «Керама Марацци» для B2C-клиентов URL: <https://kerama-marazzi.com/ru/>
39. Сайт «Сатурн» URL: <https://msk.saturn.net/>

«Зеленые» облигации как инновационный инструмент мирового финансового рынка

Кицанов Роман Сергеевич, студент магистратуры
Национальный исследовательский Томский государственный университет

Ключевые слова: экология, «зеленые» облигации, «зеленое» финансирование, принципы ESG, инвестиции.

Если на начальном этапе своего появления «зеленые» облигации были мало популярны, то сейчас интерес инвесторов к «зеленым» облигациям растет быстрыми темпами, поскольку они понимают, что изменение климата является новой переменной доходности инвестиций, которая заслуживает значительного внимания. Все большее число инвесторов начали включать оценки рисков изменения климата в свои инвестиционные стратегии.

За последние пять лет рынок увеличился в 20 раз [1]. Рынок «зеленых» облигаций сейчас растет очень стремительно, и «зеленое» финансирование становится особенно

актуально, учитывая необходимость восстановления экономики после пандемии COVID-19. Правительственные учреждения в Европе и США все больше отдают предпочтение «зеленым» инвестициям и активно ищут новые активы для добавления их в свои портфели «зеленых» облигаций.

На рисунке 1 показано, что мировой объем эмиссии «зеленых» облигаций в 2020 году составил \$269,5 млрд, что на 5,7% выше показателя 2019 года. Climate Bonds Initiative прогнозирует рост совокупного объема мировой эмиссии «зеленых» облигаций в 2021 году в диапазоне от 400 до 450 млрд долларов [2].

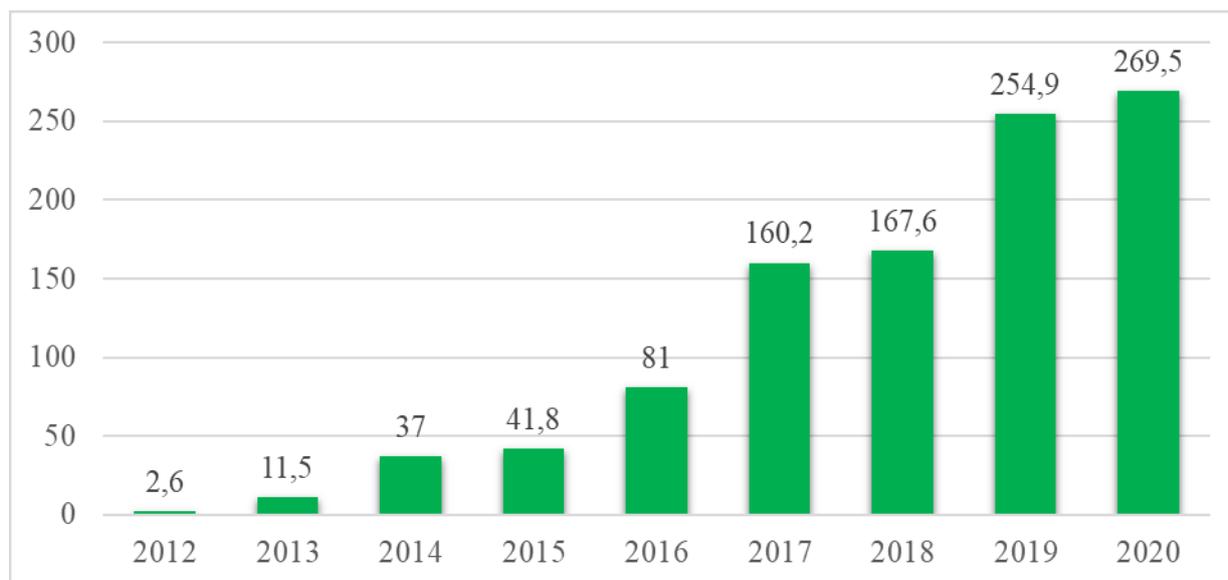


Рис. 1. Мировой объем эмиссии «зеленых» облигаций, в млрд долларов

Из рисунка 2 можно констатировать, что США занимает первое место в национальном рейтинге по объему эмиссии «зеленых» облигаций — 51,1 млрд долларов, второе место принадлежит Китаю (31,3 млрд долларов). Третье место среди стран по выпуску «зеленых» облигаций и первое в Европе занимает Франция (30,1 млрд долларов).

На все остальные страны приходится чуть менее 60% от общего объема выпуска «зеленых» облигаций.

Эмитентами «зеленых» финансовых инструментов могут быть как крупные корпорации, так и государственный сектор. Основным условием для эмитента является поддержка экологических проектов, направ-

ленных на рациональное использование природных ресурсов и охрану окружающей среды и подготовка отчетов об использовании финансовых средств, привлеченных за счет продажи «зеленых» финансовых инструментов.

Среди выпусков «зеленых» облигаций в 2019 году, 32% — в сфере чистой энергетики, 30% — низкоуглеродное строительство, 20% — низкоуглеродный транспорт, 9% — водные ресурсы, 3% — переработка отходов, 2% — использование земли, исходя из рисунка 3.

Самые высокие результаты показали чистая энергетика, строительство и транспорт, составив 80 млрд долларов из общих 88 млрд долларов.

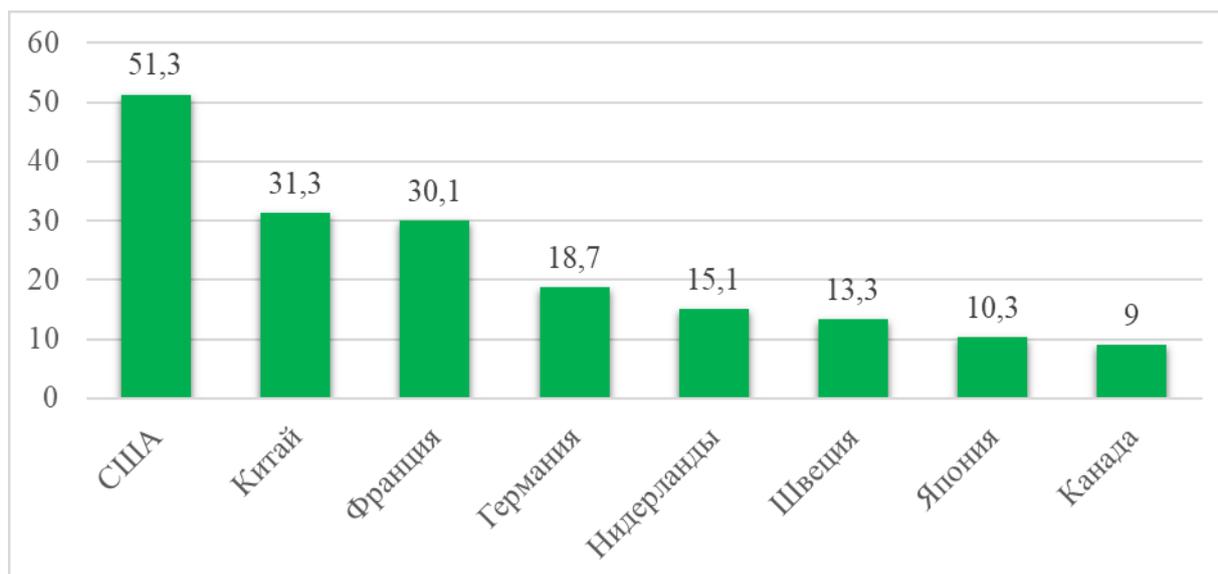


Рис. 2. Крупнейшие страны по выпуску «зеленых» облигаций, в млрд долларов

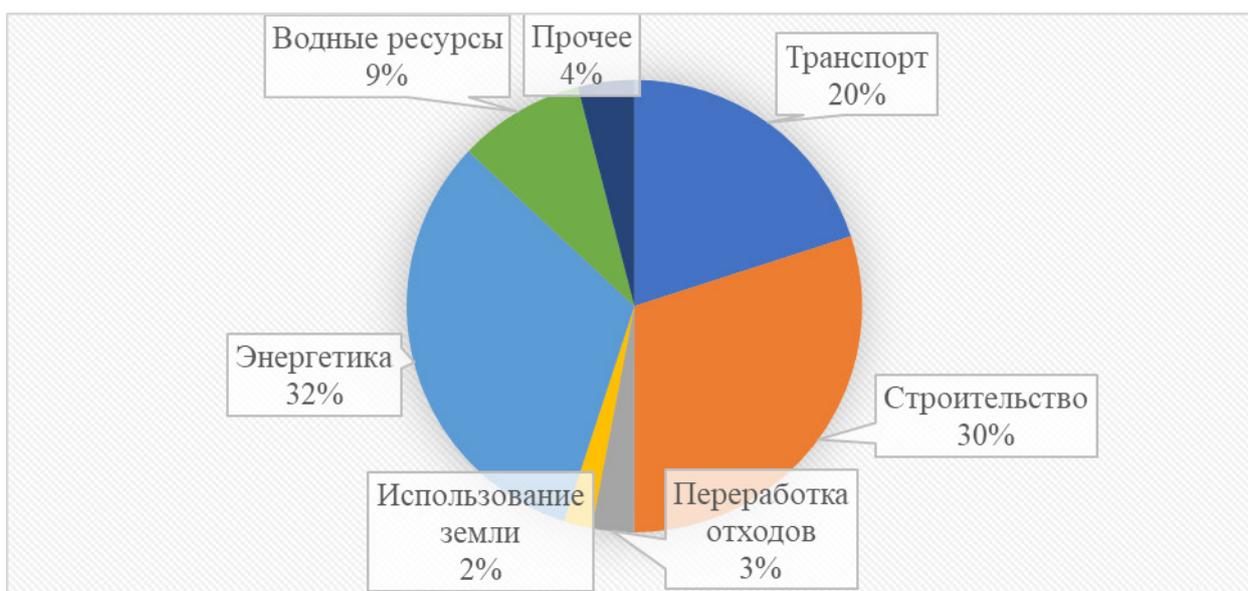


Рис. 3. Сферы выпусков «зеленых» облигаций, в %

Жизненный цикл «зеленых» облигаций привязывается к срокам реализации инвестиционных проектов, на финансирование которых будут направлены средства, полученные от эмиссии таких ценных бумаг.

Как видно из рисунка 4, 14,7% выпущенных «зелёных» облигаций имеют срок погашения более 20 лет, около 36% — от 5 до 10 лет, 29,3% — до 5 лет. 17,8% — от 10 до 20 лет, 2,1% — бессрочные. Большая часть «зеленых» облигаций являются среднесрочными инструментами (5-10 лет). Около двух третей бессрочного объема поступило от энергетических компаний Engie и Iberdrola, обе заключили по одной сделке.

Исходя из вышеизложенного, можно выделить следующие особенности международного рынка «зеленых» облигаций:

1. высокий инвесторский спрос;
2. высокую скорость размещения — эмиссии «зеленых» облигаций очень быстро раскупаются на первичном рынке;
3. благоприятные перспективы — на финансовом рынке отмечается востребованность «зеленых» облигаций, что свидетельствует о позитивном будущем этих финансовых инструментов, возможностях расширения не только самого их рынка, т.е. числа и объемов эмиссий, но и инструментарного состава.
4. специализацию — ввиду благоприятных перспектив сегмента, «зелеными» облигациями стали заниматься специализированные инвестиционные компании, получившие название «зеленых» фондов.

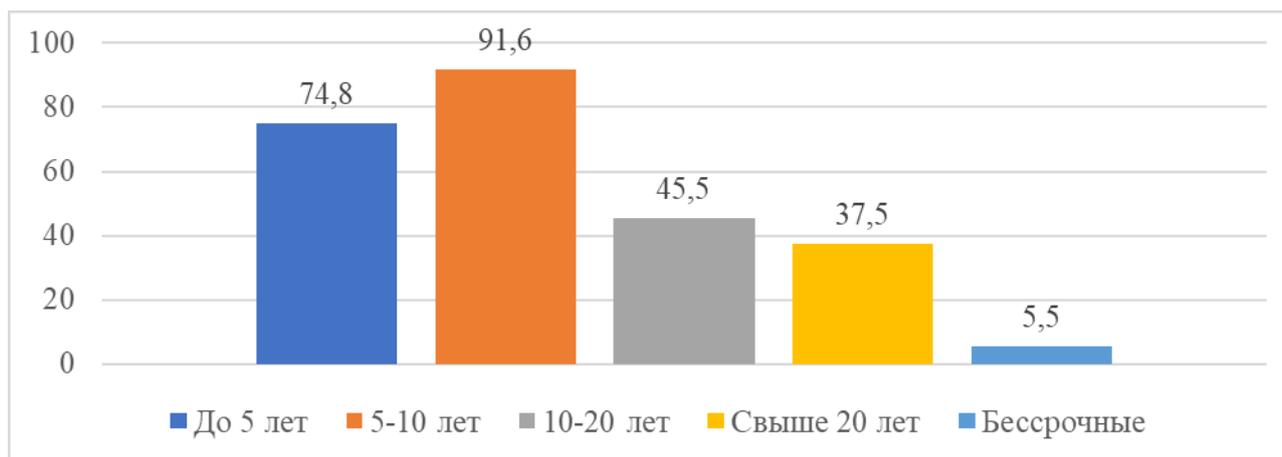


Рис. 4. Объем выпущенных «зеленых» облигаций в 2019 г., по срокам погашения, в млрд долларов

В России «зеленые» облигации появились сравнительно недавно. ООО «Ресурсосбережение ХМАО» российский эмитент, выпустивший первые российские «зеленые» облигации, соответствующие требованиям международных стандартов и успешно прошедшие процедуру сертификации. В декабре 2018 года компания провела размещение «зеленых» облигаций на сумму 1,1 млрд руб., на Московской бирже.

В мае 2021 года правительство Москвы планирует выпустить 7-летние «зеленые» облигации [3]. Объем выпуска составит 70 млрд рублей. Согласно Концепции «зеленых» облигаций города Москвы, выпуск будет соответствовать Принципам «зеленых» облигаций, а также Методическим рекомендациям по развитию инвестиционной деятельности в сфере «зеленого» финансирования ВЭБа. За счет средств от размещения «зеленых» облигаций будут профинансированы экологические проекты в целях снижения выбросов загрязняющих веществ и парникового газа (CO₂), в частности замена автобусного парка Москвы на электробусы и развитие линий метро.

Основное количество выпусков «зеленых» облигаций российских эмитентов размещено на Московской бирже (МОЕХ) и преимущественно носят среднесрочный и долгосрочный характер. Следует отметить, что львиную долю на российском рынке «зеленых» облигаций занимают долговые обязательства РЖД. В том числе два выпуска еврооблигаций на 500 млн евро и 250 млн швейцарских франков. За вычетом бумаг железнодорожного монополиста объем «зеленого» рынка в России составляет всего чуть более 20 млрд рублей.

Одновременно следует отметить, что облигации все еще не имеют большой популярности среди населения. Об этом свидетельствуют, в частности, данные Московской биржи, согласно которым доля операций с облигациями в рамках индивидуальных инвестиционных счетов составляет лишь 5% [4].

Таким образом, отечественный сегмент «зеленых» бондов еще очень молод и ему есть, куда развиваться.

Для развития рынка «зеленых» облигаций в 2020 г. была проделана достаточно большая работа. Ранее в 2019 г. уже

была утверждена программа субсидирования купонных выплат, которая позволяет эмитенту «зеленых» бондов получить компенсацию в размере 70% затрат на выплату купонов или 90% в случае, если при реализации инвестиционных проектов использовалось отечественное оборудование. Механизм должен поддерживать проекты по внедрению наилучших доступных технологий. В бюджете 2020 г. на эту программу было заложено 3 млрд рублей, в 2021 и 2022 гг. — по 6 млрд рублей ежегодно. Однако ряд экспертов ее критикует, отмечая малый размер компенсации при необходимости нести дополнительные расходы на верификацию «зеленого» выпуска.

Минприроды России 15 января 2019 года на официальном сайте опубликовало паспорт национального проекта «Экология» [5]. Документ был утверждён на заседании президиума Совета при Президенте России по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года. В частности, по итогам реализации нацпроекта должно быть обеспечено эффективное обращение с отходами производства и потребления, включая ликвидацию всех выявленных на 1 января 2018 года несанкционированных свалок в границах городов, кардинальное снижение уровня загрязнения атмосферного воздуха в крупных промышленных центрах, в том числе уменьшение не менее чем на 20% совокупного объема выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух в наиболее загрязненных городах.

Функции методического центра в сфере ESG-инвестирования в России принял на себя ВЭБ. На базе банка была подготовлена методология верификации «зеленых» проектов.

Для развития «зеленого» финансирования, и в частности, «зеленых» облигаций, мною рекомендуется создание новой экологической политики и института развития РФ Фонд «Национальное зеленое развитие».

Прежде всего, для развития «зеленых» облигаций в РФ необходимо создание национальной системы учета углеродного следа, методики определения поглощающей способности CO₂ российской природой.

Предприятиям, использующие ископаемое топливо, такое как уголь, следует запретить выпускать «зеленые» облигации.

Также, у экологии должна появиться стоимость, это значит, что экология должна стать экономической категорией. То, что участвует в экономической жизни, создает экономические стимулы для ее субъектов. в стране отсутствует эффективный учет выбросов, сбросов и размещения отходов на отвалах и полигонах (ТКО) в режиме реального времени без чего невозможно эффективное управление негативными антропогенными факторами, влияющими на окружающую среду,

Необходимо проводить формирование экологической культуры населения РФ. Система экологического образования и просвещения должна охватывать все возрастные группы. Для проведения просветительских мероприятий следует оборудовать специальные экологические просветительские центры. Должна осуществляться поддержка инициатив, направленных на формирование экологической культуры.

Для реализации новой экологической политики необходимо создать еще один институт развития РФ Фонд «Национальное зеленое развитие», целью которого станет:

1. Реализация программы научных исследований в области изменения климата и утилизации выбросов, сбросов и отходов производства и потребления.

2. Создание законодательной базы новой экологической политики.

3. Государственное финансирование экологических проектов и софинансирование экологической модернизации экономики, в том числе предоставление льгот для «зеленых» облигаций.

Источниками Фонда «Национальное зеленое развитие» должны стать экологические платежи и штрафы, для чего потребуется изменение законодательства о бюджете и Налогового кодекса РФ.

Вышеизложенное позволяет говорить, о том, что создание нового института развития РФ — Фонд «Национальное зеленое развитие» как инструмента реализации новой экологической политики станет наиболее эффективным подходом для координирования действий государственных и частных структур, таких как Министерство природных ресурсов и экологии, Центральный банк, Министерство финансов, Министерство экономического развития, Московская биржа, ВЭБ и других, а также наращивания потенциала для развития «зеленого» рынка.

Литература:

1. Объем рынка зеленых финансов В 2020 Году достиг более \$260 млрд. — Текст: электронный // Экспертно-аналитическая платформа Infragreen: [сайт]. — URL: <https://infragreen.ru/news/obem-rynka-zelenyx-finansov-v-2020-godu-dostig-bole-260-mlrd.html> (дата обращения: 12.04.2021).
2. Green Bonds Global State of the Market 2019. — Текст: электронный // Climate Bonds Initiative: [сайт]. — URL: <https://www.climatebonds.net/resources/reports/green-bonds-global-state-market-2019> (дата обращения: 13.04.2021).
3. Концепция зеленых облигаций города Москвы. — Текст: электронный // Департамент экономической политики и развития города Москвы: [сайт]. — URL: <https://www.mos.ru/depr/documents/obligacii-moskvy/view/252508220/> (дата обращения: 19.04.2021).
4. Беломытцева, О. С. Развитие облигационного рынка в Российской Федерации: новые виды облигаций и изменения в налогообложении/О. С. Беломытцева. — Текст: непосредственный // Проблемы учета и финансов. — 2016. — № 4. — с. 46-49. (дата обращения: 21.04.2021).
5. Паспорт Национального проекта «Экология». — Текст: электронный // Минприроды России: [сайт]. — URL: https://www.mnr.gov.ru/upload/medialibrary/ba5/NP_Ekologiya.pdf (дата обращения: 25.04.2021).

Principles of developing a financial strategy for a corporation

Kozlov Nikita Vladimirovich, student master's degree program
Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow)

In this scientific article various principles of the financial strategy development are aggregated.

Key words: financial strategy, principles, development.

The development of the financial strategy for a corporation is based on a number of core principles that provide a sufficient level of preparation for making strategic financial decisions. The combination of these principles makes it possible to include the most important elements in the financial strategy,

as well as to develop it in accordance with generally recognized theoretical requirements and real business conditions.

These principles include perspective, which is presumed in the orientation towards future results in the long-term. The priority principle reflects the great influence of financial strategy

on the tactical behavior of the firm. An equally important aspect of a financial strategy is its feasibility in real market conditions [3].

Since the financial strategy is implemented in stages (the achievement of the long-term goals is carried out through the implementation of middle-term and short-term ones), the iteration principle is also distinguished.

When developing a financial strategy, the group of analysts should consider the complex principle of its construction: in addition to direct strategic development, preliminary and post-analysis of both external and internal environment in which it is being implemented should be carried out, and the possibility of a prompt response should be ensured in case of emerging changes. Financial strategy development should also be continuously monitored (which is also a fundamental principle in developing this type of strategy). Most often, special attention is paid to monitoring the economic environment (carried out by scanning macro- and microeconomic indicators), the level of scientific and technological development of the economy (assessing scientific and technological progress, tracking the emergence of new products and benchmarking of know-how) and the political situation, which is of prior importance in developing countries.

The selectivity principle also plays crucial role in the development of financial strategy. It helps managers to prioritize directions for development and to find the best niche for the company in the market. It is also necessary not to forget about the principle of strategic competition, which is based on the fact that every company in the market (if the market is not completely monopolized) is subject to the influence of competitors, therefore, it is necessary to constantly assess the risk of certain decisions, as well as to remember about the limited resources in the corporation, which can be used at this particular moment [3].

Despite the wide range of principles already considered, the basic ones are a number of still unnamed ones. Their consideration and utilization is an important direction of the strategic process of the corporation. Among the principles of developing a financial strategy, the following are also distinguished [1]:

- the corporation is viewed as an open system;
- the overall, functional and corporate strategies of the corporation are taken into consideration when developing a financial strategy;
- the financial strategy should be focused on the entrepreneurial style of strategic financial management;
- the financial strategy should be flexible;
- it should be focused on the main areas of development;
- it should provide an alternative choice of strategic financial decisions;
- it should ensure constant interconnection of the results of scientific and technological progress and financial activities of the company;
- it should be in line with the organizational structure and organizational culture;
- professionalism of financial managers is of prior importance in the development and implementation of financial strategy;

— it should take into account financial and other risks when creating and making strategic decisions.

For a proper understanding, these principles are described in more detail below.

Consideration of the company from the point of view that it is an open socio-economic system capable of self-organization means that any corporation exists in a dynamically developing and changing environment that has a significant impact on its activities including the development of a financial strategy.

The principle of taking into account the general, functional and corporate strategies of the company means that the financial strategy, despite its exceptional importance, is subordinate in relation to the corporate strategy and it also requires strict alignment with the overall strategic goals and guidelines for operating and investment activities. In this regard, the financial strategy is one of the most important factors that ensure the effective development of the corporation in accordance with the chain of other strategies. Despite this, the financial strategy, in turn, has a reverse effect on the process of strategic development of the organization's operating and investment activities. High rates of implementation, the need to occupy a larger market share or modernization of the production process in any case are associated, first of all, with an increase in costs. The aims and goals of the corporation and the market environment often require the firm to further optimize its financial activities, which becomes possible only with the modification of the financial strategy. The strategic goals of operating activities are not always achievable with the available amount of financial resources (planned within the financial strategy), and attracting new ones is not possible or expedient, so managers have to make adjustments in operating and investment activities [2].

The principle of focusing on the entrepreneurial style of strategic financial management is expressed in an active search for effective management decisions in all areas and forms of financial activity. In addition, the principle of flexibility is also vital. It consists in the ability to adapt the financial strategy to specific market conditions.

Identification of the dominant areas of strategic financial development allows the corporation to determine the most important spheres and to stay concentrated on the most necessary measures to achieve the strategic goals of financial management, providing an increase in the market value of the company in the long-term perspective.

The principle of providing alternatives to strategic financial decision-making assumes that in every situation arising in the market managers have a whole range of possible solutions to the problem. Their functions, respectively, include the selection of the best initiatives based on the adopted financial strategy and their direct implementation. Alternativeness is inherent in various components of a strategic financial set: goals, financial policy, the process of financial resources» formation and even style of financial management.

Thus, in this scientific research various principles of the financial strategy development are aggregated and most of them should be taken into account by the strategic managers in big TNC and SMEs while developing a financial strategy.

References:

1. Bobyleva A. Z.: Financial management: problems and solutions in 2 parts. Part 1: textbook for undergraduate and graduate programs, 2020, p. 573.
2. Popov S. A.: Actual strategic management, 2020, p. 447.
3. Radova L. D.: Financial strategy in the enterprise management system, 2018, p. 130-135.

Предупреждение угроз экономической безопасности предприятия

Курашова Анна Андреевна, кандидат экономических наук, доцент;

Сизов Александр Святославович, студент

МИРЭА — Российский технологический университет (г. Москва)

В статье авторы анализируют актуальные проблемы экономической безопасности предприятия и подходы к их устранению.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы экономической безопасности, нормативно-правовые акты.

На современном этапе мировая экономика, особенно некоторые её отрасли, столкнулась с проблемами, которые не имеют аналогов в предыдущем опыте развития человечества. Клаус Шваб, основатель и Президент Всемирного экономического форума считает, что «фундаментальные изменения, затрагивающие экономические, социальные и политические системы трудно отыграть назад, даже если каким-то образом попробовать повернуть вспять сам процесс глобализации. Перед отраслями и компаниями теперь стоит вопрос не о том, произойдёт ли дизруптивный* прорыв в сфере их интересов, а о том, когда произойдёт этот прорыв, какую форму он примет и как это отразится на отрасли или организации». [7]

На официальном портале правовой информации размещён Указ Президента Российской Федерации от 15 мая 2017 года «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период 2030 года». В нём говорится: «Настоящая стратегия направлена на обеспечение противодействия вызовам и угрозам экономической безопасности, предотвращение кризисных явлений в ресурсно-сырьевой, производственной, научно-технологической и финансовой сферах, а также на недопущение снижения качества жизни населения». Согласно этому документу «экономическая безопасность» — это «состояние защищённости национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации». [2]

Термин «экономическая безопасность» возник на стыке экономики и политологии, на современном этапе его однозначного толкования нет. Следует также отметить, что большинство работ посвящены различным вопросам региональной и даже национальной безопасности,

и в меньшей степени — экономической безопасности непосредственно предприятия.

В экономической науке категория «экономическая безопасность предприятия» в силу своей относительной новизны трактуется по-разному: как некое состояние, как способность, как система или даже свойство системы. Для иллюстрации рассмотрим некоторые из существующих определений.

Целый ряд авторов обозначает «экономическую безопасность» как состояние защищённости.

Так, например, С.Е. Лелюхин, А.М. Коротченков и У.В. Данилова говорят о «защищённости жизненно важных интересов государства, возможность без вмешательства извне определять пути и формы экономического развития и осуществлять их реализацию».

Б.А. Райзберг указывает на защищённость «жизненно важных интересов людей, организаций общества и государства от внутренних и внешних угроз и опасностей».

О.В. Климочкин определяет экономическую безопасность предприятия как «состояние защищённости его жизненно важных интересов в финансово-экономической, производственно-хозяйственной, технологической сферах от различного рода угроз, в первую очередь социально-экономического плана, которое наступает благодаря принятой руководством и персоналом системы мер правового, организационного, социально-экономического и инженерно-технического характера».

В.В. Шлыков увязывает экономическую безопасность с защищённостью от «негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов» и таким состоянием предприятия, при котором обеспечивается устойчивая реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности.

В.К. Сэнчагов даёт более общее понятие экономической безопасности предприятия: «...состояние, при котором отсутствуют, сведены к минимуму или устранены

внутренние и внешние угрозы сохранению социально-экономического и финансового потенциала».

По мнению автора данного исследования, экономическая безопасность предприятия — это система функций и процессов внутри другой системы (предприятия), преследующая своей целью обеспечение экономической устойчивости внешней системы.

Основными функциональными элементами обеспечения экономической безопасности предприятия в контексте нашего исследования выделены трудовые, материальные, финансовые, интеллектуальные и информационные ресурсы предприятия.

Таким образом, делаем вывод, что в качестве результата обеспечения экономической безопасности предприятия выступает стабильность и прибыльность его фи-

нансово-хозяйственной деятельности при наступлении ситуаций угроз таковой.

В результате анализа литературных источников было выявлено, что угрозы экономической безопасности представляют собой комплекс факторов и условий, которые делают невозможным реализацию национальных экономических интересов или провоцируют опасность жизненно важным для объекта интересам. Данная концепция безопасности может быть применена к состоянию безопасности личности, государства в целом, а также к его отдельным хозяйствующим субъектам.

Среди возможных оснований для классификации угроз, наибольшую опасность для хозяйствующего субъекта представляют угрозы внешние и внутренние, подробно проанализированные и представлены в таблице 1.

Таблица 1

Внешние	Возникают за пределами предприятия и не связаны с его хозяйственной деятельностью: <ul style="list-style-type: none"> • политические, • социально-экономические, • экологические, • научно-технические, • технологические, • юридические, • природно-климатические, • демографические и другие. 	Например, неблагоприятное изменение политической ситуации, изменение законодательства, макроэкономические потрясения (дефицит бюджета, инфляция, пандемия, другие), противоправные действия криминальных структур, промышленно-экономический шпионаж, запугивание, шантаж и физическое воздействия на руководителей и членов их семей, чрезвычайные ситуации природного и технического характера, повреждение зданий, помещений от внешнего воздействия, пандемия.
Внутренние	Возникают внутри предприятия и связаны с хозяйственной деятельностью, персоналом или неэффективным управлением: <ul style="list-style-type: none"> • низкий профессиональный уровень руководителей; • недостаточный уровень дисциплины; • нарушение режима хранения конфиденциальной информации; • недостаточная патентная защищенность; • аварии, пожары, взрывы, перебои в снабжении. 	Например, мошенничество сотрудников, отток квалифицированных кадров, низкая компетентность кадров, выход из строя техники, хищение материальных средств и интеллектуальной собственности, заражение компьютерных систем предприятия вирусами, существенные упущения в планировании, связанные прежде всего с выбором цели; неправильная оценка возможностей предприятия.

Таким образом, видно, что во многом безопасность хозяйствующего субъекта зависит от концепции безопасности конкретного предприятия, которую определяет его руководство, исходя из своих стратегических целей, ресурсов и понимании угроз экономической безопасности. Несмотря на то, что оценка угрозы является субъективной, она должна обязательно учитываться при планировании и принятии управленческих решений на предприятии. Эти решения не могут выходить за рамки действующего законодательства.

Для системного функционирования вышеуказанных элементов экономической безопасности и снижения риска возникновения угроз таковой необходимо наличие нормативных, организационных и материальных про-

цессов, выступающих своеобразными гарантиями для достижения результативности обеспечения экономической безопасности предприятия.

Исследуя нормативно-правовую базу, было выявлено, что экономическая безопасность представлена как составной элемент национальной безопасности и строится на принятых в государстве нормативно-правовых актах. Причем регулируют экономическую безопасность предприятия в Российской Федерации нормативно-правовые акты, принятые как на государственном уровне, так и те, которые дополняют их на уровне субъектов Федерации, отдельных организаций и учреждений.

В результате проведенного исследования автор пришёл к следующим выводам.

1. Для устойчивого функционирования вышеперечисленных элементов экономической безопасности необходимо наличие системы управления рисками, которая предполагает выявление и оценку существующих и потенциальных вызовов и угроз, а также планирование мер по реализации нормативных, организационных и материальных процессов, выступающих своеобразными гарантиями для достижения результативности обеспечения экономической безопасности предприятия.

2. Вопросы угроз экономической безопасности в период кризиса мировой экономики, который мы сегодня переживаем, требуют комплексного подхода и выстраивания

системы управления рисками. Для этого необходимо:

— сформулировать развернутую характеристику существующих и потенциальных угроз и вызовов в сфере экономической безопасности предприятия;

— разработать меры организационного и методического характера, опираясь на нормативно-правовую базу, для обеспечения противодействия и нейтрализации внешних и внутренних угроз.

Таким образом, важнейшим фактором обеспечения экономической безопасности в современных условиях становится качество управления предприятием и его системой экономической безопасности.

Литература:

1. Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201512310038> (обращение 15.03.2021)
2. Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201705150001> (обращение 15.03.2021)
3. Бернштейн, П. Риски предприятия и управление ими/Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2018. — 400 с
4. Бусыгин, А. В. Экономическая безопасность предприятия. — 3-е изд. — М.: Дело, 2017. — 640 с.
5. Королев, М. И. Снижение рисков компании. — М.: Анкил, 2016. — 832 с.
6. Сергеева, И. А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия: учеб. пособие/И. А. Сергеева, А. Ю. Сергеев. — Пенза: Изд-во ПГУ, 2017. — 124 с.
7. Шваб, Клаус. Четвёртая промышленная революция/ [Перевод с английского] — Москва: Эксмо, 2019-288 с.

Эффективность коммуникаций на рабочем месте

Латыпова Марина Александровна, магистр, преподаватель;
Харламов Анатолий Дмитриевич, кандидат экономических наук, доцент
Карагандинский государственный индустриальный университет (Казахстан)

В статье рассмотрено построение коммуникационного процесса в коллективе его сущность и значение. Авторы на примерах раскрывают основные аспекты эффективных коммуникаций, так как умение сотрудников коммуницировать, влияет на качество развития компании в целом.

Ключевые слова: коммуникационный процесс, обратная связь, информация, сотрудники, компания.

«Умение общаться с людьми — такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире» (Дж. Рокфеллер) [1].

Не для кого не секрет что умение коммуницировать, определяет качество взаимоотношений — что в свою очередь так же определяет и качество жизни.

У коммуникации есть всегда — априори обмен информацией, обычная передача информации коммуникацией являться не будет, то есть при передаче информации обязательно присутствует обратная связь, если обратная связь отсутствует, то это никогда коммуникацией являться не будет.

Основой для качественной коммуникации в организации являются элементы и этапы коммуникационного процесса, то есть из чего состоит коммуникационный процесс представленные на рисунке 1.

К элементам коммуникационного процесса относятся: тот кто «отправляет» информацию → само сообщение → канал, по которому передается сообщение → и получатель сообщения.

Говоря об этапах коммуникационного процесса, необходимо выделить следующее:

1. «Идеяция — это формирование идеи сообщения (сначала формируется идея сообщения)» [2].



Рис. 1. Элементы и этапы коммуникационного процесса

2. Затем выбирается канал, по которым это сообщение передается (электронные средства передачи онлайн или офлайн).

3. Далее происходит кодировка сообщения, то есть определяется каким образом передается информация, то есть выбирается структура (слова, таблица, рисунок и т.д.) передачи сообщения.

4. Далее сообщение непосредственно передается.

5. Декодированием занимается человек, который принимает сообщение, и осмысляет его.

6. И в завершении процесса коммуникации обрывается обратная связь. Следовательно, можно выделяется обязательное условие коммуникации — это наличие обратной связи, если пройти все представленные выше этапы коммуникации и не получить обратной связи, то это говорит о том, что коммуникационный процесс не состоялся.

Причину, по которой не происходит процесса коммуникации, хорошо отражает модель коммуникации Шеннона и Уивера представленная на рисунке 2.



Рис. 2. модель коммуникации Шеннона и Уивера

Модель отражает Отправителя и адресата — это тот, кто отправляет и тот, кто получает, кодировщик — тот, кто отправляет, декодировщик — тот, кто получает. Модель ясно определяет, то, что разрывает процесс коммуникации — это помехи и барьеры коммуникационного процесса именно они определяют, почему люди сразу не понимают друг друга, и это достаточно часто встречается между коллегами по работе.

Одним из барьеров который мешает сразу понимать друг друга, является внутриличностный барьер, который выражается через ряд таких различий как: разный уровень образования, разный уровень навыков, разное понимание картины мира, разный жизненный опыт и т.д.

Также одним из барьеров является разный психотип человека, так как представители разных психотипов по-разному реагируют на одну и ту же ситуацию.

Еще один из барьеров в общении с коллегами — это выборочное восприятие, так как каждый человек по-разному воспринимает и обрабатывает информацию.

Следующий барьер, который может включаться и очень часто включается с коллегами по работе — это семантика. «Семантика — это разная трактовка одних и тех же действий, слов и выражений» [2].

Коммуникация — это всегда обмен информацией — и если не убедиться, что человек все правильно понял, то тем самым обеспечивается низкий уровень качества коммуникации. Ответственность за понимание передаваемого сообщения полностью лежит на лице, передающем информацию. Так как тот, кто организывает коммуникационный процесс заинтересован в том, чтобы передаваемое сообщение должно быть понято, верно.

Поэтому необходимо грамотно организовывать обратную связь. Так как согласно модели ситуационного лидерства П. Херси и К. Бланшара которая говорит о том, что в зависимости от уровня компетенции и уровня мотивации в компании работают четыре типа сотрудников: первый тип «я хочу, но не могу», второй тип «и не хочу,

и не могу», третий тип «я могу, но не хочу» и четвертый тип «я могу и хочу» [3].

У первого типа сотрудников уровень мотивации высокий, а уровень компетенции низкий («я хочу, но не могу»), как правило, к этому типу относятся новые сотрудники компании. В разрезе коммуникаций с данной категорией сотрудников, в том, чтобы убедиться, что информация данным сотрудником понята, применим метода «повтори, что я сказал».

Третий вид сотрудников — это те сотрудники, у которых уровень компетенций высокий, а уровень мотивации низкий («я могу, но не хочу») к данной категории относятся опытные сотрудники, которые знают свою работу, но по какой-то причине потеряли мотивацию. С данным типом сотрудников для организации коммуникационного процесса в части обратной связи рекомендуется сначала озвучить цель задания, и какие задачи необходимо решить, чтобы достичь этой цели, а затем обратиться к его мнению об исполнении, то есть спросить у него как это лучше сделать. Данный подход позволяет повысить значимость сотрудника, повысить мотивацию на исполнение и понять правильно ли сотрудник понял переданную ему информацию

Поэтому, то, каким образом в компании выстраиваются коммуникации, и то, каким образом сотрудники общаются, друг с другом прямо пропорционально влияет на качество результата компании в целом.

При процессе коммуникаций так же необходимо помнить о положительной обратной связи для сотрудников при этом, не ограничиваясь одним словом «молодец», так как, согласно опубликованным на Bloomberg результатам одного из исследований, говорится, что положительная обратная связь повышает производительность труда на 37% [4]. Но следует отметить, что положительную обратную связь необходимо уметь давать. Фраза «молодец хороший отчет» не будет являться мотивацией

к еще большему стремлению и старанию, так как она будет воспринята, как дежурная фраза. Поэтому важны правильные формулировки, например, «я наблюдаю твой прогресс, или я вижу, как ты стараешься», и когда сотрудники слышат такие слова, тогда их мотивация на исполнение увеличивается.

Говоря о, эффективной коммуникации, необходимо так же отметить тот факт, что в процессе коммуникации восприятие подразделяется на три канала визуальный, вокальный (тембр голоса, скорость речи) и вербальный (значение слов). Как показывает практика восприятие человеком информации, на слова приходится от 8-12%, на вокальный канал приходится 32% и на вербальный 58-60%, но это при офлайн коммуникации, а когда сотрудники только слышат друг друга, то 80% приходится на вокальный канал (голос) [5]. Поэтому, важно, чтобы не возникал «конфликт» между вокальным и вербальным каналами. Например: если звучит фраза «я тебя слушаю», то и визуально необходимо продемонстрировать собеседнику, готовность его слушать.

Также для построения процесса качественной коммуникации необходимо учитывать модель Фридемана Шульца фон Туна «Коммуникационный квадрат». Данная модель говорит о том, что в коммуникационном процессе человек, который передает сообщение, он говорит как будто бы четырьмя языками, а человек, который принимает сообщение, слушает как будто четырьмя ушами. Первый язык передает факт, второй язык говорит о том, что человек сообщает о себе, третий язык выражает отношение передающего к слушающему, и четвертый язык призыв к действию, которое требуется сделать [4].

Таким образом, можно подвести итог — эффективность коммуникации имеет большое значение, для установления взаимоотношений между сотрудниками компании и их поддержания, так же она, несет непосредственное влияние на формирование корпоративной культуры.

Литература:

1. Резник, С. Д. Организационное поведение/С. Д. Резник, М. В. Черниковская. — М.: КНОРУС, 2016. — 192 с.
2. Верещагина, Л. А. Психология персонала. Потребности, мотивация и ценности/Л. А. Верещагина. — Харьков: Гуман. Центр, 2012. — 212 с.
3. Бухалков, М. И. Управление персоналом: развитие трудового потенциала: Учебное пособие/М. И. Бухалков. — М.: НИЦ Инфра-М, 2013. — 192 с.
4. Земедлина, Е. А. Этика и психология делового общения: Учебное пособие/Е. А. Земедлина. — М.: Риор, 2017. — 512 с.
5. Максимова, Л. В. Управление персоналом: основы теории и деловой практик: Учебное пособие/Л. В. Максимова. — М.: Альфа-М, Инфра-М, 2009. — 256 с.

Социальный аспект в гиг-экономике

Логинова Екатерина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;

Колпаков Егор Николаевич, студент;

Анисов Андрей Петрович, студент

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнёва (г. Красноярск)

О гиг-экономике в целом

Стремительно развивающийся фриланс эксперты сравнивают с эпохой мануфактур конца 18 века, когда в Мире впервые начал использоваться вольнонаёмный труд. Сегодня многие специалисты предлагают свои услуги напрямую, продвигают личный бренд, находясь в авангарде гиг-экономики, то есть экономики совместного пользования.

Обосновано, что открытый рынок труда способствовал нарастанию популярности новых форм частичной и нестандартной занятости за счет признания фрилансинга и краудсорсинга в качестве удобных видов занятости для всех категорий населения. Заметный сдвиг на рынке труда произошел в 2014 г. и был связан с достаточным уровнем зрелости крауд-технологий, которые позволили каждому человеку осуществлять трудовую деятельность независимо от уровня образования, профессиональной подготовки, территориальной принадлежности. Такие сдвиги отразились на структуре рынка труда и потребовали действенных мер по формированию правового поля для урегулирования отношений в системе «работодатель-краудсорсер». Происходящие трансформации сформировали новую социально-экономическую модель, получившую название «гигономика». Отличительными признаками данной модели являются всеобщее распространение новых видов частичной занятости и краткосрочных трудовых контрактов за счет замещения долгосрочных трудовых отношений с работодателем, что отразилось на структуре рынка труда и потребовало принятия решений по регулированию трудовых отношений нового типа.

Гигономика как новая модель нестандартной занятости характеризуется всё большим уходом на неполную занятость, переводом трудовых отношений в зону снижения фонда оплаты труда, например, когда для разработки каких-либо коммерческих и некоммерческих, добровольных началах, социально значимых проектов нанимаются фрилансеры на краудсорсинговых платформах. В то же время коммерческие выгоды бизнеса от краудсорсинга в бизнес-модели современных компаний способствовали переходу работодателей к использованию новых форм занятости.

Также плюсом для компаний будет то, что не надо будет нанимать и покупать специальное оборудование для сотрудников, а они могут просто выложить свое задание на краудсорсинг, распisać его выполнение и за это задание возьмется так называемый индивидуальный предприниматель, который разбирается в данной сфере.

Человек современного мира может спокойно зарабатывать себе деньги на жизнь благодаря своему смартфону и помогая индивидуальному предприятию или краудсорсинговой компании.

Примером гиг-экономики можно представить специалиста, который занимается разработкой компьютерного программного обеспечения и живет в Украине. Это его профиль на веб-сайте Upwork, который является мировой платформой для фрилансеров. Он продает свои работы людям в Соединенных Штатах, это открывает для него возможность зарабатывать деньги, превосходящие среднюю заработную плату соотечественников, потому что они могут продавать свой труд только в Украине.

Другой пример – работник, который живет в Сакраменто. Он водит Uber. В начале каждой недели он едет из Сакраменто в Залив, проводит четыре или пять дней в Заливе, за рулем по 14 часов для Uber, ночует в своей машине на стоянке San Francisco. Он зарабатывает больше денег, остается более занятым, так как в районе залива процентные ставки выше. И так, оба этих парня – истории успеха в гиг-экономике, и что интересно в них, так это с точки зрения экономики труда в более широком смысле, это истории иммиграции. Гиг-экономика увеличивает иммиграцию.

Социальный аспект как принцип коммерческой и некоммерческой работы

Социальный краудсорсинг (некоммерческий) — включение людей (краудсорсеров), в процессы решения капиталов-, трудо-, знание емких социально значимых задач, с использованием краудсорсинговых платформ в сети Интернет на добровольной основе.

Как показал опрос большинство офисных сотрудников (85%) готовы идти во фриланс. 62% из них хотели бы работать удалённо, оставаясь в штате компании. И самим компаниям такой подход более выгоден, нежели содержание огромных офисов с большим количеством рабочих мест. Многие западные бизнес-корпорации уже работают по такой схеме, в России же это лишь зарождается. Нужна чёткая законодательная база, которая позволит нашим компаниям держать удалённый штат служащих.

Эксперты также отмечают, что отношение к фрилансерам постепенно меняется, поэтому гиг-экономика будет расти. Долю рынка фриланса пока невозможно оценить, так как большая часть независимых специалистов продолжает оставаться в тени. Все ждут более прозрачных условий вступления в налоговые отношения с государством.

Проблемы и пути решения краудсорсинга в России

В России регулирование дистанционных работников является Федеральным законом от 05.04.2013 года № 60-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», в соответствии с которым в Трудовой кодекс РФ приведена новая глава 49.1. Частичная занятость в соответствии классифицируется как «частичная занятость или неполный рабочий день». В этой сфере достаточно развиты такие компании как Uber, Яндекс и Delivery club.

Большинство компаний, которые работают в формате интернет-онлайн-магазинов, их деятельность для работников заключается в ведении документации, отправке посылок, консультирования людей.

Так как ни мировая, ни российская статистика не учитывают краудсорсеров как работников, в настоящее время невозможно рассчитать абсолютные показатели, которые отражали бы реальное положение дел на рынке труда.

Среди причин, сдерживающих развитие краудсорсинга в России, можно отметить: несовершенство законодательной базы по регулированию отношений, возникающих в реализации развития крауд-проектов. Некомпетентность

или нехватка специализированных сотрудников для специальностей в данной области. Низкий уровень осведомленности российского населения о существовании инновационного ведения бизнеса такого как краудсорсинга.

Решение данных проблем будет способствовать развитию краудсорсинга в России, что откроет новые возможности в сфере решения трудоемких и разноаспектных задач в различных областях.

Фриланс и его дальнейшее будущее в мире

В связи с новыми методами и технологиями работы вход на рынок фриланса стал максимально доступным, но вместе с тем увеличилась и конкуренция в этой сфере. В совокупности с социальной незащищенностью фрилансеров возрастает напряженность, которая перетекает в реформационные процессы, такие как проект Хамилтона, который предлагает обеспечивать базовой страховкой фрилансеров, а также ограничивать количество заказов для разумной нагрузки на работника. Существует мнение, что это будет сложной реформой, поскольку сама привлекательность фриланса заключается в свободных отношениях, где все риски ложатся на работника, но в тоже время дает свободу входа и выхода с рынка.

Литература:

1. Научная статья под авторством Л. В. Лapidус, Ю., М. Полякова — Гиганомика как новая социально-экономическая модель: развитие фрилансинга и краудсорсинга
2. Логинова, Е. В. ПРЕИМУЩЕСТВА ГИГ-ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ // Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента: сб. ст. по матер. XXXIV междунар. науч.-практ. конф. № 5 (27). — Новосибирск: СибАК, 2020. — с. 28-33.
3. Логинова, Е. В. Удаленная работа и международная гиг-экономика: общие черты/Е. В. Логинова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 50 (340). — с. 110-112. — URL: <https://moluch.ru/archive/340/76499/> (дата обращения: 22.04.2021).

Место и роль прогнозирования и планирования в государственном управлении

Лукоянова Ильгина Олеговна, студент
 Научный руководитель: Михайлова Лилия Валериковна, старший преподаватель
 Казанский государственный аграрный университет

В статье приводятся понятия прогнозирования и планирования, их сущность, а также место и роль в государственном управлении. Рассматривается особенность явлений во взаимодействии с другими функциями управления. В процессе изучения вопроса используются соответствующие примеры и наглядные рисунки.

Ключевые слова: прогнозирование, планирование, государственное управление, стратегия, государство, функции управления.

Place and role of forecasting and planning in public administration

Lukoyanova Ilgina Olegovna, student
 Scientific adviser: Mihajlova Liliya Valerikovna, senior teacher
 Kazan State Agrarian University

The article describes the concepts of forecasting and planning, their essence, as well as the place and role in public administration.

The peculiarity of the phenomena in interaction with other control functions is considered. In the process of studying the issue, appropriate examples and illustrative figures are used.

Key words: forecasting, planning, public administration, strategy, state, management functions.

Сознательно или же подсознательно, каждый человек прогнозирует исходные последствия своих решений, разрабатывает некий план действий, стремится предугадать результат. Подобное явление происходит не только в обычной жизни человека, но и при решении глобальных проблем в различных сферах. Данные явления именуются понятиями «прогнозирование» и «планирование».

Любой научно-обоснованный процесс прогнозирования и планирования, а именно рассматриваемый нами процесс в рамках государственного управления имеет огромную роль для эффективной деятельности каждого из объектов. Ключевым словом при определении сущности процессов прогнозирования и планирования является «представление». Прогнозирование и планирование всегда носят предварительный, неточный характер, ведь данные процессы не имеют безусловных ограничений.

Исходя из желаемых результатов прогнозирования и планирования, которой является достижение поставленных целей за минимальный отрезок времени, можно определить основные задачи процессов. Это научный

анализ деятельности органов государственной власти, предвидение возможных решений проблем и оценка объектов прогнозирования.

Так примером выполнения задач планирования является деятельность Системы государственного стратегического планирования в РФ (МЭР). Данная система включает в себя подсистемы реализации целевых программ, прогноз СЭР на долгосрочный период, стратегии пространственного развития и др.

Переходя к основному вопросу изучения, а именно к определению места и роли прогнозирования и планирования нельзя не сказать о функциях государственного управления. Прогнозирование и планирование — это функции государственного управления. Наряду с другими функциями (контроль, организация, координация), прогнозирование и планирование занимают высшую степень необходимости.

Рассмотрим графически, место прогнозирования и планирования во взаимодействии (структуре) с другими функциями государственного управления.

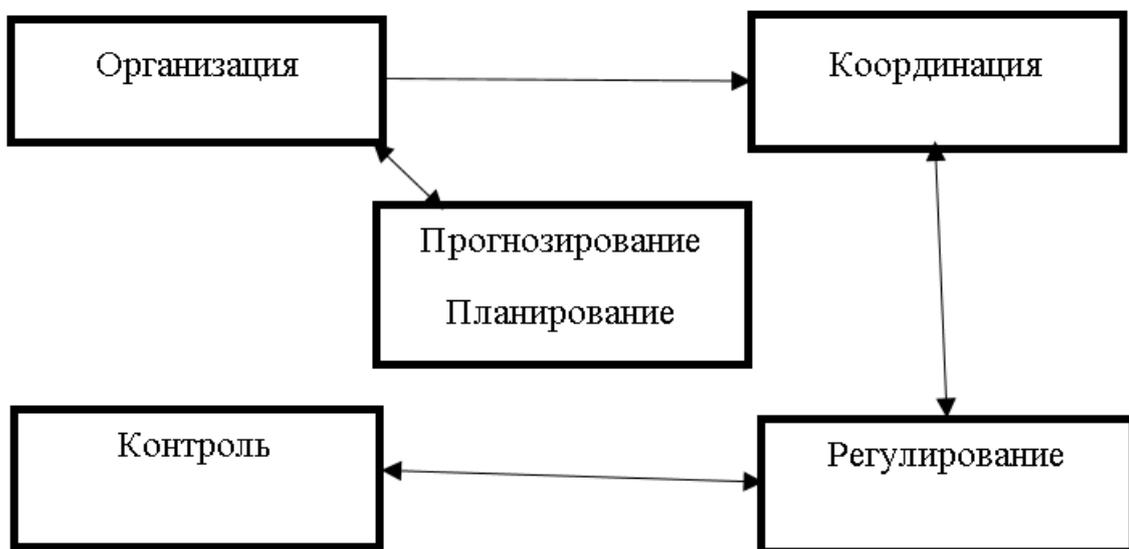


Рис. 1. Место прогнозирования и планирования в структуре функций государственного управления

Как видно из рис. 1, функция прогнозирования и планирования в государственном управлении занимает первостепенную, центральную роль. Ведь как ранее и говорилось, каждое решение в любой сфере начинается с прогнозирования и планирования действий. Так, функцию прогнозирования и планирования полномочны выполнять все центральные экономические органы государства. Их 6. Это Министерство экономического развития РФ, Министерство труда и социальной защиты РФ, Министерство финансов и др. Благодаря их деятельности

было принято и реализовано огромное количество стратегий развития, которые показали свою эффективность. Государственное управление-это деятельность по управлению государственными делами на основе нормативных правовых актов. Поэтому, нередко все результаты прогнозирования и планирования сводятся в официальные документы, законы и указы.

Так, результатом проведенных процессов прогнозирования и планирования в Республике Татарстан в 2015 году стал Закон о утверждении Стратегии социально-экономи-

ческого развития Республики Татарстан до 2030 года, имеваемый в дальнейшем «Татарстан-2030». Данный закон, принятый Государственным Советом Республики Татарстан от 10 июня 2015 года, гласит о ведении мер государственного управления для всестороннего развития Республики Татарстан. «Татарстан-2030» — это стратегия долгосрочного развития, направленная на увеличение конкурентоспособности региона на федеральном и мировом уровне. Также, одними из приоритетов Стратегии являются формирование новой эффективной экономики, развитие инновационной деятельности и высокотехнологичных секторов экономики. Данная Стратегия разработана по поручению Президента РТ Минниханова Р.Н. в 2013-2015 гг. В ходе разработки был проведен анализ деятельности органов государственной власти, выявлены проблемы и спрогнозированы возможные последствия от принятых решений.

Литература:

1. Закон об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года/Текст// 17.06.2015 — Закон об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года — 1 с.
2. Барциц, И.Н. Система государственного и муниципального управления: курс лекций: в 2 т. Т. 1 Игорь Барциц.-М.: // Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020.-119 с.
3. <https://invest.tatarstan.ru/ru/advantages/strategy-2030/> — Электронные ресурсы — Стратегия 2030 //Закон об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года-17.06.2015.: — 1 с.

Анализ финансового состояния ООО «Агрофирма «Труд»

Мещерякова Весна Константиновна, студент

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

В статье представлена основная сущность финансового состояния. Рассмотрена краткая характеристика объекта исследования. Проведён анализ основных показателей, характеризующих финансовое состояние ООО «Агрофирма Труд».

Ключевые слова: финансовое состояние, предприятие, анализ финансового состояния, финансы предприятия, платежеспособность.

Одной из самых важных характеристик стабильного положения предприятия является его финансовое состояние. Данная характеристика отражает состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени [2, с. 45].

Финансовое положение предприятия считается стабильным, если оно покрывает за счет собственных средств не менее 50% финансовых ресурсов, необходимых для проведения нормальной хозяйственной деятельности, эффективно использует свои финансовые ресурсы, а также соблюдает финансовую, кредитную и расчетную дисциплину.

Прогнозы, планирование действий, выполнение целей Стратегии за период 2015-2021 гг. определенно имеет эффективность. Объем привлеченных инвестиций возрос на 35%, а общий объем финансовых ресурсов, направляемых на инвестиции достиг отметки в 2,4 трлн. руб.

Делая выводы, возможно в лишний раз удостоверится в первостепенной роли прогнозирования и планирования в рамках не только государственного управления, но и при решении оперативных задач. Для центрального постоянства места и роли прогнозирования и планирования необходимо постоянно усовершенствовать методы деятельности, ведь роль прогнозирования возрастает с ускорением НТР и усложнением задач управления. За прогнозированием будущее, ведь слаженная работа всех структур управления напрямую зависит от ранее запланированного хода решений.

Главное условие обеспечения стабильного финансового положения предприятия — это рост объёма продаж, который является источником покрытия текущих издержек, создаёт необходимую для нормального функционирования величину прибыли. В данных условиях роста прибыли финансовое состояние предприятия укрепляется, кроме этого, появляются новые возможности расширения бизнеса, вложения средств в совершенствование материальной-технической базы, а также освоение новых технологий и так далее [4, с. 63].

На примере ООО «Агрофирма Труд» был проведён анализ финансового состояния предприятия.

Полное наименование предприятия Общество с ограниченной ответственностью «Агрофирма «Труд».

Юридический адрес: 617438 Пермский край, Кунгурский район, село Троельга, ул. Ленина 7.

Хозяйство зарегистрировано в Администрации Кунгурского района от 27.06.1997 г.

ООО «Агрофирма «Труд» — многоотраслевое сельскохозяйственное предприятие, деятельность которого связана с производством и переработкой сельскохозяйственной продукции.

Основные виды деятельности:

- производство и переработка молока,
- молочное и мясное скотоводство,
- производство зерновых и кормовых культур.

Перспективное направление хозяйства — молочное и мясное скотоводство.

ООО «Агрофирма «Труд» расположена в центральной части Кунгурского района. Центральная усадьба — с. Троельга находится в 90 км от областного центра г. Перми и в 40 км от районного центра г. Кунгура. Общая земельная площадь хозяйства 10723 га, в том числе сельхозугодий 9264 га, из них пашни 9264 га, пастбищ 1459 га. Землепользование хозяйства компактное, но велика расчлененность территории, что компенсируется обеспеченностью дорог с твердым покрытием между населенными пунктами и производственными центрами. Состояние земельного фонда характеризуется значительной освоенностью. В хозяйстве ведётся работа по вовлечению новых земель в пашню и коренному улучшению имеющихся [3].

В таблице 1 представлен анализ основных экономических показателей деятельности ООО «Агрофирма «Труд» за 2018-2020 года.

Таблица 1. Основные экономические показатели деятельности предприятия (тыс. руб.).

Наименование показателя	2018	2019	2020	Темп прироста за 2 года, %
Выручка	579457	602302	671910	15,96
Себестоимость продаж	(508034)	(530967)	(585165)	15,18
Валовая прибыль (убыток)	71423	71335	86745	21,45
Прибыль (убыток) от продаж	71423	71335	86745	21,45
Проценты к уплате	(3915)	(1728)	(3478)	-11,16
Прочие доходы	133028	78108	111717	-16,02
Прочие расходы	(93582)	(44133)	(84283)	-9,94
Чистая прибыль (убыток)	106954	103582	110701	3,50

Выручка от продаж выросла за 2 года на 15,96% и составила 671 млн. руб.

Чистая прибыль за 2 года увеличилась на 3,5% и составила 110 млн. руб.

Динамика трех ключевых показателей рентабельности предприятия за 2018-2020 года приведена в таблице 2.

Таблица 2. Показатели рентабельности предприятия (в %).

Наименование показателя	2018	2019	2020	Изменение 2020 к 2018 (+/-)
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	12,9	11,8	12,3	-0,6
Рентабельность собственного капитала (ROE)	8	8	9	1
Рентабельность активов (ROA)	6,8	7	8,1	1,3

Таким образом, за 2020 год рентабельность продаж снизилась на 0,6%, рентабельность собственного капитала практически осталась не измененной, рентабельность активов увеличилась на 1,3%.

В таблице 3 рассчитаны показатели, рекомендованные в методике Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве) (Распоряжение N 31-р от 12.08.1994; к настоящему моменту распоряжение утратило силу, расчеты приведены в справочных целях) [1].

Таблица 3. Коэффициенты ликвидности за 2019-2020 года.

Показатель	2019	2020	Нормативное значение	Соответствие фактического значения нормативному на конец периода
1. Коэффициент текущей ликвидности	13,29	6,42	не менее 2	соответствует
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,53	0,57	не менее 0,1	соответствует
3. Коэффициент утраты платежеспособности	x	2,35	не менее 1	соответствует

Анализ структуры баланса выполнен за период с начала 2020 года по 31.12.2020 г.

Поскольку оба коэффициента на 2020 год оказались в рамках установленных для них норм, в качестве третьего показателя рассчитан коэффициент утраты платежеспособности. Данный коэффициент служит для оценки перспективы утраты организацией нормальной структуры баланса (платежеспособности) в течение трех месяцев при сохранении имевшей место в анализируемом периоде

динамики первых двух коэффициентов. Значение коэффициента утраты платежеспособности (2,35) указывает на низкую вероятность значительного ухудшения показателей платежеспособности ООО «Агрофирма «Труд» в ближайшие три месяца.

Итак, ООО «Агрофирма «Труд» является успешным сельскохозяйственным предприятием Пермского края с 1997 года. Его деятельность рентабельна и приносит предприятию чистую прибыль для дальнейшего развития.

Литература:

1. Федеральное управление по делам о несостоятельности (банкротстве) распоряжение от 12 августа 1994 г. N 31-р. — Текст: электронный // consultant. ru: [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_4847/fa43d878459b3a704b8e98ff0a9f31f197ee4c84/
2. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие/автор-составитель М.Ф. Тяпкина. — Иркутск: Иркутский ГАУ, 2019. — 117 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133386> — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. ООО «Агрофирма «Труд»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ. — Текст: электронный // audit-it.ru: [сайт]. — URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/5940508515_ooo-agrofirma-trud
4. Экономический анализ в 2 ч. Часть 2.: учебник для вузов/Н.В. Войтоловский [и др.]; под редакцией Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 302 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10999-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473100>

Рынок услуг недвижимости во время пандемии коронавирусной инфекции

Молянов Алексей Андреевич, студент магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

Статья посвящена исследованию такого сегмента рынка, который оказывает услуги в сфере недвижимости. Автором рассматриваются изменения рынка услуг недвижимости, тенденции и активность компаний в рекламной среде. Актуальность темы подчеркивается за счет нового опыта кризиса и методов выхода из него в данной сфере, связанных с ковидными ограничениями.

Ключевые слова: рынок недвижимости, компания, Россия, Москва, Санкт-Петербург, время пандемии, пандемия, оказание услуг недвижимости.

Рынок недвижимости России в своем процессе эволюции подчиняется общим законам экономики, хотя специфика нашей страны, естественно, накладывает на него отпечаток. Общий вектор рынка — в направлении от стихийного к уравновешенному и цивилизованному.

Для анализа рассмотрим российский рынок недвижимости классическим методом, делая основной упор на рыночном и рекламном аспектах. В силу неоднородности и специфичности предмета рассмотрения основное внимание будет уделено рынку жилой недвижимости с фокусом на наиболее интенсивный и развитый — московский рынок.

Стадия становления рынка жилой и коммерческой недвижимости в России была специфической и имела ряд особенностей. К наиболее значимым отличительным чертам можно отнести цены, заниженные в несколько раз из-за оценки на основе балансовой стоимости, много-

кратное превышение спроса над предложением, неразвитость риелторских услуг. Так как рынок услуг недвижимости связан напрямую с недвижимостью, то таким ИТ компаниям как Циан, Domofond, Domclick, Avito Недвижимость, Яндекс Недвижимость и тому подобным, приходилось постоянно адаптироваться под пользователя во всех условиях.

Рынок постоянно изменяется, появляются новые факторы влияния на рынок из вне, поэтому этапов роста и падения рынок перетерпел не мало. Последний этап спада рынка недвижимости был вызван пандемией коронавирусной инфекции. Он начался в первой половине 2019 года.

Характерными особенностями этого периода были упадок платежеспособности населения, снижение спроса на услуги риелторов и в целом на недвижимость. В режим самоизоляции бизнес перешел 30 марта. Была приостановлена работа офисов продаж застройщиков, агентств недви-

мости, центров госуслуг, отделения Росреестра и банки работали в ограниченном режиме. Все эти ограничения осложнили проведение сделок на рынке недвижимости. После начала пандемии активность арендаторов значительно снизилась, и стало очевидно, что рынок недвижимости фактически остановился, в том числе и коммерческий. И если рынок класса А в целом не демонстрирует значительного роста вакансий, то в классе В уже очевиден рост вакантных площадей, особенно заметный в абсолютных значениях. [3]

Практически все агентства по оказанию услуг недвижимости видоизменяли свои уникальные торговые предложения и снижали ставки по жилью и услугам риелторов, предлагали новые возможности, для того чтобы поддержать клиентов и, соответственно, спрос. Например, чтобы разместить объявления на сайте некоторых компаний по оказанию услуг недвижимости до пандемии, необходимо было оплачивать услугу, чтобы существовать на сайте или выйти в топ объявлений. Когда наступила пандемия, например, компания Циан пошла на встречу и отменила все оплаты — тем самым, вероятно, потеряв маржинальность, однако поддерживая объем активных пользователей, которые, вероятно, интересуются на будущее, а также способствуя переманиванию пользователей у конкурентов. [5]

Убыток компаний в логичном ключе спровоцировал отзыв рекламных бюджетов, чтоб не обанкротить компанию и иметь в обороте средства. Те компании, которые имели так называемую «финансовую подушку» смогли устоять на плаву и во время пандемии. Но реклама — двигатель торговли, особенно в современном Digital пространстве и тем более для IT компаний.

Полностью отказались от рекламной деятельности лишь те компании, что проявляли слабую рекламную активность до начала пандемии. Флагманы индустрии поддерживали спрос и проводили постоянную рекламную активность для своих потенциальных клиентов. Например, та же компания Циан — она развивалась и в пандемию, в том числе и реклама — вырабатывались новые стандарты и подходы типовых рекламных кампаний жилых и коммерческих объектов в Digital каналах рекламы. Такой вывод можно сделать так как реклама компании Циан не прекращалась, хоть и снизила частотность. Таким же методом пользовался проект от Сбера — Domclick.

Так как активность населения в Digital во время пандемии выросла в 1,5 раза, это было основной тенденцией в пандемию, что все переходят в Digital: рабочая деятельность, учебная деятельность, выросла покупательская активность через интернет. [6] В этот период формировалось знание о бренде за счет использования рекламных инструментов, как медийных, так и перформанс.

Однако в этой же реальности существовал страх — резко потерять свои сбережения, который спровоцировал высокий спрос на покупку жилья. На этом и сделали упор рекламодатели, увеличивая долю от продажи всех типов недвижимости.

После пандемии, со второй половины 2020 года, спрос и предложение начали выравниваться, уровень доходов населения стабилизировался и начал расти. Появилась активность в сфере недвижимости, владельцы жилых комплексов, которые строили новостройки в пандемию, имели потребность в продаже объектов недвижимости и поэтому рос спрос у таких флагманов услуг недвижимости.

В завершении этого периода четко формируется один из ключевых мотивов потребительского поведения (прежде всего в Москве и Санкт-Петербурге) — рассмотрение приобретения недвижимости как одного из самых выгодных способов инвестиций собственных средств. Предпочтения покупателей данного сегмента обусловлены желанием выгодно вложить деньги и не прогореть, нежели реальными вкусами и пожеланиями качественных характеристик дома и его местоположения, что является приоритетом сегмента покупателей недвижимости для решения жилищного вопроса. На первое место для обоих сегментов выходят надежность и имя застройщика. Что касается непосредственно продавцов, то они в поисках конкурентного преимущества все больше внимания уделяют профессиональным рыночным атрибутам: маркетингу, рекламе, PR, включая имиджевую составляющую.

За все время изменения рынка, изменилась и психология потребителя. На всем пути эволюции данной области детально прослеживается смена приоритетов: уже не продавец диктует покупателю правила игры, а покупатель, став более образованным и разборчивым в вопросах рынка и рыночных отношений, предъявляет более высокие требования к предлагаемому товару (его качественным характеристикам). Пришло осознанное, рациональное, продуманное решение, в основе которого лежит четкое понимание собственных предпочтений и представлений о желаемом жилье и его назначении.

Рынок предложения тоже несколько меняет свою структуру, ориентируясь на потребителя. В связи с увеличением прослойки людей, причисляющих себя к среднему классу, рынок реагирует на эту тенденцию растущим количеством проектов бизнес-класса. Пандемия коронавируса не стала исключением. Потребитель стал более «капризный», а значит это, что он понимает, чего хочет и знает свои потребности и ценности сбережений. А компании в сфере услуг недвижимости, которых не так мало, сами создали конкуренцию, когда потребитель спокойно может переμεйтнуться между конкурентами. Объем пользователей в интернете вырос во время пандемии, и теперь более опытный клиент может сам изучать рынок и предложения конкурентов, используя как свои навыки, так и специальные платформы по отзывам.

Стабильный и надежный рынок недвижимости с благоприятным инвестиционным климатом дает прирост в среднем 5-10% в год. Такие показатели характерны для нашей страны и пока являются основным ориентиром

при определении надежности и цивилизованности рынка недвижимости.

Если сравнивать активность с недвижимостью в Москве, Санкт-Петербурге и в целом по России, то жители столицы более активно приобретают жилье — 4,6% домохозяйств в 2020 году, а москвичи от петербуржцев не сильно отстают — только 3,3% домохозяйств в Санкт-Петербурге приобрели недвижимость в 2020 году.

По данным исследования Marketing Index/TGI компании TNS — все большее количество москвичей и петербуржцев отдают предпочтение новостройкам. Однако в регионах картина складывается иначе — там приоритет отдается вторичной недвижимости. Это связано с уровнем дохода населения в регионах ниже, чем в столицах.

По данным компании Google, интерес к рынку недвижимости среди интернет — аудитории (характеризуемый количеством тематических запросов) вырос в два раза за последние два года (2018-2020 года). По итогам вторых

шести месяцев 2020 года количество запросов в целом по России увеличилось на 23% относительно аналогичного периода 2019 года.

Во втором полугодии 2021 года специалисты Google ожидают увеличение интереса аудитории к рынку недвижимости на 25% по сравнению с прошлым годом.

Подводя итоги всего вышесказанного, можно отметить, что рынок недвижимости достаточно переменчив в виду того, что появляются новые факторы влияния на рынок извне. Но, несмотря на различные преграды, а в настоящее время это — пандемия коронавирусной инфекции, многие агентства по оказанию услуг недвижимости все же смогли адаптироваться к данной ситуации и, приняв решительные действия, у них получилось удержать объем активных пользователей и более того, переманить к себе новых у конкурентов. Это значит, что рынок недвижимости способен ориентироваться на потребителей и, в определенных обстоятельствах, готов изменять свою структуру.

Литература:

1. Основы современного маркетинга: Учебник/Д. А. Шевченко — 2-е издание, перераб. и доп. — М.:Издательско-Торговая корпорация «Дашков и К», 2021. — 613 с.
2. Ромат, Е. Реклама: учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2008. — 29 с.
3. Все на складе: как рынок коммерческой недвижимости переболел коронавирусом. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/420723-vse-na-sklade-kak-rynok-kommercheskoy-vedvizhimosti-perebolel-koronavirusom/> Дата обращения — 27.04. 2021
4. Стресс-тест рынка: что будет с жильем, арендой и ипотекой после пандемии. URL: <https://realty.rbc.ru/news/5ec4ff9fa79470c6704ce5c> Дата обращения — 27.04. 2021
5. Циан вводит бесплатное размещение объявлений. URL: <https://www.cian.ru/stati-tsian-vvodit-besplatnoe-razmeschenie-objavlenij-304417/> Дата обращения — 28.04. 2021
6. Пандемия охватила интернет-торговлю. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4390945> Дата обращения — 27.04. 2021

Relationship between financial structure and economic development in Afghanistan

Mohammad Hassan Bashiri ibn Mohammad Omar, student master's degree program
Termez State University (Uzbekistan)

In the globalization age, there are various thoughts about the relationship between financial structures and economic development. However, the empirical results are ambiguous and vary according to financial development measures, function form; estimation method; and data frequency (Elsayed, Attia Ahmed 2013). After the 1990s, the world witnessed a growing interest in exploring a possible link between financial structure and economic activities (Angadi, 2003). Over the last four decades, the relationship between financial structure and economic development has received considerable attention. The theoretical foundation of the relationship between finance and development goes back to Adam Smith. He stated that «the trade of Glasgow»s city doubled in about fifteen years after the first erection of the banks in Scotland. (Smith, 1776, p. 315). Since then, the relationship between financial development and economic growth has gained more attention in the literature. Over the last four decades, one apparent critical aspect of financial sector development in the world economy is financial liberalization, affecting economic growth.

Keywords: globalization, relationship, financial structure, development, economic growth, payment services.

Over the last four decades, the relationship between finance and economic growth has received considerable

attention. The theoretical foundation of the relationship between finance and development goes back to Adam Smith,

who stated that «the trade of the city of Glasgow, doubled in about fifteen years after the first erection of the banks there; and the trade of Scotland has more than quadrupled since the first erection of the two public banks at Edinburgh» (Smith, 1776, p. 315). Moreover, Schumpeter (1911) highlighted the importance of the banking system and financial intermediaries in economic growth and the circumstances when financial markets could stimulate capital accumulation and future growth through funding innovations and productive investments. Besides, Robinson (1952) suggested that, as the real economy grew, more financial services and institutions arose to satisfy the demand for financial assistance. Namely, financial development follows economic growth.

However, a clear theoretical framework for the financial liberalization thesis lacked until the publications of McKinnon (1973) and Shaw (1973), which provided a concrete theoretical framework to the link between financial liberalization and economic growth. According to the McKinnon and Shaw thesis, higher interest rates, resulting from financial liberalization policies, induce households to increase their savings. On the one hand, these policies encourage and boost the financial intermediation process and, on the other hand, they accelerate the supply of loanable funds available to the private sector. In turn, this has a positive impact on the level of investment, the efficient allocation of capital resources, and economic growth.

The positive ties between the level of financial infrastructure and economic development have been widely recognized in the pioneering works of Gurley and Shaw, Schumpeter, Goldsmith, Patrick, Greenwood and Javanovic, Bencivengo and Smith, Diamond and Dybvig, Prescott and Boyd, and Sussman and Zeira. As Mark Gertler (1988) aptly observes, the theoretical literature's salient feature is that «the theoretical models developed thus far are highly stylized and capable of generating only qualitative prediction.

Furthermore, Schumpeter (1911) highlighted the importance of the banking system and financial intermediaries in economic growth and the circumstances when financial markets could stimulate capital accumulation and future growth through funding innovations and productive investments. Besides, Robinson (1952) suggested that more financial services and institutions arose to satisfy financial assistance demand as the real economy grew. Namely, financial development follows economic growth.

The present study analyzes the implications of financial structure for a country's economic development. In the era of globalization, economists, businesses, and entrepreneurs have paid considerable attention to the impact of the financial system on a country's economic growth. However, there is a lack of empirical studies on this issue in Afghanistan, primarily to assess the relationship between the financial system structure and economic development in the context of Afghanistan. The questions will raise here, what is the relationship between a country's financial design and its economic growth? And how do a country's financial structure and economic development relate to the extent of its participation in the global economy? In particular, is there a relationship between domestic financial

structure and involvement in international capital markets? Few would doubt that countries with highly developed financial systems might well export capital to other countries. But are there conditions under which having such a system might also promote imports of capital? Therefore, the current study will examine the practical link between the financial structure and economic development.

The investigation of the relation between the structure of the financial system and economic growth is also essential from a public policy makers' perspective. The systematic review of literature results could suggest what type of financial system structure should be stimulated by policymakers because it is essential for long-term economic growth and development.

Statement of the problem

The financial structure is the engine house that drives an economy's productive activity. It performs the vital role of intermediation, provider of payment services, and helps governments carry out monetary policy. The financial sector has long been identified as instrumental to the development of any economy. Financial structure and economic growth reinforce each other, and without a sound financial system, economic growth would not achieve.

Afghanistan has received a considerable amount of foreign aid from multilateral agencies and donor countries to build up its financial system and boost economic growth. It seems that the financial system in Afghanistan stalled poor, and economic growth had remained bedeviled in the country even though considerable money has been spent to restore the economy.

Significance of the study

Today the financial structure has become inevitable to economic development. Economists have more than enough reasons to explore the financial system's impacts on many aspects of the economy. This includes how the financial system affects economic development. Bearing this in mind, this work provides a comprehensive study on the financial structure — economic development nexus. This study's outcome will benefit the operators of financial institutions, government, people in business, and individuals.

Research methodology

The thesis aims to investigate, from different perspectives, the link between finance and growth. The methodological and analytical approaches used in the idea are drawn from the finance-growth literature. On the one hand, this study assesses and critically analyses the literature on finance and growth. Furthermore, the study utilizes some descriptive analysis to investigate the development of Afghanistan's financial system during the period of securitization. In sum, this study will rely on secondary data collection, including books, journals, international organization reports, government reports, and other related issues, which would be the primary source of data collection. Besides, the relevant data will be collected from national and international statistical agencies.

Conclusion

This study will be most significant to the banking sector; the need for a consistent, transparent, and fair policy for all the

sector players will be revealed. The study is also significant to the government. It will help the government drive for fiscal adjustment and the development of more flexible financing op-

tions. Besides, the study will remain a valid reference document for all students and researchers researching the same or similar topic.

References:

1. Abu-Bader, S. and Abu-Qarn, A. M. (2008). —Financial development and economic growth: empirical evidence from MENA countries. *Review of Development Economics* 12. 803-817.
2. Bencivenga, V. R. and Smith, B. D. (1991). —Financial Intermediation and Endogenous Growth. *Review of Economic Studies*, 58, pp. 195-209
3. Blackburn, K. and V. T. Y. Hung (1998), —A Theory of Growth, Financial Development, and Trade, *Economica*, 65: 107-24.
4. Boyd, J. H., and B. D. Smith (1992), —Intermediation and the Equilibrium Allocation of Investment Capital: Implications for Economic Development, *Journal of Monetary Economics*, 30: 409-432.
5. Demirguc-Kunt A., and Detragiache, E. 1999. «Financial Liberalization and Financial

Exploring the essence of the Blue Ocean Strategy

Omarova Marzhan Yernarovna, student mba programs;
 Makisheva Saule Maratovna, student mba programs
 Almaty Management University (Kazakhstan)

The authors of the article have reviewed and systematized several extant theoretical literature on the Blue Ocean Strategy. The authors have made an attempt to describe the concept and focused on the importance of enterprise strategy successful implementation at enterprises. Moreover, the role of competition in achieving the strategic goals of any organization has been analyzed. The article briefly outlines two types of competitive behavior and describes the principles for implementing the Blue Ocean Strategy.

Key words: strategy, Blue ocean strategy, Red Ocean, innovations, competition.

Over the past 15 years, the Blue Ocean concept has become more and more popular. The authors of the book «Blue Ocean Strategy» W. Kim Chan and Renee Mauborgne argue that: «The Blue Ocean Strategy is about how to create a free market niche and stop being afraid of competitors» [1].

The relevance of the chosen topic lies in the fact that at the present stage of economic development, the priority is given not only to innovations and innovation processes at enterprises but also to actions of enterprises to combat competitors. This is a rather laborious process, even in a more or less free market, requiring additional time and financial costs. Therefore, enterprises that do not have a well-thought-out strategy of behavior on the market are unlikely to become strong players in a competitive environment, be it locally and or globally.

It is noteworthy to say that the market itself, the competition, and the strategic behavior of companies drive all participants to look for new forms of product promotion on the market and new methods of attracting potential buyers.

In the XXI century, this problem is becoming more and more urgent due to the growth of similar enterprises. To increase productivity, somehow simplify and reduce the cost of the technological process, many companies resort to innovative technologies, which they sometimes create on their own. In addition, the study of the main principles and tenets of the Blue Ocean Strategy enables top managers and owners of en-

terprises develop and master their entrepreneurial and creative abilities.

For the first time the term «Blue Ocean Strategy» has been mentioned by Kim Chan and Rene Mauborgne who are the authors of the book — the «Blue Ocean Strategy». This book is based on their fifteen years long research during which the authors of the concept use 150 successful strategies as examples over a time span of 120 years among 30 industries that have made the Blue Ocean Strategy a reality. The book has been translated into 40 languages of the world and sold over two million copies [2].

The study of the aforementioned authors included exploring the notions of competition and strategy. The meaning of the word «competition» is known to everyone. It is a rivalry, sometimes a struggle, between two or more market participants for the best production conditions or sale of products. In other words, competition as rivalry in any field between individual legal entities or individuals (competitors) interested in achieving the same goal [3]

The first definition to the term «strategy» was presented in the book «Competitive Strategy» by Michael Porter, which was published in 1980. Strategy, in his opinion, is the result of analytical calculations, depending on the position of the planning object in relation to the other participants in the external environment. That is, in practice, the developer of the strategy,

using analysis, must choose the best of all possible options for success, so that managers can implement it.

Speaking about the development strategy of an organization, it is necessary to understand that the strategy, on the one hand, is deterministic or well-planned, and on the other hand, it is stochastic, i. e. formed under the influence of random factors. The mobility and instability of the company's external environment affects the predominance of one of these components, which ultimately affects the final strategy of an organization [4].

It follows from the foregoing that a strategy is a combination of quick decisions and planned actions to adapt the company to a changing situation, to new opportunities that allow obtaining competitive advantages and, of course, to new threats of weakening the competitive position of an organization.

The strategy covers various issues of the theory and practice of preparing an organization to conduct its activities, explores the patterns of the internal and external environment (economic, political and organizational components), develops numerous methods and forms of preparation for the implementation of strategic actions.

This way the strategy is a model that integrates the main goals of an organization, its policy and actions into a coherent whole. Strategy is not just an idea of how a company should behave in relation to a competitor. It also touches upon the deeper and more fundamental aspects of an organization's activities. At its potential, a strategy can deal with anything: products and processes, suppliers and customers, controls, the organization's own interests and social obligations, and so on.

A properly designed and formulated strategy helps to organize and allocate limited resources of a company in the most efficient way, taking into account changes in the external and internal environment of an organization.

In other words, the organization's strategy is a comprehensive set of long-term programs of action and political attitudes of an organization, within the framework of which the goal is achieved. It is to some extent a model of enterprise management, and, therefore, influences the formation of a way of thinking.

To sum up everything stated above, the strategy should be viewed from different angles:

- the strategy brings together different parts of an organization into a single whole;
- the strategy is a means of achieving the final result;
- the strategy covers different aspects of an organization;
- the strategy affects the compatibility of all the individual components of an organization;
- the strategy offers answers to the main key questions about the organization: what is the business today? What should this business be like tomorrow? What are the main products, functions and markets? What needs to be done to ensure that the goals are met?
- the strategy is the result of an analysis of the strengths and weaknesses of an organization, identification of its capabilities and obstacles to development;
- the strategy is a planned response of an organization to changes in the external environment [5].

The opposite to the concept of the «Blue Ocean Strategy» is the concept of the «Red Ocean», an environment in which a fierce struggle is waged for each consumer, in which competition is at the highest level and, moreover, the players of the «Red Ocean» are not always ready to act according to the rules and laws of competition.

Table 1 presents a comparative analysis of the main points of the strategies of «Blue» and «Red» «Oceans».

Table 1. A comparative analysis of the Blue Ocean and Red Ocean strategies

The Blue Ocean Strategy	The Red Ocean Strategy
The idea is to create a new, uncontested market place	Business is done in the existing market place
Competition is totally irrelevant	Focus is on the beating the competition
Creating the new demand	Using the existing demand
Value cost-trade-off is not so relevant	Value cost-trade-off is important
The whole system of company activities aimed at the pursuit of products differentiation and low cost	The whole system of company activities focused on the strategic choice between products differentiation or low cost
Note: based on source [1] W. Chang Kim, Mauborgne, Blue Ocean Strategy (2005), p. 18	

As it can be seen, these strategies are fundamentally different from each other. Companies that are stuck in the Red Ocean tend to follow the traditional approach, seeking to be in the best position to defeat competitors within the industry's order. The creators of «Blue Oceans» are not equal to their competitors. Instead, they subordinate their actions to a different strategic logic called value innovation. Value innovation is a new way of thinking and executing strategy that creates a Blue Ocean and moves away from competition. Value innovation implies that the same emphasis is placed on both value and innovation.

Table 2 provides examples of companies practicing the Blue Ocean strategy.

The main peculiarity of the Blue Ocean Strategy is in the fact that this approach is grounded on «value innovation» (a combination of novelty, practicality and low costs). Value innovation is not a competitive advantage, but something that makes competition meaningless as the company moves to a fundamentally new level. Companies that discovered new market spaces used the logic of «value innovation», as a result, they were able to develop without the fear of competition, to form and get a new flow of demand.

Table 2. **Blue Ocean strategy and examples of companies**

	Company and country	Industry	A brief description
1	Cirque du soleil (France)	The circus sphere	Cirque du Soleil did not win in a dying circus industry, which was focused solely on children; instead, it took the best from the classic circus, added innovation and attracted an audience of solvent adults.
2	Flysurfer (France)	Production of several types of kites	This company manufactures its products in the most advanced aviation sports programs and is the only manufacturer to test its materials in a wind tunnel. This is what keeps Flysurfer one of a kind. The innovative solutions and intensive test results of kiteboards are exclusive in the entire market. For instance, they produce special devices for jumping and towing a person through water, snow or land.
3	Canon (Japan)	Copier machines manufacturer	Canon has created a new market space by shifting the target audience of the copier industry from corporate customers to direct copier users. Small, compact and easy-to-use, Canon printers created a new market space by focusing on the key competitive advantages: for example, the company has been dealing with secretaries who work with these printers.
4	Tile (USA)	Mobile device	Tile's GPS key fob is a device slightly smaller than a matchbox that houses a Bluetooth transmitter. The company has launched a specially developed application for a mobile phone or tablets which uses GPS tags, memorizes the coordinates of the location of the GPS Tile key fob and, if necessary, displays this position on the map.
5	Ikea (Sweden)	Furniture Production	Ikea products are known for the level of detail that is incorporated into their designs — their furniture can often be assembled even without tools. This fact is organically inscribed in their marketing. The brand has placed customer experience at the heart of their marketing strategy, driving it not only at individual needs and touchpoints, but also through the entire buying cycle.
Note: source [6]			

Thus, the development and implementation of the Blue Ocean Strategy is based on the following principles:

1. Reconstruction of the market boundaries.

The first principle of the Blue Ocean Strategy is to reconstruct the boundaries of the market in order to break out the world of competition and create a Blue Ocean.

2. Focusing on the big picture, not numbers.

This principle is fundamental for reducing risks. Here, an alternative approach to the existing strategic planning process is being developed, based not on the preparation of documents, but on the creation of a strategic canvas. This approach invariably results in strategies that unleash the creativity of employees, helping the company see Blue Oceans.

3. Going beyond the existing demand.

It is a key ingredient required to achieve value innovation. The company must challenge two traditional strategic practices. The first is focusing on existing customers. The second is the pursuit of greater segmentation in order to accommodate differences among buyers.

4. Adherence to the correct strategic sequence.

The next challenge is to create a sustainable business model. This leads to the fourth principle of the Blue Ocean Strategy: maintaining the correct strategic sequence. Value to the buyer, price, cost and implementation are elements of a correct strategic sequence.

The authors of the article made an attempt to describe the concept of the Blue Ocean Strategy firstly developed and proposed by such researchers as W. Kim Chan and Renee Mauborgne. This was a review of existing studies on the topic. This way, it can be concluded that creating Blue Ocean Strategy requires huge efforts and detailed study of all scenarios in the development of events at an enterprise. There are many examples of successful Blue Oceans, despite the fact that many executives find it challenging to create Blue Ocean Strategy. Nonetheless, the authors of the concept have proposed finding uncontested market space to implement the Blue Ocean Strategy and recommend company executives to look for all ways to create conditions for value innovations.

References:

1. Kim W.C. & Mauborgne R. (2005b). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make competition irrelevant. Boston: Harvard Business School Press.

2. Kim W. C., Mauborgne R. How strategy shapes structure. // Harvard Business Review. 2009. 87 (9). P. 72-80.
3. Kuratko D. F., Audretsch D. B. Strategic entrepreneurship: Exploring different perspectives of an emerging concept // Entrepreneurship Theory and Practice. 2009. 33 (1). P. 1-17.
4. Ackermann, F., & Eden, C. (2011). Strategic management of stakeholders: Theory and practice. Long Range Planning, 44, 179-196.
5. Allard, K. (2004). Business as war: Battling for competitive advantage. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
6. Полюян Е.В., Брагина М.П., Кузнецова Е.Л. Стратегия «голубых океанов» как современное направление в развитии бизнес-процессов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — № S13. — 0,5 п. л. — URL: <http://e-koncept.ru/2017/470158.htm>.

Инвестиционная привлекательность территории как стратегия роста

Панова Маргарита Николаевна, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье рассматривается стратегия роста инвестиционной привлекательности территории. Обозначены направления повышения инвестиционной привлекательности территории. Определены механизмы повышения инвестиционной привлекательности территории в зависимости от уровня развития территорий. Так же представлена стратегия роста инвестиционной привлекательности муниципального образования. Представлены методы разработки и механизмы реализации стратегии роста инвестиционной привлекательности муниципального образования. В конце исследования сделан вывод о том, что стратегия роста инвестиционной привлекательности — это разработка целей и задач развития территории в долгосрочной перспективе, эффективность которой определяется степенью продвижения к целям, а также насколько эффективно решаются проблемы социально-экономического развития.

Ключевые слова: стратегия роста, инвестиционная привлекательность, территория, социально-экономическое развитие.

Investment attractiveness of the territory as a growth strategy

The article deals with the strategy of increasing the investment attractiveness of the territory. The directions of increasing the investment attractiveness of the territory are outlined. The mechanisms of increasing the investment attractiveness of the territory depending on the level of development of the territories are determined. The strategy of increasing the investment attractiveness of the municipality is also presented. Methods of development and mechanisms of implementation of the strategy of growth of investment attractiveness of the municipality are presented. At the end of the study, it is concluded that the strategy for increasing investment attractiveness is the development of goals and objectives for the development of the territory in the long term, the effectiveness of which is determined by the degree of progress towards the goals, as well as how effectively the problems of socio-economic development are solved.

Keywords: growth strategy, investment attractiveness, territory, socio-economic development.

Особую значимость инвестиционной привлекательности имеет Российская Федерация, так как в ее составе огромные территории с разнообразными природными, социально-экономическими, культурными особенностями. Именно повышение инвестиционной привлекательности способствует экономическому развитию и притоку дополнительного капитала на территорию. При выборе конкретной территории, будь то муниципальное образование или регион, инвестор, в первую очередь, оценивает инвестиционный потенциал и риски, которые и определяют инвестиционную привлекательность.

Инвестиционную привлекательность территории можно определить как один из главных показателей уровня социально-экономического развития, который от-

ражает способности привлечения инвестиций, развития бизнеса, обеспечения доходов бюджета, а также стабильность в стратегическом росте. На рисунке 1 представлены направления повышения инвестиционной привлекательности территории.

Рассмотрим механизмы повышения инвестиционной привлекательности территории в зависимости от развития территорий в таблице 1 [2].

Можно отметить, что для разных групп территорий, относительно их развития, применяются механизмы повышения инвестиционной привлекательности территории, в то же время, общим для всех является потребность в разработке стратегии роста инвестиционной привлекательности каждой территории [1].

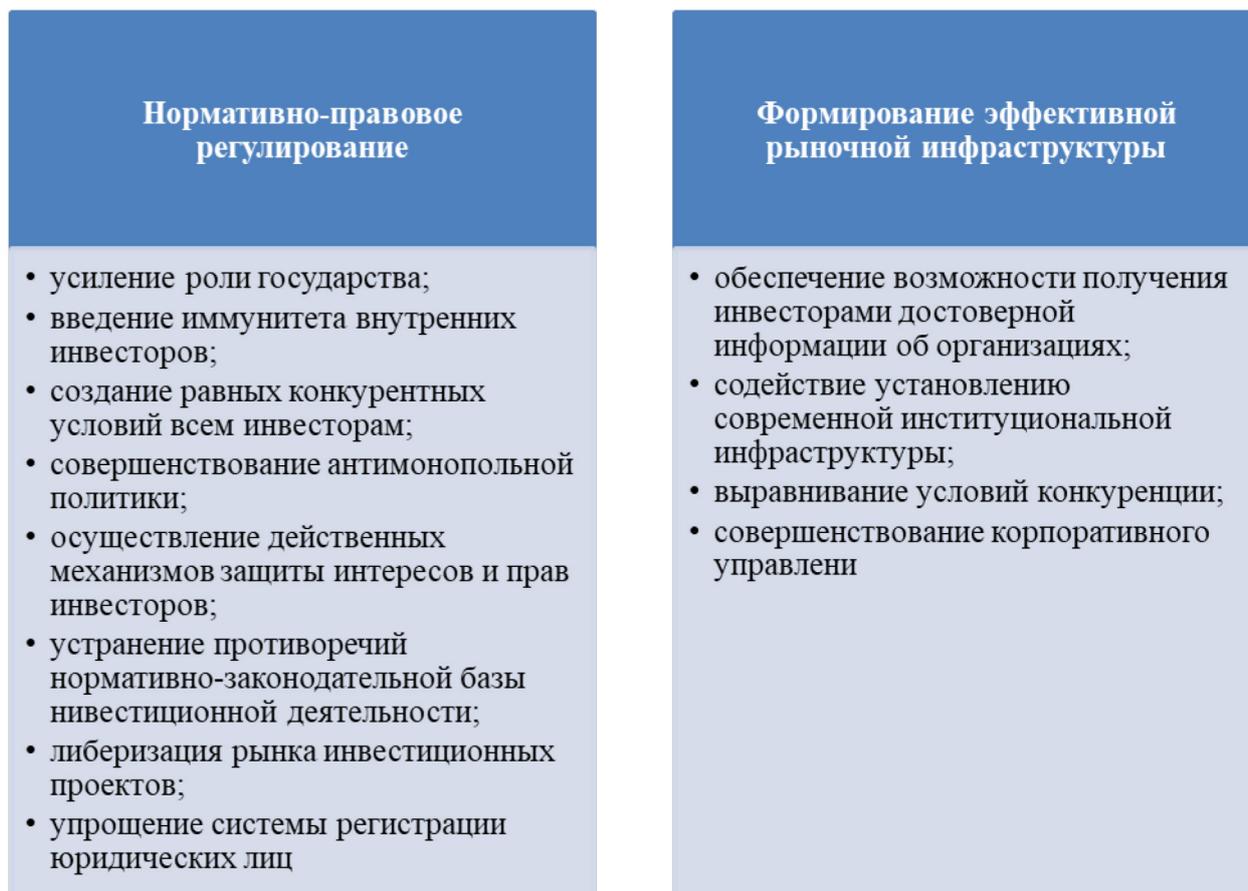


Рис. 1. Направления повышения инвестиционной привлекательности территории

Таблица 1. Механизмы повышения инвестиционной привлекательности территории в зависимости от уровня развития территорий

Уровень развития территории	Механизмы повышения инвестиционной привлекательности территории	Результат
Развитые территории	Либерализация экономической жизни муниципальных образований, сокращение прямого вмешательства государства в деятельность отдельных отраслей, при этом использование инструментов опосредованного действия: сокращение административных барьеров при реализации инвестиционных проектов; оптимизация процедур по доступу к инфраструктуре; совершенствование таможенного администрирования; меры налоговой политики; контроль инвестиций и защита прав инвесторов	Развитие инновационного, трудового, инфраструктурного, интеллектуального потенциалов территории, поддержание достигнутого уровня развития
Слаборазвитые территории	Создание общих экономических условий для результативного воздействия в муниципалитетах рыночных механизмов хозяйствования с ориентацией на общерегиональные цели и задачи (дотации; субсидии; налоговые кредиты и льготы; финансовая помощь посредством создания специальных фондов).	Развитие природно-ресурсного, производственного, потребительского, институционального потенциалов.

Стратегию роста территории можно определить как разработку целей и задач развития территории в долгосрочной перспективе. Стратегия повышения инвестиционной при-

влекательности является комплексным долгосрочным документом. В таблице 2 приведем основные разделы стратегии роста для муниципального образования.

Таблица 2. Стратегия роста инвестиционной привлекательности муниципального образования

Содержание стратегии	Характеристика
Основные разделы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегические характеристики и ресурсы развития. 2. Анализ инвестиционного климата. 3. SWOT-анализ. 4. Риски стратегии и риски привлечения инвестиций. 5. Стратегические цели, задачи и ключевые показатели инвестиционного развития. 6. Механизм реализации стратегии. 7. Мероприятия по улучшению инвестиционной привлекательности. 8. Факторы повышения инвестиционной привлекательности. 9. Перечень приоритетных инвестиционных проектов. 10. Оценка ресурсного обеспечения стратегии. 11. Социально-экономические результаты реализации стратегии.
Критерии эффективности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соответствие стратегическим целям инвестиционного развития. 2. Обеспечение совокупного объема инвестирования в развитие приоритетных отраслевых направлений. 3. Экономическая эффективность с учетом срока его окупаемости и прибыльности. 4. Улучшение условий жизнедеятельности местных сообществ. 5. Использование наукоемких, энергосберегающих, ресурсосберегающих, а также иных высокотехнологичных технологий.

Стратегия повышения инвестиционной привлекательности муниципального образования должна соответствовать стратегии развития региона в целом. На рисунке 2

представлены методы разработки и механизмы реализации стратегии роста инвестиционной привлекательности муниципального образования.

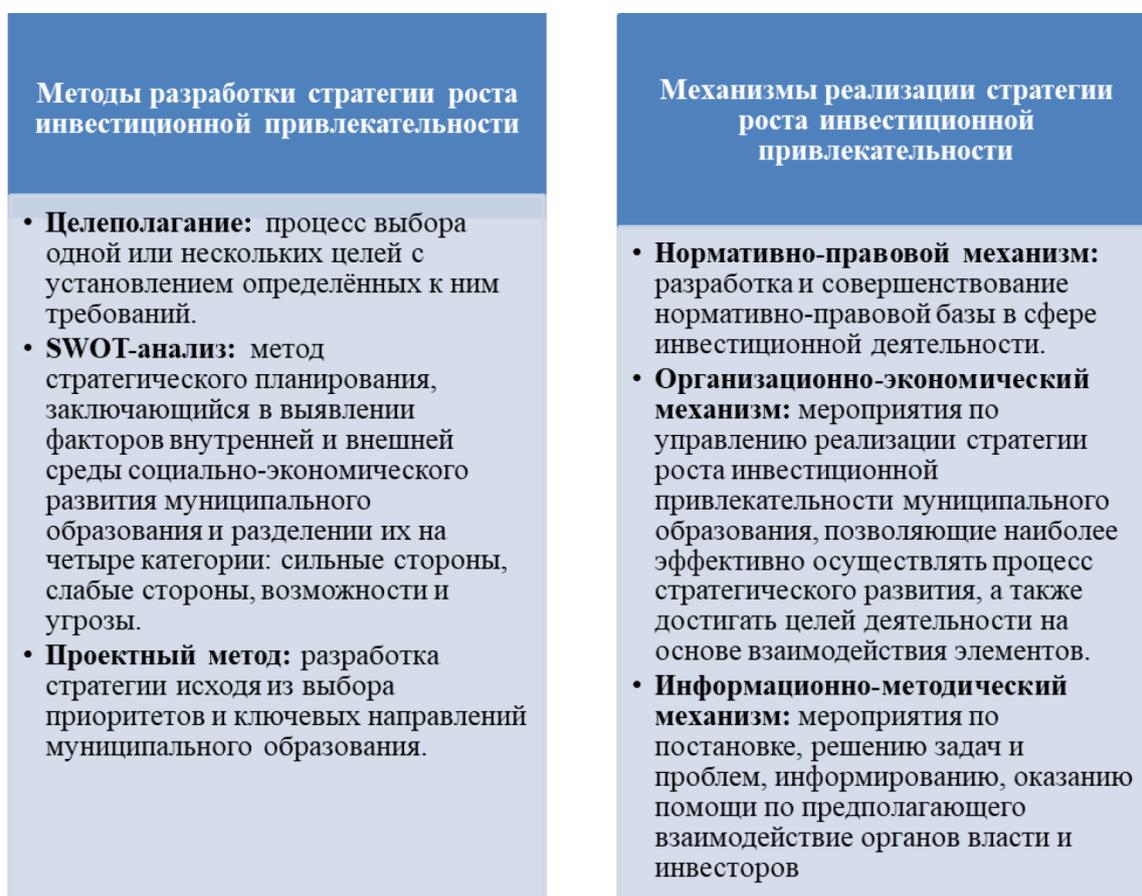


Рис. 2. Методы разработки и механизмы реализации стратегии роста инвестиционной привлекательности муниципального образования

Итак, стратегия роста инвестиционной привлекательности — это разработка целей и задач развития территории в долгосрочной перспективе, эффективность ко-

торой определяется степенью продвижения к целям, а также насколько эффективно решаются проблемы социально-экономического развития.

Литература:

1. Кабанова, И. Е. Социально-экономическое развитие муниципального образования через призму инвестиционного климата // Социум и власть. — 2017. — № 2. — с. 78-82.
2. Мякшин, В. Н. Методология формирования стратегии повышения инвестиционной привлекательности региона // Региональная экономика: теория и практика. — 2016. — № 28. — с. 46-55.
3. <https://web.snauka.ru/issues/2019/04/88970>

Основные показатели и тенденции развития экономики в сфере строительства в Хакасии в 2019-2020 годах

Попов Константин Вадимович, студент магистратуры
Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова (г. Абакан)

В статье раскрываются тенденции развития экономики в сфере строительства Республики Хакасия в 2019-2020 году. Ключевые слова: жилищное строительство, региональные программы Республика Хакасия.

Строительство во много определяет темпы развития экономики Республики Хакасия, решение важнейших социально-экономических задач.

Сегодня на территории нашей республики осуществляют свою деятельность 730 строительных организаций, большую часть всех строительных работ и услуг выполняют частные компании.

В 2020 году в регионе введено 287,3 тысяч кв. м жилья (116,0% к уровню прошлого года). Из них объём введённого индивидуального жилья — 131,4 тысяч кв. м (99,9%). Объём многоквартирного жилья — 155,9 тысяча кв. м. (92,4%). [1]

В целом, строительная отрасль занимает передовые позиции и обеспечивает потребности, как рынка, так и бюджетных заказов в этой сфере.

Средняя цена 1 кв. м общей площади всех типов квартир за 2020 года на первичном рынке жилья составила 48078 рублей, на вторичном рынке — 48299 рублей.

По данным Национального банка РХ за 2020 год предоставлено кредитными организациями физическим лицам республики 6111 ипотечных жилищных кредитов, на сумму 11 млрд 613 млн рублей. Средневзвешенная процентная ставка составила 7,27%, которая снизилась на 2,83% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. [3]

Большое значение для региона имеют федеральные и региональные программы развития жилищного строительства субъектов Российской Федерации, благодаря которым осуществляется строительство, реконструкция и разработка проектной документации на объекты социальной сферы, здравоохранения и культуры.

В 2020 году продолжились строительные работы на объектах капитального строительства «Радиологический корпус на базе ГБУЗ РХ «Клинический онкологический диспансер», «Жилой корпус на 200 мест «Туимский психоневрологический интернат». Завершены строительные работы и введены в эксплуатацию объекты «Русский республиканский драматический театр им. М.Ю. Лермонтова (реконструкция), Республика Хакасия», «Поликлиника на 350 посещений в смену в с. Белый Яр», приступили к реконструкции объекта ГБУЗ РХ «Республиканская клиническая больница имени Г.Я. Ремишевской». [2]

В рамках Национального проекта «Здравоохранение» (Федеральный проект «Борьба с онкологическими заболеваниями», Региональный проект «Борьба с онкологическими заболеваниями»), Государственной программы Республики Хакасия «Развитие здравоохранения Республики Хакасия» ведется строительство объекта: «Радиологический корпус на базе ГБУЗ РХ «Клинический онкологический диспансер».

Госпрограмма Республики Хакасия «Жилище», утвержденная постановлением Правительства Республики Хакасия от 27.10.2015 № 555 позволит создание условий, обеспечивающих снижение износа жилищного фонда, в том числе ликвидацию в среднесрочной перспективе аварийного и ветхого жилья; стимулирование малоэтажной застройки. [2]

Федеральным проектом «Жилье» в Республике Хакасия установлены значения показателя «Объём жилищного строительства». В 2019 г. введено в эксплуатацию 248 тыс. кв. м., 2020 г. — 278 тыс., Данные о планируемых к вводу квадратных метров приведены в таблице.

Таблица 1. Показатели «Объем жилищного строительства» в Республике Хакасия

Год	Количество планируемых к введению квадратных метров
2021	267,0 тыс.
2022	265 тыс.
2023	270 тыс.
2024	288 тыс.

Таким образом, темпы строительства снижать не планировалось. Но социально-экономическое развитие региона вносит свои коррективы. Например, в рамках мероприятий по стимулированию программ развития жилищного строительства субъектов Российской Федерации для республики установлены значения показателей по вводу жилья. Так, в 2020 г. — 37,5 тыс. кв. м, 2021 год — 31,5 тыс. кв. м, 2022 год — 47,4 тыс. кв. м, 2023 год — 65,1 тыс. кв. м, 2024 год — 76,7 тыс. кв. м. Достижение показателя в 2020 году обеспечено вводом в эксплуатацию

6 домов в жилом районе АРБАН г. Абакана общей площадью 37,54346 тыс. кв. м.

Но республика Хакасия, как и вся Россия в 2020 году развивалась в условиях преодоления последствий распространения новой коронавирусной инфекции, что негативно повлияло на динамику социально-экономического развития региона. Поэтому в строительной сфере зафиксирован спад объемов выполненных работ. Основные показатели по объему выполненных работ за 2019 и 2020 гг. представлены в таблице 2.

Таблица 2. Основные показатели экономического развития Республики Хакасия за 2019–2020 годы

Наименование показателя	Единица измерения	2019 год	2020 год
1	2	4	5
Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»	млрд рублей	18,0	18,3
	в % к предыдущему году в сопоставимых ценах	109,6	96,7
Строительство жилых домов	тыс. кв. м	247,4	287,4
	в % к предыдущему году	131,4	116,0

В 2020 году объем работ и услуг по виду деятельности «Строительство» выполнен на 18,3 млрд рублей, что ниже 2019 года на 3,3%.

Основное влияние на отрицательную динамику в строительной сфере оказало снижение объемов работ, выполненных по договорам строительного подряда: строительных специализированных прочих, не включенных в другие группировки; по строительству прочих инженерных сооружений, не включенных в другие группировки; по строительству коммунальных объектов для обеспечения электроэнергией и телекоммуникациями. Суммарный объем данных видов экономической деятельности в фактических ценах сократился на 11,7% к уровню 2019 года. По итогам 2020 года объем жилищного строительства увеличился на 16,0% к уровню 2019 года (с учетом жилых домов, построенных на участках для ведения садоводства). В рейтинге среди регионов СФО Хакасия находится на 5 позиции, среди субъектов Российской Федерации — на 50 позиции.

В январе-декабре 2020 года организациями всех форм собственности построено 39 жилых домов, населением — 954 жилых дома.

Общая площадь жилых помещений, введенных в эксплуатацию, составила 287,4 тыс. м² (с учетом жилых домов на участках для ведения садоводства). В результате высоких темпов роста жилищного строительства республика заняла 1 место среди регионов СФО и 11 место — среди регионов Российской Федерации. По итогам января-сентября 2020 года объем инвестиций в основной капитал по полному кругу организаций Республики Хакасия составил 18,9 млрд рублей (январь-сентябрь 2019 года — 20,9 млрд рублей), индекс физического объема в сопоставимых ценах — 83,4% к январю-сентябрю 2019 года. В результате отрицательной динамики Хакасия переместилась на 10 место среди регионов СФО и на 68 место — в Российской Федерации.

Таким образом, строительная отрасль является неотъемлемой частью экономической составляющей Республики Хакасия. Это динамичная часть рынка, в которую вовлечен большой капитал и большое количество кадров. Благодаря строительству пополняется казна республики, а также сглаживается большое количество социальных проблем.

Литература:

1. Об итогах деятельности Министерства экономического развития Республики Хакасия за 2020 год и задачах на 2021 года [Электронный ресурс]/Министерство экономического развития Республики Хакасия. —

Абакан, 2020. — режим доступа к источнику: <https://r-19.ru/authorities/ministry-of-construction-housing-and-utilities/docs/2507/>

2. Исследовано в России [Электронный ресурс]: Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Республики Хакасия по итогам работы за 2020 год/Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Республики Хакасия. — Абакан, 2020. — режим доступа к источнику: <https://r-19.ru/authorities/ministry-of-construction-housing-and-utilities/docs/2507/>
3. Хертек, У.У. Тенденции развития строительной отрасли в Республике Хакасия: научное издание [Текст]/У.У. Хертек // Вестник современных исследований. — Омск, 2017. — Вып. 12-1. — с. 283-286.

Распоряжение муниципальным имуществом комплексом как экономическая основа местного самоуправления

Поспелов Илья Александрович, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

Актуальным направлением совершенствования системы управления имуществом комплексом муниципального образования на сегодняшний день является разработка эффективных решений, которые основаны на анализе показателей развития имущественного комплекса. В статье автор рассматривает основные формы использования имущественного комплекса муниципального образования. Отмечает необходимым проводить оценку эффективности системы управления муниципальным имуществом. В результате исследования автор выделяет основные направления для повышения эффективности использования имущественного комплекса муниципального образования.

Ключевые слова: имущественный комплекс муниципального образования, оценка эффективности, управление имуществом.

Disposal of the municipal property complex as the economic basis of local self-government

The actual direction of improving the management system of the property complex of the municipality today is the development of effective solutions that are based on the analysis of indicators of the development of the property complex. In the article, the author considers the main forms of use of the property complex of the municipality. Notes the need to assess the effectiveness of the municipal property management system. As a result of the research, the author identifies the main directions for improving the efficiency of the use of the property complex of the municipality.

Keywords: municipal property complex, efficiency assessment, property management.

Имущественный комплекс — это совокупность движимых и недвижимых объектов, взаимосвязанных между собой, и используемых как единое по общему предназначению. Основной формой распоряжения муниципальным имуществом является предоставление его в аренду [1]. Существует четыре формы сдачи в аренду муниципального имущественного комплекса (рис. 1).

Физические или юридические лица могут воспользоваться краткосрочной арендой муниципального имущества сроком до 2 лет, если данное имущество уже арендовалось ими, а также не было нарушений прошлых договорных обязанностей с муниципалитетом [2].

Так же, формой использования муниципального имущества является концессия, которая регулируется Федеральным законом «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 N 115-ФЗ. Согласно Статьи 1 указанного за-

кона, целями концессионных соглашений «являются привлечение инвестиций в экономику Российской Федерации, обеспечение эффективного использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, на условиях концессионных соглашений и повышение качества товаров, работ, услуг, предоставляемых потребителям» [4].

На сегодняшний день существуют проблемы с данной формой распоряжения муниципальным имуществом. Главной проблема состоит в том, что большая часть муниципального имущества не представляет интереса для инвесторов.

Третьей формой использования муниципального имущества является передача его в безвозмездное пользование. Особенностью данной формы является то, что передача имущества, собственником которого является муници-



Рис. 1. Формы сдачи в аренду муниципального имущественного комплекса

пальное образование, производится посредством заключения договора ссуды, где ссудополучателем выступает юридическое или физическое лицо, которое выиграло аукцион на право заключения этого договора [2]. Так же особенностью является отсутствие дохода муниципалитета.

Следующей формой использования муниципального имущества является передача муниципальных объектов в доверительное управление [3]. При данной форме использования муниципального имущества муниципалитет является учредителем, который осуществляет на определенный срок передачу муниципального имущества в доверительное управление [2 ст. 1015]. Здесь муниципалитет имеет выгодное положение, при условии, что доверительный управляющий ведет эффективную деятельность [5, с. 259].

Рассматривая эффективность распоряжения имуществом муниципальным комплексом муниципального образования, необходимо отметить, что данные имущественные объекты являются публичными, назначение которых, в первую очередь, использование в интересах населения, а так же для решения вопросов местного значения.

На сегодняшний день не существует в полной мере разработанной методики оценки эффективности использо-

вания имущественного комплекса муниципального образования.

Для оценки качественных показателей эффективности можно применять показатель размера дохода местного бюджета, полученного от распоряжения имуществом муниципальным комплексом муниципального образования, его динамику, а также расчет доли данного показателя в общем объеме дохода местного бюджета.

И так, для повышения эффективности использования имущественного комплекса муниципального образования необходимо:

Во-первых, регулярно проводить анализ системы управления имуществом муниципальным комплексом муниципального образования.

Во-вторых, определение целей и задач использования имущественного комплекса.

В-третьих, установка принципов управления имуществом муниципальным комплексом.

В-четвертых, разработка методологических основ управления имуществом муниципальным комплексом, которые будут включать в себя классификацию имущества в зависимости от формы распоряжения.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 1 (ГК РФ ч. 1)/Электронный ресурс: <http://www.consultant.ru/>.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 2 (ГК РФ ч. 2)/Электронный ресурс: <http://www.consultant.ru/>.
3. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»/Электронный ресурс: <http://www.consultant.ru/>.
4. Федеральный закон «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 N 115-ФЗ/Электронный ресурс: <http://www.consultant.ru/>.
5. Анохина, Я. В. Проблемы и основные направления устойчивого развития сельских территорий/Я. В. Анохина, И. А. Баранова // В сборнике: Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе материалы II международной очно-заочной научно-методической и практической конференции. — 2016. — с. 257-260.

Формирование кадрового потенциала как фактор обеспечения устойчивого развития муниципального образования

Постников Кирилл Викторович, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье рассмотрено понятие кадрового потенциала. Определены основные задачи системы управления кадровым потенциалом территории. Представлены основные направления кадрового обеспечения реализации Стратегии устойчивого развития территории, муниципальной кадровой политики по управлению кадровым потенциалом. В конце исследования сделан вывод о том, что в современных условиях важнейшей задачей в муниципальном развитии является кадровое обеспечение муниципальных образований высококвалифицированным кадровым потенциалом, которое заложено в Стратегию социально-экономического развития муниципального образования. Эффективная система формирования кадрового потенциала территории способна в изменяющихся условиях обеспечить устойчивое развитие и обеспечить конкурентоспособность муниципального образования.

Ключевые слова: развитие территории, кадровый потенциал, конкурентоспособность территории.

Formation of human resources potential as a factor of ensuring the sustainable development of the municipality

The article considers the concept of human resource potential. The main tasks of the personnel potential management system of the territory are defined. The main directions of personnel support for the implementation of the Strategy of Sustainable Development of the territory, the municipal personnel policy for the management of human resources are presented. At the end of the study, it is concluded that in modern conditions, the most important task in municipal development is the staffing of municipalities with highly qualified personnel potential, which is embedded in the Strategy of socio-economic development of the municipality. An effective system for the formation of the territory's human resources potential is able to ensure sustainable development and ensure the competitiveness of the municipality in changing conditions.

Keywords: development of the territory, personnel potential, competitiveness of the territory.

В современных экономических и политических условиях к органам местного самоуправления выставлены довольно жесткие требования как по отношению к реализации Стратегий социально-экономического развития территорий, так и по отношению к формированию кадрового состава. Вынужденная ориентация муниципальных образований на инновационное развитие связана с обстановкой в мире (падение цен на нефть, санкции против Российской Федерации, усложнение обстановки в связи с пандемией). Особое место здесь отводится кадровому потенциалу, эффективное управление которым способно расширить возможности органов власти, бизнеса, а также способно обеспечить конкурентоспособность, тем самым обеспечить устойчивое развитие территории.

Развитие муниципального образования как социально-экономической системы зависит от наличия в ней кадров, которые могут обеспечить эффективную деятельность местного самоуправления. Важно конструктивно и корректно оценивать качество кадрового потенциала, то есть производить оценку социальной полезности кадров. Сейчас важно сохранить и эффективно управлять уже имеющимся кадровым потенциалом, а наука и образование должны стать фундаментом в развитии общества.

Итак, кадровый потенциал представляет собой национальное достояние, которое необходимо сохранять и приумножать для дальнейшего развития страны. В современных условиях возникла необходимость не просто в трудовых ресурсах, а именно в интеллектуальных ресурсах, которые способны создавать инновации в различных сферах, в том числе и в местном самоуправлении. К усилению кризисного состояния приводит отсутствие эффективных механизмов управления формированием кадрового потенциала, снижение профессионализма кадров [2, с. 17].

Таким образом, основной задачей органов местного самоуправления является обеспечение устойчивого социально-экономического развития территории, эффективно справляться с возникающими кризисными состояниями. Для решения поставленных задач необходимы профессионально подготовленные кадры.

Управление кадровым потенциалом можно охарактеризовать как грамотное распределение способностей сотрудников по целям и задачам, направленным на развитие муниципального образования.

Инновационная деятельность органов местного самоуправления предполагает применение соответствующих технологий и методов управления кадровым потенци-

алом муниципального образования. В настоящее время применяются в основном административные методы управления кадровым потенциалом, которые способны решить поставленные задачи, однако не способны обе-

спечить устойчивое развитие территории в долгосрочном периоде в изменяющихся условиях. Система управления кадровым потенциалом должна быть направлена на решение основных задач, представленных на рисунке 1.



Рис. 1. Основные задачи системы управления кадровым потенциалом территории

Основные направления кадрового обеспечения реализации Стратегии устойчивого развития территории,

муниципальной кадровой политики по управлению кадровым потенциалом представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Основные направления кадрового обеспечения реализации Стратегии устойчивого развития территории, муниципальной кадровой политики по управлению кадровым потенциалом

Социальное воспроизводство кадров в системе местного самоуправления можно определить как непрерывный процесс формирования кадров и замещение ими вакантных кадровых должностей [1, с. 48-50].

Таким образом, в современных условиях важнейшей задачей в муниципальном развитии является кадровое обеспечение муниципальных образований высококвали-

фицированным кадровым потенциалом, которое заложено в Стратегию социально-экономического развития муниципального образования. Эффективная система формирования кадрового потенциала территории способна в изменяющихся условиях обеспечить устойчивое развитие и обеспечить конкурентоспособность муниципального образования.

Литература:

1. Кубякова, Е. В. Система формирования кадрового потенциала как фактор конкурентоспособности территории // Материалы XXII Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. В 5-ти частях. «Конкурентоспособность территорий» (Екатеринбург). — 2019. — с. 48-50.
2. Петрова, Л. Н. Институциональные субъекты формирования кадрового потенциала территории // Аграрное образование и наука (Екатеринбург). — 2018. — № 4. — с. 17. — eISSN: 2309-7671.

Маркетинговое исследование зерновых каш для детского питания в России

Прудникова Анна Сергеевна, студент;
Коваленко Ирина Александровна, студент
Московский государственный университет пищевых производств

Статья описывает особенности выбора детского питания потребителями, включая зерновые каши, динамику деятельности производителей на рынке Российской Федерации. Согласно исследованиям подмечены факторы, влияющие на выбор продукции, описаны основные марки-производители детского питания.

Ключевые слова: *детское питание, каша, рынок, зерновые продукты, демографическая ситуация, страна, зерно, асортимент.*

Во время динамичного развития рыночной системы активно набирает обороты и занимает свою нишу сегмент детского питания. Не привязываясь к трудной экономической ситуации в России, наблюдается удовлетворительная динамика роста доли пищевой промышленности, занимающейся производством продуктов питания для детей. Востребованными среди разных групп населения всегда оставались каши быстрого приготовления из различных злаковых культур, отдавая предпочтение продукту с минимальным количеством искусственно синтезированных составляющих, которые положительно сказываются на развитии детского организма. Реализация происходит по каналам как розничной, так и оптовой торговли, занимая одно из ключевых мест среди товаров первой необходимости [6].

Важность мониторинга рынка состоит в непрерывном расширении и пополнении новыми позициями ассортимента продукции. Введение инноваций для повышения спроса обусловлено стремительным развитием технологий, а также изменчивостью требований и предпочтений клиентов.

Основными факторами, влияющими на расширения рынка детского питания, в частности каш быстрого приготовления, являются:

- неблагоприятная экологическая ситуация в стране;

- рост материальной обеспеченности населения;
- стремление к экономии времени, в связи с занятостью населения;
- социально-демографические;
- советы врачей и других специалистов.

Немаловажным фактором в России на сегодняшний день является непредвиденное изменение демографической ситуации. Связано оно, в первую очередь, с изменением образа жизни молодых людей, предпочитающих строить карьеру, а не создавать семью [1].

Важно проследить демографическую ситуацию в стране, начиная с 2010 и заканчивая 2020 годом. Так, по данным Росстата 2010-2011 годы знаменовались отрицательным приростом населения. Основной причиной были кризисные условия, не позволяющие обеспечивать своих детей в полной мере. В дальнейшем, с 2013 по 2015 годы, естественный прирост увеличивается. Основное влияние оказала демографическая политика, проведенная Правительством РФ [3].

В дальнейшем, в 2016-2020 годах прирост населения снова падает к критической точке. Это обусловлено переменой нравственных и моральных установок населения в сторону повышения образования. Тем временем снижается влияние религиозных и традиционных устоев, сохранившихся после развала СССР [6].

Начиная с марта 2020 года, масштабное распространение коронавирусной инфекции, наблюдается повышенный спрос на продукты первой необходимости, среди которых в списках граждан нашлось место и детскому питанию, включая зерновые каши быстрого приготовления. Угроза нехватки продовольствия подтолкнула людей запасться всем необходимым.

Проведенные исследования и опросы жителей России позволили установить критерии, на которые обращают внимание при покупке детского питания. В первую очередь потребители ориентируются на состав, соответствие стандартам качества, гипоаллергенность, ассортимент продукции, а также на популярность бренда и цену продукта [2].

Нужно отметить, что именно детское питание в виде каш занимает сегмент в 2,5% приобретаемых товаров первой необходимости.

Ниже приведен рейтинг популярных производителей детского питания, который основан на критериях выбора [5].

Hipp (Германия)

Немецкая компания, основанная в 1899 году, впервые ввела понятие «органическое» применительно к детскому питанию. Сырье для производства выращивается на органических фермах и плантациях. Строгий контроль качества начинается с почвы и семян.

Продукты питания Hipp разработаны по специальной технологии, содержат натуральные ингредиенты и являются гарантированными для детей любого возраста. Компания имеет большой ассортимент и выпускает обогащенные витаминами молочные смеси (сухие), для диетического питания, не вызывающие аллергии [4].

Semper (Швеция)

Шведский производитель премиум класса Semper присутствует на российском рынке 20 лет. За это время бренд заслужил лояльность и доверие со стороны покупателей. Компания входит в список самых популярных производителей детского питания в мире. Продукция имеет широкий ассортимент и представлена как для новорожденных детей, так и для детей постарше. Не во всех магазинах представлен полный ассортимент.

Fluer Alpine (Германия)

Компания Fluer Alpine представляет свои товары на рынке с 2008 года. Натуральный состав продуктов предполагает сохранение природного содержания витаминов и микроэлементов в продукте. Товарная подборка компании, кроме каш и пюре, включает в себя печенье, батончики, сухарики, напитки. Также хочется отметить, что каши производятся на коровьем, козьем молоке и с отсутствием молока.

ФрутоНяня (Россия)

ФрутоНяня — является более доступным аналогом среди своих конкурентов, имея в своем арсенале широкий ассортимент. Пользуется огромной популярностью среди жителей России благодаря соотношению цены и качества.

Помимо производства каш, фруктовых и овощных пюре, соков, под своей торговой маркой выпускает воду, а также молочные продукты [4].

Heinz (США)

Heinz — повсеместно узнаваемая компания, всегда может предложить различный выбор детского пюре, каш, соков для самых привередливых клиентов Среди всех производителей у бренда самый разнообразный ассортимент каш: молочные, цельнозерновые, низкоаллергенные, безмолочные, овощные, питьевые, многокомпонентные и для подросших деток. Последние отличаются более крупным помолом, это помогает ребенку перейти с детского питания на общий стол. Но в связи с ценовой политикой не отыскало огромной популярности среди жителей России [7].

Nutricia (Голландия)

Популярный бренд по приготовлению детского питания предназначен для малышей с первого дня рождения и до 3-х лет. Специализируется Nutricia на продуктах питания для грудничков, изготавливая молочные смеси сухой консистенции.

Компания предлагает три линейки продукции детского питания: «Малыш»; «Малютка»; Nutrilon.

Nutrilon отличается тем, что в его составе имеются специальные элементы, необходимые для недоношенных детей, а также для детей с нарушением пищеварения, деток с маленьким весом и при диетотерапии и пр. «Малютка» и «Малыш» изготавливаются без сахара, не содержат консервантов и красителей, в них содержатся важные элементы и витамины: железо, цинк, пребиотики и пр.

Gerber (США)

Американский производитель, на рынке уже почти 100 лет. Заслуженно имеет хорошие отзывы от мам по всему миру. На российском рынке товар компании представлен более чем 80 наименованиями. В их число входят каши, различные пюре, соки, печенье, батончики и снеки.

Kabrita (Голландия)

Продукция Kabrita относится к премиум сегменту. На российском рынке появилась 8 лет назад, но уже входит в топ брендов. Ассортимент компании представляют смеси, каши и пюре на основе адаптированной молочной смеси из козьего молока. Подходит для детей с рождения, а также для новорожденных с аллергией на белок коровьего молока. Покупатели отмечают мягкий сливочный вкус, который очень нравится малышам.

Исходя из полученных данных, можно прийти к выводу, что рынок детского питания, в частности зерновых каш быстрого приготовления, стремительно развивается. Разрабатываются новые конкурентоспособные товары, не имеющие аналогов. Независимо от снижения рождаемости, детское питание будет необходимым и востребованным аспектом жизни многих покупателей, которые ценят свое время.

Литература:

1. Захарашвили, С.Г. Анализ потребительских предпочтений при выборе детского питания // Молодой ученый. 2021. № 1. с. 235-238.
2. Иванченко, О.В. Специфика маркетинговой деятельности на рынке детского питания // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. Т. 30. с. 486-490.
3. Зерновые каши как источник питательных веществ [Электронный ресурс]/Елайбарри. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25002675> — (дата обращения: 01.04.2021).
4. Лучшие производители детского питания [Электронный ресурс]/Енотзнает. — Режим доступа: <https://enotznaet.ru/collection/luchshie-proizvoditeli-detskogo-pitaniya/#1-9> — (дата обращения: 30.03.2021).
5. Официальные данные Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]/Росстат. — Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> — (дата обращения: 03.04.2021).
6. Продукты прикорма на зерновой основе в питании детей первого года жизни [Электронный ресурс]/Иврач. — Режим доступа: <https://www.lvrach.ru/2010/08/15404506> — (дата обращения: 02.04.2021).

Особенности управления проектами строительства в нефтегазовом комплексе

Родикова Аида Насиховна, главный специалист
АО «НК «Нефтиса» (г. Москва)

В современной экономике России длительный период важную роль играет нефтегазовый комплекс. Значимость нефтяного и газового секторов обусловлена рядом причин — от общемировых тенденций, заключающихся в повышении роли этих энергоносителей и энергоёмкости хозяйственной деятельности, до последствий социально-экономического кризиса, приведшего к стагнации многих отраслей обрабатывающей промышленности. Результаты деятельности нефтегазовых предприятия обеспечивают существенный вклад во внутренний валовой продукт, именно от них поступает значительная часть денежных средств в бюджет государства. Интенсивное развитие нефтегазового комплекса естественным образом сказывается на развитии всей экономики в целом. Будущее российской экономики во многом зависит от темпов и уровня развития нефтегазового комплекса.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс, управление проектом, конкурентная стратегия.

Features of management of construction projects in the oil and gas complex

The oil and gas complex has played an important role in the modern economy of Russia for a long time. The importance of the oil and gas sectors is due to a number of reasons — from global trends in the increasing role of these energy carriers and the energy intensity of economic activity, to the consequences of the socio-economic crisis, which led to the stagnation of many manufacturing industries. The results of the activities of oil and gas enterprises provide a significant contribution to the gross domestic product, it is from them that a significant part of the funds goes to the state budget. The intensive development of the oil and gas complex naturally affects the development of the entire economy as a whole. The future of the Russian economy largely depends on the pace and level of development of the oil and gas complex.

Key words: oil and gas complex, project management, competitive strategy.

Проект строительства объектов нефтегазового комплекса представляет собой сложный комплекс взаимосвязанных действий, мероприятий, обеспеченных нормативной документацией и финансирование, человеческими ресурсами и программой реализации.

Формат такого проекта относится к категории стратегических и требует серьезной подготовки, предварительных исследований и детального планирования процесса реализации.

Цель проекта — обеспечить эффективное развитие деятельности компании на новом территориальном рынке, сформировать клиентскую базу и обеспечить достижение необходимого уровня реализации продуктов и услуг.

Концепция проекта заключается в обеспечении присутствия компании на новом территориальном рынке и получения дополнительных клиентов и увеличения прибыли.

Прежде всего, успех подобного проекта обусловлен правильно выбранной стратегией конкурентирования, ко-

торая заключается в определении конкурентного дифференцирования, в необходимости создания отличительных преимуществ фирмы от конкурентов.

Дифференцирование может позволить найти различия в самых разных областях, главное, чтобы фирма осознавала, на какой основе она сама и ее товары могут выделиться и стать узнаваемыми на рынке. Специалисты выделяют целый ряд специальных инструментов для достижения эффективного дифференцирования.

Безусловно, в процессе разработки проекта компания учитывает следующие условия:

- концентрацию потенциальных потребителей и емкость рынка;
- удобство и близость к производственным ресурсам компании;
- уровень концентрации и сила конкурентов [4].

Следующим этапом данного проекта является работа по разработке конкурентоспособного предложения продуктов и услуг для потенциальных клиентов.

Так как на рынке объектов строительства нефтегазового комплекса не так много конкурентов, то компании нужно детально изучить преимущества торговых предложений участников рынка и сформировать собственное видение. Также важным этапом разработки конкурентной стратегии является формирование оптимальной системы распределения на новом рынке.

Предприятие ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» образовано 19 марта 2004 года в г. Москве. Его организационно-правовая форма — закрытые акционерные общества.

Основными направлениями деятельности компании:

— разработка и производство объектов строительства нефтегазового комплекса, современного высокотехнологичного оборудования для газотранспортных и газодобывающих предприятий;

— проведение капитального ремонта, технического, сервисного и диагностического обслуживания технологического оборудования компрессорных станций и линейной части.

Инновационно-технологические изменения в отрасли имеют очень большое значение. ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» уделяет качеству выпускаемого оборудования, соблюдению стандартов, а также работ и услуг особое внимание, постоянно изучая новинки и инновационные технологии на данном рынке.

На рынке объектов строительства нефтегазового комплекса основными конкурентами ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» можно назвать следующие организации:

- ОАО «Газпром автоматизация»;
- ООО ПО «ГазСтройМонтаж»;
- ОАО «Нефтегазавтоматика»;
- ООО «Производственная компания «Борец»;
- ООО НПФ «Синтез»;
- ООО «Фирма «Газприборавтоматика».

Объем рынка, занимаемый ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ», составляет около 18%. Количество конкурентов и их относительные размеры — основные и самые крупные конкуренты это ОАО «Газпром автоматизация» (40%); ООО ПО «ГазСтройМонтаж» (23%), ОАО «Нефтегазавтоматика» (15%) (см. рисунок 1) [6].

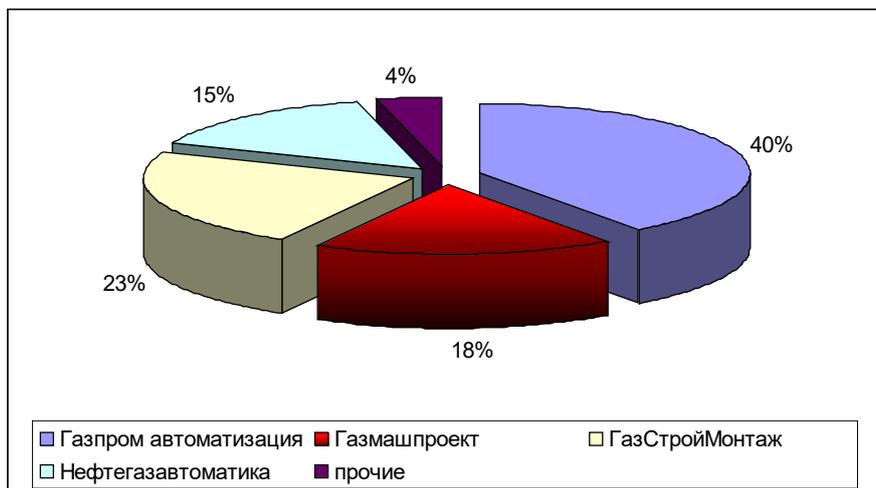


Рис. 1. Структура конкурентного рынка

В настоящее время ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» занимает определенную рыночную нишу: постоянные лояльные клиенты, довольные качеством продукции и данной организации. Кроме этого, ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» постоянно отслеживает, темпы роста своей продукции, расширяет ассортимент выпускаемого

оборудования, а также работ и услуг, что позволяет организации не терять популярность на промышленном рынке.

Из рисунка 1 видно, что у ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» имеются прямые конкуренты, которые могут с ним соперничать за качество предоставляемых услуг.

Приведенные показатели входных и выходных барьеров на данный рынок достаточно высокие (наличие больших начальных инвестиций, ресурсы, оборудование).

Далее необходимо провести анализ конкурентоспособности по факторам конкурентоспособности методом экспертных оценок (по 5-тибальной шкале) (Таблица 1).

Таблица 1. Анализ конкурентоспособности методом экспертных оценок [1]

Факторы конкурентоспособности	ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ»	ЗАО «Татнефть»	ЗАО «Сервиснефть-пром»	ЗАО «Нефть-Пром»
Ассортимент	3	5	4	4
Цена	4	4	4	5
Сбыт	3	5	5	3
Продвижение	3	5	4	2
Персонал	5	5	4	4
Средний балл:	3,6	4,8	4,2	3,6

Можно отметить, что на данном рынке ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» не является лидером рынка. Во-многом это обусловлено тем, что компания появилась на данном рынке после появления своих конкурентов и вся клиентская база уже была между ними распределена. Лидером по показателям конкурентоспособности является ЗАО «Татнефть». Второе место у ЗАО «Сервиснефтьпром». ЗАО «Газмашпроект» занимает третье место в рейтинге вместе с ЗАО «Нефтьпром».

Важно отметить, что компания работает на рынке, на котором сложно выделить какие-либо конкурентные преимущества, не обладая большой историей присутствия на рынке. Именно поэтому ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» нужно разработать собственную конкурентную стратегию, учитывая свой конкурентный и ресурсный потенциал.

Для оценки привлекательна ли отрасль, в которой функционирует рассматриваемое предприятие ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ», используем следующую таблицу 2.

Таблица 2. Анализ привлекательности отрасли строительства нефтегазового комплекса [3]

Характеристики	Оценка с т. зрения привлекательности (от 1 до 5 баллов)	Вес важности, %	Взвешенная оценка, %
1. уровень интенсивности конкурентов	1	0,01	0,01
2. рентабельность отрасли	2	0,03	0,06
3. входные барьеры	4	0,1	0,4
4. приверженность потребителей к одному бренду предприятия	4	0,1	0,4
5. технологические новации	5	0,3	1,5
6. спрос на продукцию	4	0,2	0,8
7. наличие товаров-заменителей	2	0,01	0,02
8. высокая дифференциация продукции	5	0,25	1,25
Итого:	-	1	4,44

Анализ проведен на основе мониторинга документальных источников, предоставленных аналитической службой компании. Оценка с точки зрения привлекательности: 1 низкая, 3 средняя, 5 высокая. Вес важности: какая доля данного фактора в общей группе привлекательности. Взвешенная: умножаем оценку привлекательности на вес важности.

Вывод: оценка привлекательности отрасли = 4,44 (4,44 > 3), это говорит о том, что отрасль, в которой функционирует ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ», является привлекательной.

Очень часто при принятии решения о расширении в процессе планирования системы распределения товаров (продажи, мероприятий по продвижению) прибегают к услугам посредников. Их может быть много или мало,

это могут быть зарубежные дистрибьюторы, крупные оптовые дилеры или мелкие перекупщики — так или иначе все компании, через которые проходит товар на пути от производителя к потребителю, образуют взаимосвязанные цепочки — каналы сбыта.

Важно отметить, что строительство объектов нефтегазового комплекса должно быть всегда сопряжено с использованием современных методов анализа конкурентных преимуществ и выделения их, что позволит компании стать лидером или достичь необходимой доли рынка.

Конкурентная стратегия строительства объектов нефтегазового комплекса должна быть ориентирована на решение следующих задач:

- расширение клиентской базы,

— поиск новых источников ресурсов — предприятий нефтедобывающей отрасли, которые будут поставлять комплектующие, сырье,

— близость к рынкам сбыта.

— В отношении развития каналов сбыта важно планировать объемы будущей реализации для:

— канала прямых продаж,

— для канала оптовых продаж,

— для канала эксклюзивных продаж (например, для особых клиентов — Газпром, по гос. заказам и т.п.).

Прирост продаж в каждом направлении должен рассчитываться исходя из целевых ориентиров по расширению доли рынка на территории в целом и доли данного канала на данной территории.

Программа реализации проекта:

— сформировать зарубежную потребность и оценить потенциал территории,

— определить потенциал удовлетворения потребности территории,

— сформировать выгоды реализации проекта для компании, потребителей и посредников,

— сформировать график реализации проекта,

— сформировать бюджет проекта.

Данный проект может быть реализован с помощью формирования проектной команды, которая в период 1,5 месяца сможет оценить конкурентную обстановку в регионе и определить сроки зарубежного расширения.

Этапы проекта:

— изучение рынка,

— анализ конкурентов и их преимуществ,

— изучение потребностей конкурентов,

— оценка возможностей компании,

— расчет стоимости зарубежного присутствия,

— определение бюджета реализации проекта,

— определение календарного графика реализации проекта,

— реализация проекта,

— оценка эффективности реализации проекта.

Период реализации проекта: 4 месяца.

Проектная команда состоит из нескольких организационных групп: руководитель, инженер, маркетолог и экономист. Каждый из них реализует свой спектр задач. Однако, совокупно их усилия должны быть направлены на достижение общего результата — разработка и реализация проекта.

ЗАО «ГАЗМАШПРОЕКТ» обладает достаточно высоким уровнем конкурентных преимуществ и может рассчитывать на завоевание высокой доли рынка на соседних территориях присутствия, если сделает интересное и привлекательное конкурентное предложение, в большей степени выраженное снижением цены на предоставляемое оборудование и сервисную поддержку.

Исходя из планируемых объемов затрат и продаж можно сформировать финансовое обоснование проекта.

Таблица 3. Смета бюджета проекта [2, 5]

Позиция	Затраты на месяц (тыс. руб.)	Разовые затраты (тыс. руб.)
Аренда офиса	2272,73	-
Обслуживание офиса (телефония, интернет, уборка, кофе, вода, канцелярские товары)	1181,82	-
Заработная плата технических специалистов	6969,70	-
Заработная плата управляющего директора, который также ответственен за продажи и бизнес-развитие	7575,76	-
Заработная плата административного персонала (секретарь, юрист, бухгалтер)	2727,27	-
Медицинская страховка для сотрудников	303,03	-
Затраты на открытие вида деятельности	-	909,09
Затраты на маркетинг (бонусы, представительские расходы)	1541,67	-
Затраты на командировки	2000,00	-
Оргтехника	-	7272,73
Офисная мебель	-	5000,00
Запас и налоги (затраты на расширение персонала, инфляционные и валютные риски, изменение налогового законодательства)	4166,67	-
Итого	28738,65	13181,82

Прогноз продаж основан на понимании sales цикла (от года до трех лет) по доходным проектам и на марже от 40% (по продажам ПО) до 80% (по оказанию услуг).

Определим эффективность проекта:

— NPV = 566 млн. руб.

— IRR квартальный = 10,24%

— IRR годовой = 41,02%

Поскольку показатель NPV больше нуля, то проект инвестиционно привлекателен.

$IRR > r$, т. е. доходность проекта больше, чем желаемая ставка дохода на вложенный капитал. При таких показателях можно предположить, что проект будет принят как достаточно прибыльный, однако, следует также учитывать и риски проекта, которые будут рассмотрены ниже.

Период окупаемости проекта составляет 2,01 года.

Далее проведем оценку проекта согласно специальным концепциям расчета эффективности внедрения интернет-проектов.

Используем методику REJ для оценки инвестиционной привлекательности проекта (в расчетах используются

данные, которые являются коммерческой тайной компании, соответственно не могут быть оглашены).

Данная методика тесно переплетена с формированием самого бизнес-плана по проекту. Специфика в том, что помимо бизнес-плана проекта требуется провести стратегическую оценку эффективности проекта.

Перечень рисков проекта с указанием их веса приведен в таблице 4. Проведем оценку рисков по 100 бальной системе тремя экспертами: 0 — риск несущественен; 25 — риск скорее всего не реализуется; 50 — о наступлении события ничего определенного сказать нельзя; 75 — риск скорее всего появиться; 100 — риск наверняка реализуется.

Таблица 4

Риски	Эксперты			Vi средняя вероятность (1+2+3)/3	Балл Wi Vi
	1-й эксперт	2-й эксперт	3-й эксперт		
Нестабильность качества сырья и материалов	25	50	25	33,3	6,7
Сбои в работе оборудования	75	50	50	58,3	11,7
Недостаточная квалификация производственного персонала	25	25	25	25,0	5,0
Задержки поставок сырья и материалов	75	75	50	66,7	13,3
Наступление непредвиденных обстоятельств (пожар)	50	50	50	50,0	10,0
Нестабильный спрос на продукцию	25	25	50	33,3	4,2
Непредвиденные расходы, в том числе из-за инфляции	50	50	25	41,7	5,2
Неплатежеспособность заказчиков, возникновение безнадежной дебиторской задолженности	50	25	50	41,7	5,2
Неустойчивость спроса	50	25	25	33,3	4,2
Появление альтернативных изделий и сопутствующих услуг	75	100	75	83,3	10,4
Снижение цен конкурентами	25	25	50	33,3	4,2
Рост цен на сырье и материалы	100	75	25	66,7	8,3
Неблагоприятные изменения в законодательстве	25	25	25	25,0	3,1

Оценка рисков

Учитывая уже проведенное выше исследование, определим соответствие эффективности проекта целям предприятия (табл. 5).

Таблица 5. Соответствие показателей эффективности бизнес-плана целям предприятия

Ключевые показатели эффективности	Соответствие
Увеличение числа клиентов и их заказов	Да
Производительность труда работников	Да
Увеличение чистой прибыли на работника	Да

Итак, по оценке проекта согласно методике REJ, проект признан инвестиционно привлекательным и эффективным.

Литература:

1. Азарова, Т. В. К вопросу о цели конкуренции // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. — 2019. — № 8 (24). — с. 14-19.
2. Бранденбургер Адам, Нейлбафф Барри. Конкурентное сотрудничество в бизнесе; Кейс — М., 2017. — с. 147.
3. Гришков, А. Ф. Сущность и особенности конкуренции организаций в сфере услуг // Петербургский экономический журнал. — 2018. — № 2. — с. 114-119.
4. Курно, А. Исследование математических принципов теории богатства. — Париж, 1838. — с. 61.
5. Магомедова, М. О. Алгоритм разработки конкурентной стратегии предприятия // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. — 2019. — № 8 (80). — с. 10.
6. Масюкова, Т. Г. Формирование и реализация конкурентной стратегии // в сборнике: Наука и современность Международная научно-практическая конференция. — 2017. — с. 117-120.
7. www.gasmashproekt.ru

Organizational change and development

Sayed Murtaza Rabey ibn Mir Ghulam Haidar, student master's degree program
Termez State University (Uzbekistan)

The purpose of this research paper is to examine for the purpose of organizational development the premier step and pace to take in a logical betterment of the organization is change, and change is inevitable in a progressive culture and facing the challenges for changes is the responsibility of the managers. There are external forces for change due to technological, globalization and workforce diversity and changes due to internal forces as work climate, changes in managerial personnel. Here with also define how individual and organizational effectiveness increase through with applying behavioral science principles a practices in organization.

Keywords: globalization, development, challenges, organizational, effectiveness, improve, professional.

There is nothing permanent except change. It has become an inescapable fact of life, a functional aspect of historical evolution. Change is inevitable in a progressive culture. Change in fact, is accelerating in our society. Revolutions are taking place in political, scientific, technological, and institutional areas. Organizations cannot completely insulate themselves from this environmental instability. Change is induced by the internal and external forces. Meeting this challenge of change is the primary responsibility of management. An organization lacking adaptability to change has no future. Adaptability to change is a necessary quality of good management. Modern managers have the responsibility to devise management practices that best meet the new challenges and make use of the opportunities for the growth of the organization. The topic of managing change is one that comes closest to describing the totality of a manager's job. Practically everything a manager does is in some way concerned with implementing change.

Literature review

Organizational development is a relatively new area of interest for business and the professions. While the professional development of individuals has been accepted and fostered by a number of organizations for some time, there is still ambiguity surrounding the term organizational development. The basic concept of both professional development and organizational development is the same, however, with an essential difference in focus. Professional development attempts to improve an individual's effectiveness in practice, while organizational

development focuses on ways to improve an organization's overall productivity, human fulfillment, and responsiveness to the environment (Cummings & Huse, 1988). These goals are accomplished through a variety of interventions aimed at dealing with specific issues, as well as through ongoing processes.

This chapter provides an overview of both change and organizational development. Educators, including those in the judiciary, must be familiar with the dynamics of organizational change, since all educational activities, both at the individual and organizational level, deal with effecting change. Organizational development and change efforts go hand-in-hand; judicial educators who are interested in effecting change within their organizations must first thoroughly understand the dynamics of change. They must think in terms of the court system and the judicial education apparatus as organizations for which they may play a role as change agent. Within different parts of these systems, judicial educators may play different roles in the change process.

Organizational development will also be discussed in this chapter. One specific OD strategy, team-building, will be examined in some depth. This strategy, if institutionalized effectively, can reduce the need for outside consultants. It is important to include a chapter on organizational change and development in this manual to address issues within the larger frameworks that exist for most judicial educators. Change affects every individual and every organization. Moreover, all of

the components of the program planning sequence discussed in this manual are administered within the setting of an organization, a committee or board, or some type of team. As more and more work gets accomplished through teams, it becomes increasingly important to learn how to translate organizational concepts to the small group environment. The team approach is often being used to accomplish short-term projects, such as planning programs, conducting a needs assessment, or developing a new curriculum. A team's capacity to create a shared vision for the task at hand and work together in the midst of a turbulent environment underlies its ability to be effective. Organizational change and development is a fitting summary chapter for this judicial educator's manual since it deals with both effecting change (underlying much of education) and managing change.

Organizational Change. Organizational change refers to a modification or transformation of the organization's structure, processes, or goods. The most flexible organizations have a culture that (a) values change, and (b) managers who know how to implement changes effectively.

- Hiring a new employee-changing the work group
- Purchasing a new piece of-changing workflow
- All require knowledge of how to manage change effectively.

Forces for change in organizations

More and more organizations today face a dynamic and changing environment the, in turn requires these organizations to adapt; change has become the norm in most organizations. Plant closing, business failures, mergers and acquisitions, and downsizing have become common experiences for most organizations.

1. External Forces: when the organization's general or task environment changes, the organizations success often rides on its ability and willingness to change as well. Many external changes bombard the modern organizations and make change inevitable. The globalization of competition, and demands that organizations take greater responsibility for their impact on the environment. These forces are discussed below.

(a) Technological change, (b) globalization, (c) social and political changes, (d) workforce diversity, (e) Managing Ethical Behavior.

(a) Internal Forces: besides reacting to or anticipating changes on the outside, an organization may change because someone on the inside thinks a new way of doing things will be beneficial or even necessary. These internal forces are discussed below. Changes in Managerial Personnel,

- (a) Declining Effectiveness,
- (b) changes in work climate,
- (c) deficiencies in the existing System,
- (d) Crisis,
- (e) Employee expectations.

Forms of Change

Change has become the norm inmost organizations. Adaptiveness, flexibility and responsiveness are terms used to describe the organizations that will succeed in two basic forms of change in organizations that will succeed in meeting the com-

petitive challenges that businesses face. There are two basic forms of change in organizations: Planned change and unplanned change.

(a) Planned Change: is change resulting from a deliberate decision to alter the organization. It is an intentional, goal-oriented activity.

(b) Unplanned Change: not all change is planned. unplanned change is imposed on the organization and is often unforeseen; responsiveness to unplanned change requires tremendous flexibility and adaptability on the part of organizations.

(c) The individual or group that undertakes the task of introducing and managing a change in an organization is known as a change agent. change agents can be of two types:

- 1) Internal Change Agents,
- 2) External Change Agents

Resistance to Change

People often resist change in a rational response based on self-interest; Resistance to change doesn't necessarily surface in standardized ways. Resistance can be overt implicit, immediate or deferred; is it easiest for management to deal with resistance when it is overt and immediate. The sources of resistance to change can be categorized into two sources: individual and organizational.

1. Individual Resistance: one aspect of mankind that has remained more or less constant is his innate resistance to change; individuals resist change because they attach great preference to maintaining the status quo. Individual sources of resistance to change reside in basic human characteristics such a perceptions, personalities and needs.

2. Organizational Resistance: organizations, by their very nature are conservative; they actively resist change.

Managing Resistance to Change

The traditional view of resistance to change treated it as something to be overcome, and many organizational attempts to reduce the resistance have only served to intensify it; the contemporary view hold that resistance is simply affirm of feedback and that and this feedback can be used very productively to manage the change process; one key to managing resistance is to plan for it and to be ready with a variety of strategies for using the resistance as feedback and helping employees negotiate the transition.

Approaches/Models to Managing Organizational change

For most people, change is not easy; even when we know things could be better, we get a certain comfort from a familiar setting, familiar people and familiar ways of doing things; because of this, change is most likely to succeed when managers follow a well-thought-out path to implement it. The following models show which type of strategy can be utilized to increase the effectiveness of change strategies.

- 1) Lewin's Change Model
- 2) Nadler's Organizational Model
- 3) A Contingency Model of Analyzing Change
- 4) Levin's change model: Kurt Lewin a social psychologist, noted for his work in organizational theory, developed a model of the change process that has stood the test of time and

continues to influence the way organizations manage planned change. Lewin's model is based on the idea of force field analysis.

Force Field Analysis

A useful technique for analyzing change situations is Kurt Lewin's force-field analysis method; this technique describes and analyses the various forces that operate in social systems to keep the system either in balance or in state of change. If the two sets of forces are equal in strength, then the system is in equilibrium.

1) Nadler's Organizational Model: David Nadler's model provides guidance in identifying and managing the internal forces that drive or inhibit change.

2) A Contingency Model of Analyzing change: Kotter and Schlesinger have proposed a contingency framework for matching methods with situations of organizations.

Definition of Organizational Development (OD)

According to Wendell L; French and Cecil H; Bell, Jr; «organization development is a systematic process for applying behavioral science principles and practices in organizations to increase individual and organizational effectiveness». According to Cummings and Worley, organization development is a systematic application of behavioral science knowledge to the planned development and reinforcement of organizational strategies, structures, and processes for improving and organization's effectiveness «In the words of Burke, «Organization development is a planned process of change in an organization's culture through the utilization of behavioral science technologies research and theory. American Society for training and development defined OD as, «An effort planned organization wide, managed from the top in order to increase organizational effectiveness and health, through planned intervention in the organization's process using behavioral science knowledge». From the above definitions, we can say that organization development is an organizational improvement strategy. The term «organization Development» (OD) may be defined as a technique from bringing change in the entire organization. It is based on knowledge from behavioral science disciplines such as psychology, social psychology, sociology, anthropology, systems theory, organizational behavior, organization theory and management. The two major goals of OD programs are:

1) To improve the functioning of individuals, teams, and total organization

2) To teach organization members how to continuously improve their own functioning.

Goals of Organization development

Edwin B. Flippo has given the following seen specific goals of OD. They are:

1. Decision making on the basis of competence rather than authority.

2. Creatively resolving conflicts through confrontation designed to replace win-lose situations with win-win types.

3. Reducing dysfunctional competition and maximizing collaboration.

4. Increasing commitment and a sense of «ownership» of organization objectives throughout the work force

5. Increasing the degree of interpersonal trust and support.

6. Creating a climate in which human growth, development and renewal are a natural part of the enterprise's daily operation

7. Development a communication system characterized by mutual openness and candor in solving organizational problems.

Purpose of Organizational Development

The main purpose of OD according to Burton is «to bring about a system of organizational renewal that can effectively cope with environmental changes. In doing so, OD strives to maximize organizational effectiveness as well as individual work satisfaction». Organizational development is the most comprehensive strategy for intervention. It involves all the activities and levels of management in ongoing problems that respond to external and internal sources.

Types of OD activities: the different types of OD activities may be divided into the following classification:

(a) For the Individual

(b) OD for two or Three People

(c) OD for Teams or Groups

(d) OD for Inter-group Relations

(e) OD for the Total Organization

OD Interventions or Techniques

OD interventions are sets of structured activities in which selected organizational units (target groups or individuals) engage in a task or a sequence of tasks with the goals of organizational improvement and individual development. The organizational development (OD) essentially focuses on techniques or programs to change people and the nature and quality of interpersonal work relationships.

Evaluating the Effectiveness of OD

Since OD requires an ongoing, long-term effort to bring about lasting change in an organization's technology, structure and people, a successful OD program takes a significant investment of money and time. Both are needed for managers to adequately diagnose the problem, select the strategy, and evaluate the effectiveness of the program.

Managers can measure the effectiveness by comparing the results of the program to the goals before it was implemented. OD is an expression of managers' efforts to stay flexible. Managers recognize that events inside and outside the organization can happen quite suddenly and can create pressure for change. OD provides the personnel and mechanism to deal with change; control its evolution; and direct its impact on organizational structure, technology, and people.

The Future and Organizational Development

The environment in which organizations operate is increasingly turbulent in an era of global, national and regional commercial competitiveness. Yesterday's strategies are not likely to work in tomorrow's workplaces. Top-down autocratically directed, rigidly hierarchical, fear-generating organizations are giving way to something new. Increasingly, organizations will

flatter, with smaller groups and units. OD will be a major player in assisting organizations to shift to — and sustain — this new paradigm which proclaims that the most innovative and successful organizations will be those that derive their strength and vitality from adaptable, committed team players. Thus, the OD process should include:

- Careful tuning into the perceptions and feelings of people.
- Creating safe conditions for surfacing perceptions and feeling.
- Involving people in diagnosing the strengths and weaknesses of their organizations and making action plans for improvement.
- Using qualified third parties as consultants.
- Redesigning work so that it is more meaningful and motivating.
- Focusing on teamwork.

Conclusion

Change is inevitable in a progressive culture and meeting this challenge of change is the primary responsibility of management. Adaptability to change is a necessary quality of good management. Organizational change refers to a modifica-

tion or transformation of the organization structure, process or good. There are external forces for change due to technological, globalization; workforce diversity and changes due to internal forces are work climate, changes in managerial personnel. There is Lewin change model. Lewin's change model, Nadler's Organizational model, contingency model of analyzing change.

Organizational development is a systematic process for applying behavioral science principles and practices in organizations to increase individual and organizational effectiveness. Some of the OD intervention are Sensitivity Training, Survey Feedback and process consultation a Team Building. Innovations is the process of making improvements by introducing something new. In the organizational context, innovation may be linked to performance and growth through improvements in efficiency, quality and productivity. Organizational learning involves individual learning, those who make the shift from traditional organization thinking to learning organizations develop the ability to think critically and creatively. Organizational effectiveness: defined as the ability of an organization to fulfill its mission through sound management, strong governance and a persistent rededication to achieving results.

References:

1. W. French & C. Bell, organizational development, Englewood Cliffs N. J Prentice Hall
2. Stephens P. Robbins: organizational behavior, 9th edition, prentice Hall, India.
3. Fred Luthans: organizational behavior, 8th edition, Irvin/McGraw Hill.
4. S. Chatt Opadhyaya and Udai Pareek: Managing Organizational Change
5. R. K Gupta & Udai P Burnes, Bernanrd. Managing Change. Financial Times/Prentice Hall.
6. Abubakar S., «Nigeria's W. T. O. Nightmare,» The Punch, Tuesday, October 8, 2002, 45
7. Adeoye, W., «The Scramble for Africa,» The Punch, Thursday, July 19, 2011 p 16
8. Business Foreign, «W.T. O. Delegates Consider Chances of New Trade Talks,» The Punch, Wednesday, August 1, 2002 p. 33
9. Stephens P. Robbins: organizational behavior, 9th edition, prentice hall, India.

Менеджмент как часть жизни студента и выпускника. Распространённые проблемы периода адаптации к изменяющимся условиям труда и возможности их решения с помощью тайм-менеджмента

Селезнева Анастасия Владимировна, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье автор раскрывает прикладное значение тайм-менеджмента для будущих выпускников среднего специального образования и высших учебных заведений.

Ключевые слова: тайм-менеджмент, студенты, выпускники.

В современном обществе менеджмент окружает нас повсюду, и при рассмотрении данной темы возникает следующий вопрос: «Откуда начинается менеджмент?» Анализируя работы Ф.У. Тейлора, Г. Ганнта, Ф. Гилберта, А. Файоля, М.П. Фоллетта, М. Вебера, невозможно не упо-

мянуть также таких исследователей-основоположников теории менеджмента, как Мэйо, Ротлисбергер и Ликерт, которые указывали в своих работах на важность человеческого фактора, и результатом является следующий ответ — «менеджмент начинается с человека и проис-

ходит на любом уровне, начиная с самоорганизации, заканчивая сложными производственными процессами». Для того погрузиться и раскрыть проблематику данного вопроса, разберём на конкретном примере, такой важный аспект из комплекса менеджмента как планирование на простом примере, с которым так или иначе сталкивается любой студент, начинающий свою карьеру.

По данным социального опроса канала «Для студентов» на платформе Яндекс. Дзен 75% будущих выпускников бакалавра, магистратуры и специалитета уже имеют опыт работы. Как показывает статистика опроса, большинство получает свой первый опыт устраиваясь на летнюю подработку, но и все чаще на последних курсах университета студенты стараются совместить на сокращённой ставке учёбу и работу, бывают и те, кто занимается разработкой своего стартапа, но и среди них, конечно же, есть и те, кто посвятил учебные годы только получению знаний, и выпускнику ещё только предстоит получить опыт работы. Так или иначе всех начинающих специалистов объединяют трудности, с которыми они сталкиваются на пути к получению заветной должности или профессии. Автор В. О. Сычева в своей работе «Трудоустройство выпускников вузов: проблемы и пути их решения» делает следующие выводы о данном этапе становления выпускников:

Во-первых, начинает ощущаться ответственность за свою жизнь. Очень важный этап, несмотря на то, что «поколение Z» кажется более осознанным, физиологическая часть никуда не уходит;

Во-вторых, встаёт вопрос целеустремлённости, ведь студент выбирает свой сценарий завтрашнего дня;

В-третьих, по-прежнему старые привычки и психологические травмы из детства, могут серьезно повлиять на психику взрослого человека.

Из этих выводов можно проследить фундаментальный аспект проблемы, когда происходит достижение определённого результата, в данном случае получение диплома, и жизнь открывает для начинающего специалиста новые границы, в виде открытия новых вакансий, и после получения места работы начинается сложный, но увлекательный этап адаптации к условиям труда. Трудности — неотъемлемая часть процесса на этом этапе, преодолевая их, мы становимся увереннее, значит, можем смело претендовать на лидирующие позиции на рынке труда. Они находят своё выражение в нескольких аспектах. Разберём самый весомый из них — стресс.

По шкале силы стресса, потеря работы, смена работы, увольнение, повышение занимает позицию в процентной доле от 45 до 75, а если ещё взять перемены в жизни, которые часто сопровождают выпускников, какой в этом случае будет процент силы стресса? Ответ очевиден. Поэтому перейдём сразу к самому главному — отметим несколько моментов для того, чтобы развеять некоторые сомнения важности вопроса:

Новый коллектив, тяжело понять взаимосвязи между людьми и освоить не посредственно рабочий процесс.

Сам рабочий процесс на сегодняшний день в не стабильной экономике сказывается не стабильным, что усугубляет ситуацию.

Помимо всего завышенные ожидания студента, что тоже усугубляет его положение, когда он начинает вникать в работу, он может разочаровываться в истинном положении дел, даже может дойти до смены работы, но как правило, в таком случае чаще это больше шаг назад по карьерной лестнице, нежели наоборот.

Ухудшить положение может перезагрузка информацией. Выпускник начинает очень активно заявлять о себе, работать 24x7, но происходит выгорание, ощущается тошнота, повышенная сонливость, апатия, шум в голове (впервые о подобном феномене говорит Бертман Майрон Гросс). Наша психика начинает входить в дискомфортное состояние, может возникать побочный эффект «умственной жвачки». Скрывая свое состояние от коллег и начальства, работник ухудшает социальные связи. Такое положение не всегда можно заметить сразу, и мы не оцениваем это как тревожный звонок к тому, что нужно пересмотреть своё отношение к управлению временем.

Автор-исследователь, кандидат социологических наук Писарев О. А. в своей работе «Как помочь Студенту справиться со стрессом», основываясь на научных фактах, делает следующие рекомендации, которые в будущем помогут выпускникам лучше адаптироваться к месту работы:

1. Нужно научиться правильно распределять время. Этот простой совет может сослужить хорошую службу студенту во время учебы. Умение планировать и грамотно растрчивать свои силы поможет все успевать в учебе и находить время для полноценного отдыха.

2. Приучить себя к самодисциплине. Это качество очень необходимо современному студенту и может помочь ему избежать стрессовых ситуаций во время учебы. Например, студент должен четко понимать, что после занятий в институте, обеда и 30 минутного отдыха лучше всего выполнить домашнее задание или найти контрольную работу, а потом идти гулять или общаться с друзьями.

3. Совершать каждодневные прогулки на свежем воздухе.

4. Спать не менее 6 часов в сутки, причем, делать это нужно в ночные часы.

5. Общаться с друзьями или знакомыми в свободное от учебы время.

6. Искать положительные моменты в любой ситуации.

7. Заниматься спортом: активные физические упражнения выводят из организма гормоны стресса.

Все указанные пункты — это путь к тайм-менеджменту, и в данном случае через мотивацию студентов на целенаправленную деятельность. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что студенческие годы создают базу для адаптации на будущем месте работы. Конечно же, стоит учесть такой вопрос как «Почему на

чинающему специалисту в современных обстоятельствах труднее адаптироваться к первому серьезному месту работы?» Но он порой мучает не только самих студентов, но и работодателей, одни ещё не знают, как правильно себя проявить, другие как помочь закрепиться начинающему специалисту. Хотя отмечается, что «современная среда управления характеризуется турбулентностью, на что управление отвечает быстрой сменой и появлением новых точек зрения на эффективное управление, а также на успешное управление» [1], но стоит задуматься, почему ему же возникает трудность у тех и других, одна из них — иллюзия выбора, кажется, что все легко заменимы. Не нравится работник — уволить, не нравится место работы — уволиться. Но эффективен ли данный способ для одних и других, каждый отвечает за себя,

но результатом такой ситуации становятся дополнительные траты на процесс замены сотрудника в организации и создания должного опыта у выпускника. Стоит отметить, тем, кто уже определился с областью работы, легче, но тем, кто ещё не совсем представляет, к какому делу лежит душа, расстраиваться тоже не стоит. Как показывают последние исследования Андерсона Эриксона из университета штата Флорида, для того, чтобы достичь мастерства в какой-либо деятельности, нам необходимо 10000 часов плотной работы.

Из чего следует вывод — не стоит огорчаться множеству провалов на старте, да и в целом на пути, стоит воспринимать это как возможность поменять к лучшему обстоятельства и правила менеджмента могут только способствовать наилучшему результату.

Литература:

1. Ружанская, Л. С. Общий менеджмент: учебное пособие / Л. С. Ружанская [и др.]. Екатеринбург.: Урал. ун-та, 2017. 116 с.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 18 (360) / 2021

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Номер подписан в печать 12.05.2021. Дата выхода в свет: 19.05.2021.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.