



**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ГУМАНИТАРНЫХ И
ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК**

*Всероссийская научно-практическая
конференция с международным участием*

**Сборник научных трудов
Часть 1**

**Санкт-Петербург
12 ноября 2019 года**



Ассоциация содействия изучению и популяризации
истории и социально-гуманитарных наук
«НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР «ПЕРЕСВЕТ»

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГУМАНИТАРНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК

Сборник научных трудов
Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием
**«АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГУМАНИТАРНЫХ И
ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК»**

Часть 1

Ассоциация
«Научно-исследовательский центр «ПЕРЕСВЕТ»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2019

УДК 338;821.161.1-3
ББК 65.9;84
ISBN 978-5-9500515-9-3

Рецензенты:

Костюк Р.В. – доктор исторических наук, профессор кафедры теории и истории международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета.

Смирнов А.Б. – доктор экономических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета информационных технологий, механики и оптики.

Редакционная коллегия:

Архипова О.В. – доктор философских наук, профессор, Санкт-Петербург.

Иващенко Я.С. – доктор культурологии, профессор, г. Новосибирск.

Пилявский В.П. – доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор, г. Санкт-Петербург.

Алексеев Г.В. – кандидат юридических наук, доцент, г. Санкт-Петербург.

Заставенко В.А. – кандидат педагогических наук, г. Санкт-Петербург.

Зиновьев А.О. – кандидат политических наук, доцент, г. Санкт-Петербург.

Климин А. И. – кандидат исторических наук, г. Санкт-Петербург.

Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук: Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук», г. Санкт-Петербург, 12 ноября 2019 года. Часть 1 / Под редакцией О.В. Архиповой и А.И. Климина; Ассоциация «НИЦ «Пересвет»; Институт бизнеса и инноваций. – СПб.: ИБИН, 2019. – 220 с.

ISBN 978-5-9500515-9-3

Настоящий сборник включает в себя материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук» (12 ноября 2019 г., г. Санкт-Петербург), которая была посвящена актуальным направлениям исследований в области социальных и гуманитарных наук. Сборник издается в двух частях. В первую часть вошли статьи по разделам «История. Искусствознание. Культурология», «Социологические науки», «Мировая экономика и международные отношения», «Экономика и управление». Сборник адресован преподавателям, научным работникам, студентам, аспирантам, всем, кому небезразличны судьбы культуры, науки и образования в современном мире.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Статьи представлены в авторской редакции, все материалы отображают персональную позицию авторов. Ответственность за точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства несут авторы публикуемых материалов.

ISBN 978-5-9500515-9-3

© Авторы статей, 2019

© Ассоциация «НИЦ «Пересвет», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
-------------------	---

Раздел «История. Искусствознание. Культурология»

<i>Задорожня О.А.</i> КАТЕГОРИИ ИМУЩЕСТВА КУПЕЧЕСТВА ГОРОДОВ ТОБОЛЬСКОЙ ГУБЕРНИИ (последняя четверть XVIII – первая четверть XIX вв.)	8
<i>Магомадов А.И., Тулашев Я.А.</i> БЫТ И МАТЕРИАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЧЕЧНИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВЕКОВ.....	17
<i>Михайлова А.А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОХРАНЕНИЯ МОНУМЕНТАЛЬНОЙ ЖИВОПИСИ НОВГОРОДА.....	22
<i>Смятцкий Д.Г.</i> КАЛЬМАРСКАЯ УНИЯ 1397 ГОДА: БЛАГА И ТЯГОТЫ СОЮЗА ДЛЯ ШВЕДСКОГО КОРОЛЕВСТВА.....	30

Раздел «Социологические науки»

<i>Еремеева Т.С., Вертинская А.А., Мухачева Р.С.</i> ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ КАК ПРОФЕССИИ.....	37
<i>Еремеева Т.С., Курьин В.В.</i> ПРОБЛЕМЫ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ С НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ ПРАВОНАРУШИТЕЛЯМИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСПЕКЦИИ ПО ДЕЛАМ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ МО МВД РОССИИ.....	41

Еремеева Т.С., Марданова Т.А., Марданова Н.В.
ПРОБЛЕМЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ
ПРИМЕНЕНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ.....45

Порозов Р.Ю., Стародумова М.И.
АТРИБУТЫ ВАНДАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ
МОЛОДЁЖИ В КОНТЕНТЕ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ
(НА ПРИМЕРЕ ГРУПП В «ВКОНТАКТЕ»).....51

Шмаркова А.В.
ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ.....57

Раздел

«Мировая экономика и международные отношения»

Воронова Т.А.
ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ
РОССИЙСКОГО ИМПОРТА ИЗ КИТАЯ.....63

Кузьменко С.С., Гринёв А.О.
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ
ГРУППЫ СТРАН РАЗНОЙ СТЕПЕНИ РАЗВИТИЯ.....70

Кузьменко С.С., Пуськова А.А.
ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ СТРАН БРИКС
В МЕЖДУНАРОДНОМ ТОРГОВОМ ОБМЕНЕ
МИНЕРАЛЬНЫМ ТОПЛИВОМ.....76

Маматова О.М.
ОСОБЕННОСТИ ПЕЧАТНЫХ НЕМЕЦКИХ СМИ
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....84

Тюленева Т.И.
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....91

Раздел

«Экономика и управление»

Азатян Л.С.
СУЩНОСТЬ, КРИТЕРИИ И ХАРАКТЕРИСТИКИ
БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ.....97

<i>Василиади А.М.</i> НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	103
<i>Данилевская В.Г., Харисова Ф.И.</i> АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ МСФО (IFRS) 15 НА ПОРЯДОК УЧЕТА ВЫРУЧКИ ПО ДОГОВОРАМ С ПОКУПАТЕЛЯМИ.....	108
<i>Дмитриева Е.И., Попова А.О., Аксинина О.С.</i> КРИТЕРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	123
<i>Иванченко О.Г., Григорьева А.Н., Иванченко Е.С.</i> ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ И БАНКОВСКОГО СЕКТОРА.....	129
<i>Кузнецова Ю.О., Сафарли М.С.</i> РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	137
<i>Кузнецова Ю.О., Сафарли М.С.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ РЫНОЧНЫХ РИСКОВ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.....	144
<i>Лунюшкина А.К., Кузьмин Д.Н.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ.....	155
<i>Максимова Ю.И., Кузьмин Д.Н.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ.....	161
<i>Мануйлова М.М.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ В ИНТЕРНЕТЕ.....	166

<i>Мельник А.С., Сафарли М.С.</i> СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ КАК ОСНОВЫ СТАБИЛЬНОСТИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	173
<i>Муратова К.Р.</i> БЕНЧМАРКИНГ КАК МЕТОД ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.....	182
<i>Погосян Ш.П.</i> ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ КАК ПРИОРИТЕТ РАЗВИТИЯ СТРАНЫ.....	186
<i>Порсева Е.А.</i> ПРОБЛЕМЫ И УСЛОВИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МАЛОНАСЕЛЕННЫХ ГОРОДАХ РОССИИ.....	190
<i>Размочаев Н.С., Сафарли М.С.</i> АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕСА: ЭФФЕКТИВНОСТЬ, УМНОЖЕННАЯ НА ПРИБЫЛЬ.....	195
<i>Ряднова И.В.</i> РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ УЧЕТА И АУДИТА ОПЕРАЦИЙ ПО ДВИЖЕНИЮ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ.....	203
<i>Скоблова Ю.А.</i> КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА – ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	209
Сведения об авторах	217

ПРЕДИСЛОВИЕ

12 ноября 2019 года в Санкт-Петербурге прошла Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук». В конференции приняли участие преподаватели, научные работники, аспиранты, магистранты и студенты – всего более 90 участников, представляющих ведущие научные и образовательные центры России и ближнего зарубежья. На конференции были затронуты актуальные темы исследований из самых разных областей гуманитарных и общественных наук.

Настоящий сборник научных трудов издается по итогам прошедшей конференции. В виду большого числа работ было принято решение издать материалы конференции в двух частях. В первую часть вошли статьи по разделам «История. Искусствознание. Культурология», «Социологические науки», «Мировая экономика и международные отношения», «Экономика и управление». Сборник адресован преподавателям, научным работникам, студентам, аспирантам, всем, кому небезразличны судьбы культуры, науки и образования в современном мире.

В представленных статьях рассматриваются ключевые вопросы развития современного образования, теоретические и практические аспекты экономики и управления, раскрываются исторические грани развития культуры, анализируется влияние на культуру и общество разноплановых процессов в области информационных технологий и медиакоммуникаций. Авторами статей сборника являются как студенты и аспиранты, так и преподаватели и научные работники вузов и научных центров России и сопредельных стран. Выражаем надежду, что данный сборник, как и сама прошедшая конференция, станет своего рода приглашением к дальнейшей дискуссии о судьбах культуры, науки и образования в современном мире.

Редколлегия

Раздел «История. Искусствознание. Культурология»

УДК 339.1-051(091)(571.1)

О.А. Задорожная

КАТЕГОРИИ ИМУЩЕСТВА КУПЕЧЕСТВА ГОРОДОВ ТОБОЛЬСКОЙ ГУБЕРНИИ

(последняя четверть XVIII – первая четверть XIX вв.)

Аннотация. В статье рассматриваются основные категории имущества купечества городов Тобольской губернии в последней четверти XVIII – первой четверти XIX вв. с указанием их примерной стоимости. Значимым для гильдий становится выделение имущества как сферы вложения капитала, как визитной карточки перед обществом, партнерами и возможными клиентами.

Ключевые слова: купечество, город, Тобольская губерния, имущество, капитал, товар, домовое строение, предприятие, земля.

Купеческое сословие Российского государства представляло собой слой профессиональных торговцев, объединенных в сословные организации. Важным критерием для записи в гильдию и получения права на ведение торговой деятельности было наличие капитала. В то же время для определения общественного статуса конкретной фамилии значимыми могли выступать различные категории имущества. В целом собственность купечества городов Тобольской губернии включала движимую (капитал, ценные бумаги, товар, жилые усадьбы, домашняя утварь) и недвижимую части (владение предприятиями и земельными наделами) [1, с. 148].

Определяющей категорией имущества купечества выступал размер объявленного капитала, с которого платился 1 % налога [2; 3; 4]. Но определить реальные размеры состояния купеческой фамилии довольно

сложно из-за отсутствия обязательной отчетности в последней четверти XVIII – первой четверти XIX вв., поэтому некоторые виды имущества можно выявить только в исключительных случаях, таких как пожар, смерть владельца, разорение и т. д.

Редко в источниках упоминалось наличие денежных средств, например, в описи имущества тобольских купцов после пожара 1788 года упоминание о них отсутствует. В описях имущества умерших купцов для определения размеров наследства указано, что в кассе купца Я. Сергеева было 1 610 рублей, у П. Сумкина – 1 700 рублей.

В то же время купечество Тобольской губернии вело долговые книги, хранило расписки и договорные письма. У 113 пострадавших от пожара купцов сгорело ценных бумаг на сумму более 512 298 рублей. После составления списка имущества умершего купца третьей гильдии Сумкина выяснилось, что за ним числилось 6 500 рублей, за Я. Сергеевым – 5 тысяч рублей [5, Л. 53, Л. 60 об., 70, Л. 71-72, Л. 127].

Некоторым эквивалентом денежной массы выступали запасы товара в лавках, постоянных дворах, амбарах и т. д. Городское купечество Тобольской губернии располагало российским, немецким (европейским), киргизским, бухарским и китайским товаром для торговли и для оплаты долговых обязательств. Купеческие ведомости тобольского купечества за 1816 – 1822 гг. позволяют установить количество и категории товара:

- тобольский купец первой гильдии А.И. Ширков (объявленный капитал 50 050 рублей) ежемесячно располагал в Кяхте российским товаром на 60 тысяч рублей, на Тобольский Север в навигацию отправлял более 3 тысяч пудов муки [6, Л. 1];

- тобольский купец первой гильдии С. Пиленков (50 050 рублей) в Кяхту выписывал ежемесячно товара на 60 тысяч рублей, закупал китайского товара на 100 тысяч рублей, его приказчики пригоняли скот на такую же сумму;

- купец третьей гильдии И. Плотников активно участвовал в ярмарках на южных границах, где закупал до 300 голов скота в одном стаде [7, Л. 2, Л. 3. Л. 7, Л. 9, Л.14, Л. 21, Л.23].

Поскольку купцы являлись владельцами промышленных предприятий, то в категорию товара можно включить произведенную продукцию. На стекольных фабриках купца Корнильева в 1800 году было произведено 47 тысяч штук стеклянной посуды, в 1826 году – 74 995 штук; на предприятии его земляка Пиленкова было изготовлено: в 1807 году – 41 тысяча единиц товара, в 1809 году – также 41 тысяча, в 1812 году – 42 тысячи штук, в 1819 году – 47 тысяч штук. Среднегодовой выпуск продукции кожевенного завода купца Ершова составлял 2 342 штуки, а прибыль превышала 10 тысяч рублей.

Однако не все купцы могли вести торговлю на сумму больше объявленного капитала, да и потребность в наличных деньгах ощущалась из-за отсутствия развитой финансовой системы. Поэтому купцы обращались в различные ведомства за «вспоможениями, одолжениями» или к ростовщикам, в роли которых могли выступать все категории населения.

Наиболее привлекательной и быстрой формой получения нужных средств был вексель. Купечество Тобольской губернии в основном оформляло личное заемное письмо. В «Книгах протестных векселей» городских органов самоуправления данного региона на январь 1794 года было зафиксировано заключение 42 подобных сделок купцами Тобольска, Ишима, Кургана, Ялуторовска, Омска, Тюмени, Туринска Тобольской губернии. Среди займодавцев на тобольское купечество приходилось 86 %, на ялуторовское и курганское – 4,8 %, на ишимское и верхотурское – 2,2 %. Среди должников были представители разных городских сословий, из них купцов – 31 % (13 человек), мещан – 26,2 % (11), чиновников – 16,7 % (7), военных – 12 % (5), цеховых – 7,1 % (3). Отметим, что часть купцов стала серьезно вкладывать свободные средства под проценты. С 1816 по 1822 годы из 56 купцов 3 человека указали основным занятием операции с деньгами, как дополнительное – 2 человека.

Как указано выше, купцы вели учет выданным суммам. В 1812 году тобольский купец и церковный староста А. Худяков начал несколько процессов по старым записям в долговых письмах, лавочных книгах, векселях (общая сумма составляла более 6 тысяч рублей). Отметим, что все документы были оформлены в соответствии с правилами: вексель купцу Котельникову был выписан в губернском правлении с указанием процентов в присутствии поручителя купца А. Ширкова на 176 рублей серебром [Л. Зоб.]. Так как должник не смог выплатить всю сумму, решением суда это должен был сделать поручитель А. Ширков. Тобольский купец Полуянов взял в долг 5 тысяч рублей у московского купца Куманина, но отказался отдавать его. Всю сумму вернул купец третьей гильдии П. Тренин, который вынужден был перейти в категорию мещан. По словам Н.М. Ядринцева, это был не первый такой поступок капиталиста-кабалителя А.А. Полуянова, направленный на разорение своих партнеров [9, с. 37].

Особой категорией имущества купечества была земельная собственность. В Российской империи владение сельскохозяйственной землей являлось привилегией дворянства, но в некоторых случаях купцы также получали подобное право. Право собственности на земельный надел в городе давало возможность участвовать в системе самоуправления. Вместе с тем, земля являлась категорией капитала, которая позволяла построить промышленное предприятие, городскую усадьбу, постоялый двор и т. д. В губернской столице купцы Корнильевы имели в собственности 3 тысячи десятин земли, Кремлевы – 800 десятин, Дьяконовы – 300 десятин, Сыромятниковы – более 2 тысяч десятин [10, Л. 212-214]. По данным источников, только в Тобольске гильдейцам принадлежало 35 тысяч сажень земли, из 31 % гильдейцев землей владели потомственные купцы Сыромятниковы, Кремлевы, Дьяконовы, Шевыревы, Корнильевы и Пиленковы. Самыми крупными землевладельцами в сельской местности были Корнильевы, которым в начале XIX века принадлежало четыре деревни общей площадью «4 929 десятин удобной земли, 3 209 десятин неудобной...» с 200

жителей и несколько земельных участков в городе, из которых два были площадью в 3 033 сажени [11, Л. 1-31, Л. 57 об.-58]. В Аремзянской волости купцами на принадлежавшей им земле были построены стекольная фабрика и салотопенный завод.

Определить стоимость купеческих земель в городах довольно сложно, можно предположить, что она была значительной. Поэтому с начала XIX века представители всех гильдий стремились вложить свободные средства в городскую недвижимость. В Тюмени купцы владели 46,3 % городской земли от общего числа землевладельцев, в среднем на каждого купца приходилось около 2,6 десятин земли. Тобольский купец Дьяконов с согласия родственников приобрел 646 десятин земли. Кроме того, в структуру многих купеческих усадеб малых городов входило подсобное хозяйство, для которого требовался фураж. Это обстоятельство заставляло купцов арендовать или нередко покупать на имена родственников или знакомых представителей первого сословия сенокосные участки. В фондах Тобольского музея хранится «регистр, означающий имена туринских городских и уездных владельцев, кои из них имеют какую землю», в котором даны некоторые характеристики земли, например: «покойного купца Я. Попова вдова Ксения Васильевна ... выписку... на сенные покосы». Наибольшее количество пашенной земли, сенокосных участков, рыбных ловов, пастбищ принадлежало нескольким купеческим фамилиям: Панаевым принадлежало восемь участков, Топорковым – шесть, Дворниковым – пять.

Помимо этого, купцы владели промышленными предприятиями – кожевнями, мыловарнями, стекольными заводами, бумажными фабриками и т. д. За редким исключением предприятия располагались в городе на территории купеческих усадеб, то есть рядом с жилыми зданиями. Стоимость предприятий, как правило, зависела от многих факторов – количества производимой продукции, применяемых технических приспособлений, технологии, себестоимости сырья и т. д. Так, кожевни с объемом выпускаемой продукции около 3 тысяч кож в год оценивались до 6 тысяч рублей. Мелкие

заведения ремесленного типа купцов первых двух гильдий в среднем стоили до 5 тысяч рублей, купцов третьей гильдии – до 3 тысяч рублей. В то же время крупные предприятия – стекольные заводы, бумажные фабрики – оценивались около 20 тысяч рублей [12, с. 23, 28]. Стоимость предприятий, как правило, зависела от количества производимой продукции.

Купечество Тобольска являлось собственником домовых строений, постоянных дворов, лавок, магазинов, средств транспорта и т. д. Жилые дома выполняли две функции: служили жильем для купеческой семьи и выступали для купца источником дохода при сдаче внаем, заказном строительстве. Хотя Екатериной II было разрешено размещать торговые помещения в нижних этажах купеческих домов, но широкого применения в Тобольской губернии эта практика не нашла.

Отметим, что купцы в Тобольской губернии стали первыми владельцами каменных особняков или больших деревянных домов. При этом купечество селилось компактно, например, в губернской столице из 61 купеческого дома 2/3 располагалось в четвертой городской части [13, Л. 109-124об.]. Купцы предпочитали заниматься строительством самостоятельно. На нижнем посаде Тобольска находились особняки купцов третьей гильдии, например, «каменный дом под железной крышей» А. Дранишникова, «каменный дом в два этажа» П. Тренина. Купеческим братьям Селивановым «каменный дом, ...длиною 11, шириной на 7 сажень, вышиною 13 1/10 аршин в два этажа...» обошелся в 22 тысячи рублей. Но самым крупным домовладельцем в городе был именитый горожанин Ф.Ф. Кремлев. Он имел 10 домов, среди которых было два каменных особняка общей стоимостью 100 тысяч рублей [14, Л. 8, Л. 17, Л. 26, Л. 27, Л. 186; 15, С.7]. На территории городской усадьбы купца второй гильдии И.Ф. Сыромятникова разместились двухэтажный деревянный дом, флигель, два сарая, шесть амбаров, два погреба, кожевенный завод, три завозни и огороды.

По данным оценочных ведомостей конца XVIII века купец первой гильдии владел в среднем тремя – четырьмя домами стоимостью от 10 до 20

тысяч рублей, купец второй гильдии – одним домом стоимостью от нескольких сот рублей до 2 тысяч. В первой четверти XIX века эти данные мало изменились: купец первой гильдии был владельцем двух – четырех домов (нередко одного каменного) стоимостью от 18 до 50 тысяч, купец второй гильдии имел два дома стоимостью от 11 до 20 тысяч, купец третьей гильдии, как правило, имел один дом стоимостью до 11 тысяч рублей. Конечно, были исключения: не все купцы имели собственные дома или стоимость усадьбы могла значительно отличаться от вышеуказанных средних показателей.

Высокое общественное положение заставляло купцов следовать европейским традициям не только во внешнем оформлении домов, но и во внутреннем убранстве, интерьере. Такое положение характерно для потомственных династий Корнильевых, Нерпиных, Кремлевых, Куклиных, усадьбы которых представляли собой образцы архитектурного искусства конца XVIII – первой четверти XIX вв.

От имущественного положения купца зависели его бытовые условия, интерьер дома, который также составлял одну из категорий недвижимого имущества. По запискам путешественников, мемуарам современников можно восстановить интерьер особняков зажиточных купцов [16, с. 80; 17, с. 248 – 249; 18, с. 282 – 283]. Торговцы любили украшать стены своего жилья литографическими портретами царей и сибирских митрополитов. Нередко в доме можно было увидеть картины местных и европейских художников. Так, в описи имущества купца П. Ершева упоминались «масляные портреты царей Ивана IV, Федора Иоанныча, Петра Первого, Елизаветы Петровны, Екатерины II, Павла I и его жены, Великих князей Александра и Константина Павловичей, две исторические картины в рамках на холсте». В 20-х годах XIX века купец Ершев из своих торговых поездок привез 29 картин, среди которых были полотна и европейских мастеров [19, Л. 1-2]. Основными категориями недвижимого имущества в домах купцов были картины, украшения, книги, посуда, главным образом, серебряная. В доме умершего купца третьей

гильдии П. Сумкина находилась посуда серебряная, медная, зеленая и оловянная на сумму более полутора тысяч рублей. В среднем стоимость домашней утвари купца первой гильдии составляла около трех тысяч рублей, купца второй гильдии – двух тысяч рублей, купца третьей гильдии – около тысячи рублей.

С начала XIX века появилось несколько новых категорий недвижимости и купеческого капитала. Прежде всего это постоянные дворы как отдельный вид собственности, предназначенные для хранения товара, размещения приезжих и иногородних торговцев [20, Л. 11об., 102об.]. Тобольский купец С. Струнин став владельцем четыре подобных помещений, передал торговлю скотом своему сыну. Речной транспорт также стал средством вложения капитала и еще одним видом недвижимости, которая позволяла перевозить собственный и чужой товар, и могла быть сдана в аренду. Туринские купцы Филимоновы были владельцами двух речных судов и нескольких барок, что позволяло перевозить одновременно 30 тысяч пудов муки для Тобольского провиантного магазина, судно купца Серебрякова доставило 1 150 пудов железа из Тобольска в Томск [21, Л. 28; 22, Л. 102]. Туринские купцы Топорковы известны были по всему Тобольскому Северу, где занимались рыбным промыслом с помощью найма артелей.

Обзор материального состояния купеческого общества Тобольска конца XVIII – первой четверти XIX вв. позволяет говорить о наличии различных категорий имущества, среди которых основными были капитал, предприятия, домовые строения. Но основным критерием богатства была принадлежность к потомственным торговцам. Купцы первой гильдии дробили свой капитал, вкладывая его в различные виды деятельности. Так, в ценных бумагах они в среднем имели до 30 тысяч рублей, в товаре – до 10 тысяч рублей. Определенные изменения произошли в конце XVIII века, когда в лавках у купцов первых двух гильдий было товара на сумму до 50 тысяч рублей, у третьей – до 30 тысяч рублей. В целом, капитал купца в ценных бумагах, наличности в товаре составлял для купцов первой гильдии сумму свыше 50

тысяч рублей, для купцов второй гильдии – 20 тысяч рублей, третьей гильдии – 10 тысяч рублей. В первой четверти XIX века эти цифры увеличились для первой гильдии – до 100 тысяч рублей, для второй – до 50 тысяч рублей, для третьей – до 20 тысяч рублей. Все вышесказанное позволяет утверждать, что купечество Западной Сибири значительно занижало свой капитал, поэтому с начала XIX века оно предпочитало записываться вместо первой гильдии во вторую, которая также имела право торговли в «иностранных портах».

Список литературы

1. Резун Д.Я., Беседина О.Н. Городские ярмарки Сибири XVIII - первой половины XIX в. Новосибирск: Наука: Сиб. изд. фирма, 1992. – 154 с.
2. ПСЗРИ (Полное собрание законов Российской империи). СПб.: Типография II Отделения Императорской канцелярии, 1830. – Т. 20. 1034 с.
3. ПСЗРИ. СПб.: Типография II Отделения Императорской канцелярии, 1830. Т. 23. 969 с.
4. ПСЗРИ. СПб.: Типография II Отделения Императорской канцелярии, 1830. – Т. 38. 686с.
5. ГУТО ГА в г. Тобольске. (Государственное учреждение Тюменской области «Государственный архив в г. Тобольске»). Ф. 8. Оп.1. Д. 20.
6. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. 8. Оп. 1. Д. 111.
7. ГУТО ГА в г. Тобольске Ф.1. Оп.1. Д. 95.
8. ГУТО ГА в г. Тобольске Ф.355. Оп.1. Д.272.
9. Ядринцев Н.М. Сибирь как колония: к юбилею трехсотлетия: современное положение Сибири, ее нужды и потребности, ее прошлое и будущее. Санкт-Петербург: Типография М. М. Стасюлевича, 1882. 471 с.
10. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. 341. Оп. 1. Д. 10.
11. ГУТО ГА в г. Тобольске Ф. 329. Оп.1. Д. 225.
12. Задорожная О.А. Специализация городского купечества Западной Сибири (1775-1825 гг.) // Вестник Сургутского государственного университета. 2014. № 3. С. 20-30.
13. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф.8. Оп.1. Д. 6.
14. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. 1. Оп.1. Д. 18.
15. Голодников К.М. Город Тобольск и его окрестности: исторический очерк. Тобольск: [б. и.], 1886. – 139 с.
16. Коцебу А.Ф. Достопамятный год жизни Августа Коцебу или заточение его в Сибирь и возвращение оттуда. М.: В Привилегированной тип. Кряжева и Мея, 1806. – Ч. 2. – 264 с.
17. Линк И.В. Пребывание доктора А. Эрмана в Березове // Журнал Министерства Внутренних дел. 1834. № 11 – С. 215-268.
18. Флоринский В.М. Заметки и воспоминания // Российская старина. 1906. № 1. С. 75-109; № 2. С. 288-311; № 3. С. 564-596.
19. ГУТО ГА в г. Тобольске Ф. 12. Оп. 1. Д. 1.
20. Тобольский историко-архитектурный музей-заповедник. Научный архив. Ед. хранения 12539.

21. ГУТО ГА в г. Тобольске Ф. 1. Оп.1. Д. 276.
22. ГУТО ГА в г. Тобольске Ф. 1. Оп.1. Д. 278.

© Задорожня О.А., 2019



УДК 93/94

А.И. Магомадов, Я.А. Тулашев

БЫТ И МАТЕРИАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЧЕЧНИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВЕКОВ

Аннотация. В статье затрагивается период второй половины XIX – начала XX веков, который ознаменовался отменой крепостного права на территории Северного Кавказа, что повлияло на развитие материальной культуры и быта горцев Чечни.

Ключевые слова: Чечня, поселения, жилища, горцы, одежда, бешмет, ремесла, сельское хозяйство.

Во второй половине XIX века происходят важные перемены в вещественной культуре и быте чеченцев, что, собственно, нашло отражение в типах поселений и домов, в одежде и пищевом рационе. В документальных источниках, а также в свидетельствах иностранных путешественников, побывавших в середине XIX века в Чечне, отмечается, что поселения горцев находятся как в горной, так и на равнинной части. В данных районах развивалась самобытная цивилизация чеченцев, сложилась особая этническая архитектура [1, с. 340].

Известно, что многие поселения (аулы) чеченцев возводились в горной части Чечни. Наряду с традиционными каменными и турлучными саклями возникают большие благоустроенные дома из камня, обработанного под кирпич, с окнами и дверями больших размеров, с хозяйственными постройками. Такие дома строили в основном зажиточные люди. Внутри жилища обставлялись различными новыми предметами, такими, например, как керосиновые лампы, настольные зеркала, фабричная посуда и т. д. Помимо

домов строили башни, башенные комплексы, которые для горцев служили крепостями. Следует отметить, что рассматриваемый период характеризуется расцветом архитектуры и народного зодчества чеченцев. Все архитектурные памятники материальной культуры, – как наземные, так и подземные, – на территории Чечни принято делить на две основные группы:

1) монументальные жилые дома и оборонительные сооружения – жилые дома, высокие боевые башни, укрепленные замки, городища и т. д.;

2) погребальные сооружения – подземные, наземные и полуподземные каменные склепы, пещерные и грунтовые захоронения.

На территории Чечни в тот период основными центрами каменного строительства были Аргун, Нашаха, Малхиста, Майста, верховья Фортанги, Ассы и Джейрахское ущелье. Постройки, в основном боевые башни, строились без фундаментов, на скальной основе. В планировке жилого дома в XIX – начале XX веков в основном преобладали двухкамерные конструкции. Для строительства домов и хозяйственных построек чеченцы использовали различные строительные материалы [2, с. 79 – 80].

О материальной культуре свидетельствует также одежда чеченцев, которая содержала в себе много общекавказских черт и в тоже время имела сугубо локальные специфические свойства, отвечавшие нравственным, бытовым и эстетическим вкусам. В XIX веке чеченцы изготавливали одежду из привозного, в том числе европейского сукна разных цветов, украшали ее вышивкой. В начале XIX века основной одеждой чеченцев были черкеска и бешмет. Бешмет имел свои особенности, он был несколько длиннее, чем черкеска, не имел стоячего воротника, рукава были узкие, как у черкески. Бешмет и черкеску, как описывали иностранные путешественники, носили вместе. В отдельных случаях горцы носили бешмет без черкески, даже в праздничные дни, ибо черкески были не у всех и надевались они в праздничные дни. Изготавливали бешмет из холста и полотна. Также бешмет одевали и под рубаху. А головным убором горцев в рассматриваемое время

служили шапки (папахи), которые изготавливались из меха, шерсти и хлопка [3, с. 11].

Уже к концу XIX века происходят изменения в одежде. Для начала был изменен покрой классической одежды, как дамской, так и мужской. Следует отметить, что фабричные ткани начинают все более теснить классическое, горское сукно. И в результате появляется европейский костюм. Как писал ученый-этнограф начала XX веков А. Цаликов, «даже сама наружная картина горца все чаще изменяется – к государственной одежде прибавляется багаж европейского мотива, государственный (национальный) костюм заменяется блузкой мастерового или же пиджаком торговца; взамен кинжала – аршин, взамен ружья – кирка и лом разнорабочего. Изменяется, например, же и взор горца, он до этого с презрением относившийся к торговле, ныне лишь только и грезит о лавке...». В рассматриваемый период продолжают развиваться и стремиться к совершенству классические ремесла – обработка дерева, кузнечное дело, выделка изделий из шерсти и кожи, ювелирное дело [4, с. 83 – 84].

О материальной культуре чеченцев свидетельствуют обнаруженные в захоронениях предметы ювелирного искусства и ремесленного производства. Высоким мастерством отличаются разнообразные женские украшения – бусы, серьги и височные подвески. Бусы и прочие украшения изготавливались в основном из стекла сине-зеленого и коричневого цветов. Очень редко встречались украшения из янтаря.

По соседству с чеченцами начинает селиться многочисленное русское население, следствием чего стало расширение торговых связей и оживление культурного обмена, что со временем отразилось, в том числе, и на изменении пищевого рациона чеченцев. Наряду с традиционными блюдами в чеченских семьях начинают готовить борщи, а также выпекать «русский» хлеб. Чечня конца XIX в. представляла собой сельскохозяйственную страну, все население которой преимущественно занималось земледелием и животноводством. Практически весь сельскохозяйственный инвентарь изготавливался в Чечне

местными мастерами. Довольно быстро чеченцы начали перенимать новые сельскохозяйственные орудия, производимые на русских мануфактурах. Так, уже в конце XIX в. притеречные чеченцы широко применяли железный плуг, а в начале XX в. изготавливали железные плуги не только для собственных нужд, но и для продажи, в том числе и казакам. Постепенно в сельское хозяйство проникала техника, физический труд заменялся машинами, а также трудом наемных свободных рабочих.

Внедрение техники и рост производительности труда в сельском хозяйстве вели к дальнейшему усилению социального неравенства и обнищанию значительного количества мелких производителей, которые пополняли ряды рабочих и городского безработного населения. Это относится и к Чечне, и в целом к районам Северного Кавказа. Под влиянием развития общероссийской экономики в пореформенный период в Чечне развиваются товарно-денежные отношения, происходит, хотя и медленно, так называемая «капитализация» помещичьего и крестьянского хозяйства, возникают предприятия по переработке продукции сельского хозяйства и местного сырья. Происходит ежегодный отток из сел и аулов большого количества безземельных горских крестьян на работы в разные регионы страны [5, с. 216 – 217].

Однако прекращение военных действий, проведение административно-территориальных и аграрных преобразований на Северном Кавказе в 60-е годы XIX века имело и важные позитивные последствия. Чечня начала вовлекаться в сферу всероссийского, а через некоторое время и мирового товарного обращения. Следует отметить и положительную роль единообразного административно-территориального деления, которое способствовало политической стабилизации и экономическому оживлению, росту товарного земледелия и скотоводства, особенно в равнинной Чечне. Проблемы экономического характера в Чечне начинают углубленно исследоваться.

Большое значение в развитии сельского хозяйства в Чечне и на всем Северном Кавказе во второй половине XIX века сыграла деятельность «Кавказского общества сельского хозяйства». В его состав входили уважаемые и авторитетные люди – крупные землевладельцы, князья, чиновники кавказской администрации и т. д. Общество начало свою активную деятельность в 70-е годы XIX века, когда его состав пополнился специалистами по сельскому хозяйству из регионов Кавказа. Деятельность общества заключалась в распространении знаний по сельскому хозяйству, внедрении научных достижений в практику, выпуске периодических изданий, таких как «Записки», «Труды», «Сборники» и другие. В них печатались статьи по вопросам деятельности «Общества», материалы и рекомендации по развитию различных отраслей сельского хозяйства и т. д.

Наряду с ремесленным производством в рассматриваемое время продолжали развиваться и кустарные промыслы, среди них высокого уровня достигло изготовление различных типов холодного оружия. Чеченские мастера знали тайну изготовления булатных клинков (так называемой «дамасской» стали). Изготавливалось в Чечне и огнестрельное оружие – ружья и револьверы, при этом в качестве образцов использовались европейские, турецкие, иранские и иные изделия, которые в значительной степени улучшались. Горское ружье выделялось легкостью, длиной ствола, небольшим прикладом и особым устройством прицела. Горские мастера начали создавать нарезные ружья прежде, чем аналогичное оружие получило широкое распространение в российской армии. Как холодное, так и огнестрельное оружие горцев, как правило, украшалось узорной резьбой, серебряной и желтый насечкой. Сделанное чеченцами оружие охотно брали казаки и российские офицеры. Поскольку действовал категорический запрет на перепродажу горцам не только оружия, но и военного снаряжения, чеченцам приходилось самостоятельно изготавливать порох и свинец для пуль. Отмеренные заряды пороха и пули горцы носили в деревянных газырях, располагавшихся на груди.

Период второй половины XIX – начала XX вв. ознаменовался для народов Чечни, равно как и для народов всего Северного Кавказа отменой крепостного права, что стало предпосылкой для бурного развития различных сторон материальной культуры. Так, появляются жилища из кирпича, меняется пищевой рацион в связи с развитием в ту эпоху новых социальных отношений [6, с. 317 – 318]. Таким образом, перемены в социально-экономическом и культурном развитии Чечни неизбежно отражались в изменении быта и домашней обстановки.

Список литературы

1. Абдулвахабова Б.Б-А. Одежда чеченцев и ингушей XVI – начала XIX веков. Автореферат дисс. ... канд. ист. наук. М., 1992. 17 с.
2. Аслаханов А.А. Чеченская республика в контексте северной национальной политики России // Культура Чечни: История и современные проблемы. М.: Наука, 2002. 382 с.
3. Асталов В.А. Материальная культура чеченцев и ингушей в XVIII – XIX вв. (Историко-этнографическое исследование). Дисс. ... канд. ист. наук: 07.00.02. Грозный, 2004. 186 с. РГБ ОД, 61:05-7/104.
4. Ахмадов Я.З. История Чечни с древнейших времен до наших дней. В 2-х томах. Т. 1. История Чечни с древнейших времен до конца XIX в. Грозный, 2006. 426 с.
5. Ахмадов Я.З. История Чечни с древнейших времен до наших дней. В 2-х томах. Т. 2. История Чечни XX и начала XXI века. Грозный: ГПУ, 2008. 828 с.
6. Гарданова В.К. Культура и быт народов Северного Кавказа. Москва: Издательство «Наука», 1968. 355 с.

© Магомадов А.И., 2019



УДК 7.025.1

А.А. Михайлова

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОХРАНЕНИЯ МОНУМЕНТАЛЬНОЙ ЖИВОПИСИ НОВГОРОДА

Аннотация. В статье рассматривается современное (с 1990 по 2018 годы) развитие практики реставрации и консервации фресковой живописи Новгорода XII

– XIV вв. Целью исследования является анализ проблем, вставших на пути сохранения древних росписей после смены общественно-политического строя в 1990-е гг., и способов улучшения охраны памятников монументальной живописи, разрабатываемых вплоть до настоящего времени.

Ключевые слова: реставрация, консервация, сохранение, фресковая живопись, Новгород.

Научная реставрация монументальной живописи Новгорода XII – XIV вв. ведет свою историю с конца XIX – начала XX вв. К 1980-м гг. теоретические исследования и практические разработки позволяли проводить консервационные мероприятия по сохранению фресок согласно всемирным и европейским конвенциям на высоком уровне. Но смена в стране политической и экономической системы в 1990-е годы привела к появлению серьезных проблем в данном вопросе.

До 1990-х гг. работы по реставрации монументальной живописи Новгорода шли планомерно, широким фронтом, доводились до логического завершения. С 1990-х гг. прекратилось в необходимом объеме государственное финансирование данных работ, средства выделялись лишь на единичные объекты (собор Рождества Богородицы Антониева монастыря, церковь Спаса на Нередице). Реставрация Николо-Дворищенского собора была проведена на деньги Ганзейского союза, а реконструкция церкви Успения на Волотовом поле была профинансирована правительством Федеративной Республики Германии.

Также начался отток специалистов-реставраторов архитектуры и живописи в другие сферы деятельности, что было следствием нехватки финансирования. Тогда же произошел переход на тендерно-рыночные отношения в реставрации. В.Д. Сарабьянов, рассуждая о данной проблеме, отмечал необходимость предварительного исследования состояния и истории памятника для выработки методики последующих действий, что генподрядные организации не проводят должным образом. Подобные реставрационные работы жестко привязаны к определенным срокам (чаще всего празднованиям), зачастую производится подгонка работ. Более того,

система тендеров формирует конкурс на основе экономии средств и сокращения сроков работ, что неблагоприятно сказывается на качестве реставрации [6].

Необходимо отметить зачастую и непрофессионализм реставраторов, привлекаемых генподрядными организациями. Достаточно вспомнить реставрацию Софийского собора в 2008 г. фирмой «РесАрт», когда по окончании работ фасады храма стали выглядеть хуже, чем до реставрации [5]. Только в 2013 г. Министерством культуры Российской Федерации была восстановлена система аттестации реставраторов, причем не только по статусу (высшей, первой, второй, третьей категории), но и по специальности (фреско-темперная, масляная, клеевая) [6]. Этот факт дает полное основание требовать при рассмотрении конкурсной документации конкретных списков аттестованных специалистов с предъявлением удостоверений от организаций, которые претендуют на выполнение реставрационных работ на особо ценных памятниках истории и культуры. Несомненно, контроль за присутствием на объекте монументальной живописи квалифицированных специалистов, имеющих соответствующие аттестации, улучшает качество реставрации памятников древнерусской монументальной живописи.

Однако, несмотря на проблемы, велись работы по сохранению фресок, постепенно улучшалась организационная система. В 1992 г. исторические памятники Новгорода и окрестностей были внесены в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО [9]. С этого же года специальная служба музея – Отдел хранения архитектурных памятников и монументальной живописи – вместе с музейными климатологами ведет мониторинг состояния памятников, который включает в себя контроль за ТВР (температурно-влажностный режим) и световым режимом, ведение документации по состоянию объектов, разработку предложений по реставрации и музеефикации. С этого же времени смотрители проводят ежедневную уборку и проветривание в церквях, дворники занимаются укосом прилежащих территорий, уборкой снега [3].

Постепенно в Новгороде создается местная система реставрационных мастерских, специализирующихся исключительно на монументальной живописи. В 1998 г. решением директора Новгородского государственного объединенного музея-заповедника (НГОМЗ) Н.Н. Гринева для работы над фрагментами руинированных фресок церкви Спаса на Нередице в музее был создан Отдел реставрации монументальной живописи. Работой руководила Т.А. Ромашкевич. Постепенно в отдел поступали фрагменты живописи из Николо-Дворищенского собора, церкви Рождества Богородицы в Перыньском скиту и т. д. Однако только в 2008 г. коллекция фресок Нередицы была перевезена из подвалов в Никитский корпус Кремля, в просторную мастерскую с современным оборудованием и регулируемым режимом. В 2010 г. в упомянутой мастерской проводилась консервация, подборка и систематизация коллекций фресковой росписи Софийского собора, церкви Благовещения на Городище, в 2013 г. – фрагментов собора Рождества Богородицы Антониева монастыря. В данной мастерской по настоящее время ведутся работы по реставрации фресок под руководством Т.А. Ромашкевич [4].

В 2002 г. в Новгороде была создана реставрационная мастерская «Фреска». Под руководством Т.И. Анисимовой здесь велись работы по реставрации фресок XIV в. церкви Успения на Волотовом поле и церкви Спаса Преображения на Ильине улице [3].

14 ноября 2014 г. приказом Министерства культуры Российской Федерации в НГОМЗ был создан Центр реставрации монументальной живописи. Он размесился в Западном (корпус казначейских, келарских и настоятельских келий) и Береговом корпусах Антониева монастыря [1]. Руководитель Центра – Т.И. Анисимова. Центр ставит перед собой три основные задачи: реставрация монументальной живописи, научно-исследовательская работа и учебно-просветительская деятельность. Проведение научных исследований и открытое хранение стало возможным благодаря оснащению Центра современными мобильными системами

хранения, осветительными приборами (в том числе с ультрафиолетовым спектром), цифровыми микроскопами, лазерным трехмерным сканером, монтировочными реставрационными столами, экспозиционным и проекционным мультимедийным оборудованием. Производственные мастерские, где ведутся работы по реставрации руинированной живописи, стали доступны для широкого круга посетителей, то есть появилась уникальная возможность увидеть в непосредственной близости настенную живопись, познакомиться с процессом ее реставрации.

В Центре ведутся работы по научной реставрации фресок церкви Благовещения на Городище, Георгиевского собора Юрьева монастыря, церкви Успения на Волотовом поле, церкви Спаса Преображения на Ильине улице и Спаса Преображения на Ковалева. Только в мастерских по реставрации живописи церкви Успения на Волотовом поле размещено более 1,7 млн. фрагментов – это 195 композиций, 160 из которых уже частично собраны, а 18 возвращены на стены храма [8].

С 2015 г. в Центре работает Реставрационная школа № 1, где проводится стажировка реставраторов, хранителей музеев, студенческие практики учебных заведений, готовящих кадры по художественным специальностям и реставрации [1]. На июнь-июль 2018 г. в школу велся набор по двум направлениям: школа для художников и реставраторов и школа для искусствоведов и хранителей [8].

Таким образом, к настоящему времени в Новгороде создана база для проведения качественных исследований, реставраций и консерваций стенных росписей. Работы по возрождению из руин фресок ведутся сразу в нескольких храмах. Необходимо отметить важность создания прикрепленной к реставрационному Центру школы для специалистов, в систему обучения которых включено непосредственное знакомство с методиками работ по сохранению памятников монументальной живописи.

При существовании такой базы все же имеется круг нерешенных проблем, замедляющих ход реставрационных и охранительных работ. Так, до

настоящего времени должное финансирование работ по сохранению памятников, особенно древней фресковой живописи, не ведется на должном уровне. В 2013 г. НГОМЗ составил заявку на 63,3 млн. рублей на реставрацию фресковой живописи (в список вошли росписи церкви Спаса на Ковалеве, церкви Благовещения на Мячине (в Аркажах), Николо-Дворищенского собора, церкви Спаса на Нередице, Спаса Преображения на Ильине улице и другие). Было одобрено только 15, 03 млн. рублей, однако профинансирована заявка была и того меньше – всего на 9, 2 млн. рублей [3].

Развитие науки и техники в конце XX – начале XXI вв. оказало большое влияние на методику восстановительных работ по фресковым росписям Новгорода, с 1990-х гг. в реставрации новгородских фресок начинается использование новых компьютерных технологий. Компьютерная технология подбора стыков фрагментов для реставрации фресок начала разрабатываться еще в 1991 г. Тогда изображения фрагментов считывались при помощи черно-белой видеокамеры, а программный комплекс позволял найти стык двух фрагментов с небольшой погрешностью. Эксперимент был проведен на 14 фрагментах руинированной монументальной живописи церкви Спаса Преображения на Ильине улице. В 1992 г. из-за нехватки финансирования проект был остановлен. В 2002 г. разработка была возобновлена благодаря финансированию реставрации церкви Успения на Волотовом поле правительством ФРГ. Постепенно разработанная технология внедрялась в работу реставраторов по восстановлению живописных композиций Волотова [2].

Подобная компьютерная программа используется и при подборе фрагментов фресок церкви Спаса на Нередице. Для подбора фрагментов ктиторской композиции необходима была точная графическая схема авторского рисунка, которая была воспроизведена с помощью компьютерной техники в масштабе 1:1. Все обнаруженные фрагменты композиции (более 800) были сфотографированы и введены в компьютер. Далее следовала работа по определению точных мест фрагментов в композиции с использованием

возможности перемещения фрагментов в прозрачном слое и поиска их совмещения с авторским рисунком. Таким образом, были точно определены позиции фрагментов. Активное внедрение современных технологий в реставрационный процесс существенно увеличивает скорость работ (в данном случае – подбора фрагментов). Однако разработанные на данный момент программы еще не настолько точны и при их применении необходимо постоянное участие специалистов-реставраторов.

Следует обозначить и одну из основных проблем в сфере сохранения фресковых росписей в храмах – внедрение инженерных комплексов (электроосвещение, отопление, вентиляция, технические средства безопасности). Для поддержания нормальной температуры (10 – 12°C) установлены паровые котлы в пристройках храмов или налажено центральное отопление. Одна из самых проблемных церквей – церковь Николы на Липне, находящаяся на острове, вследствие чего в ней отсутствует электричество. Чтобы температура не упала ниже 0°C, в церкви Николы на Липне установлен локальный подогрев (калориферы). Помимо обогревательных систем в храмах устанавливаются вентиляционные «хлопушки» в окнах барабана. Плохо решенной остается проблема нормализации влажностного режима, особенно в церквях, где отсутствуют притворы и вход осуществляется сразу в центральный объем (церковь Спаса на Нередице, церковь Спаса на Ильине) [3].

В настоящий момент основная часть архитектурных памятников с монументальной живописью, находящаяся в ведении НГОМЗ, приспособлена для посещения, осмотра росписей, снабжена освещением и т. д. Здания храмов открыты не каждый день: церкви Спаса на Нередице и Спаса на Ильине закрыты при выпадении осадков, а церковь Рождества на Красном поле с росписями 1380-х гг. посетить можно только по предварительной записи. Существуют дни бесплатного посещения («открытые пятницы»), льготные и бесплатные входные билеты [7]. В интерьере музеефицированных храмов организованы фотовыставки, посвященные архитектуре, живописи,

реставрации (Николо-Дворищенский собор, церковь Рождества Богородицы Антониева монастыря, церковь Федора Стратилата, Спаса на Ильине), разрабатываются электронные проекции росписей. Сохранившиеся росписи почти повсеместно освещены галогеновыми светильниками (торшеры с реостатами для регулирования яркости или смонтированные на стены прожекторы), а в куполе церкви Спаса на Ильине размещены новые, не видные снизу источники света, которые к тому же не вредят красочным пигментам [3].

Из сказанного следует, что к настоящему времени выработаны принципы научной реставрации фресковой живописи и методика сохранения фресок Новгорода. Большинство памятников монументальной живописи музеефицировано, доступно для экскурсий и изучения. Создана база для реставрационных работ, активно внедряются современные технологии. Однако существующие проблемы, связанные с финансированием и переходом экономики страны с 1990-х гг. на полностью рыночную систему, создают проблемы, которые могут быть решены только на государственном уровне.

Список литературы

1) Анисимова Т.И. Монументальная живопись и архитектура // Новгород и Новгородская земля. Искусство и реставрация. Великий Новгород, 2015. Вып. 6. С. 288 – 300.

2) Анисимова Т.И. Использование новых технологий при реставрации руинированной живописи. Церковь Успения на Волотовом поле под Новгородом // Новгород и Новгородская земля. Искусство и реставрация. Великий Новгород, 2004. Вып. 5. С. 279 – 291.

3) Григорьева Н.В. Деятельность Новгородского музея-заповедника по сохранению и музеефикации памятников монументальной живописи // Материалы Всероссийской конференции по вопросам изучения, сохранения и реставрации монументальной живописи. Великий Новгород, 2015. С. 3 – 20.

4) Ромашкевич Т.А. Создание мастерской по реставрации монументальной живописи в НГОМЗ (деятельность и перспектива) // Новгород и Новгородская земля. Искусство и реставрация. Великий Новгород, 2015. Вып. 6. С. 40 – 57.

5) Ромашкевич Т.А. Состояние памятников архитектуры и монументальной живописи в Великом Новгороде // Материалы Всероссийской конференции по вопросам изучения, сохранения и реставрации монументальной живописи. Великий Новгород, 2015. С. 37 – 47.

6) Сарабьянов В.Д. Актуальные проблемы реставрации памятников древнерусской монументальной живописи // Материалы Всероссийской конференции по вопросам изучения, сохранения и реставрации монументальной живописи. Великий Новгород, 2015. С. 21 – 24.

7) Новгородский государственный музей-заповедник. Официальный сайт. [Электронный ресурс.] <http://novgorodmuseum.ru/> (дата обращения 25.03.2019).

8) Реставрация. Новгородский государственный объединенный музей-заповедник. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. <http://novgorodmuseum.ru/deyatelnost/restavratsiya.html> (дата обращения 25.03.2019).

9) UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). Official site. [Электронный ресурс] <http://whc.unesco.org/en/list/604> (дата обращения 20.04.2019).

© Михайлова А.А., 2019



УДК 94

Д.Г. Смяцкий
**КАЛЬМАРСКАЯ УНИЯ 1397 ГОДА:
БЛАГА И ТЯГОТЫ СОЮЗА
ДЛЯ ШВЕДСКОГО КОРОЛЕВСТВА**

Аннотация. Феномен Кальмарской унии обычно рассматривается с точки зрения союза или интересов Датского королевства. В настоящей статье проведен анализ условий заключения Кальмарской унии 1397 г. и развития отношений между государствами-участниками с позиции одной из подчиненных сторон – Швеции. Автором выделены плюсы и минусы такого союза для этого королевства, объяснены предпосылки и причины его распада.

Ключевые слова: Кальмарская уния 1397 г., Швеция, Дания, королевство, Маргрета, Эрик Померанский.

Истории известно большое многообразие союзов различных государств, относящихся к средневековью. Их изучению уделяется немалое внимание в учебном процессе на исторических факультетах вузов страны [1, с. 310]. А научный интерес к таким объединениям нередко вызывают поиск предпосылок и причин их формирования, выявление целей и задач, определение внутренних сил и т. п. В истории Северной Европы, в частности Скандинавии, существовала целая «эпоха уний», которая знаменовала

объединение Дании, Швеции и Норвегии в один союз, просуществовавший более ста лет [2, с. 760 – 762]. Подобное сближение соседних европейских государств в рассматриваемый период не является единичным случаем, однако в Скандинавском регионе прослеживается определенная специфика. В настоящей работе представлен анализ условий заключения договора о Кальмарской унии 1397 г., его содержания, выявлены предпосылки и причины объединения трех стран под единым началом, выделены его плюсы и минусы для Шведского королевства, проведен анализ «Шведской хроники» Олауса Петри на предмет сведений об унии и отношения к ней автора данного трактата.

Кальмарская уния 1397 г. не была некоей неожиданностью для всех трех королевств, которые она объединяла – Дании, Швеции, Норвегии. Предпосылки создания такого рода союза были заложены ещё в начале XIV в. и продолжали формироваться на всем его протяжении. Объективные внутри- и внешнеполитические, а также экономические причины побудили скандинавские страны к объединению. Подробнее об этих причинах писали исследователи [3, с. 43 – 45]. Датское и Норвежское королевства к моменту заключения Кальмарской унии в 1397 г. уже были надежно скреплены друг с другом ещё с 1388 г., когда приемный сын королевы Маргреты – Эрик Померанский был возведен ею на норвежский престол. Датское и Шведское королевства активно сопротивлялись немецкой экспансии, которую не только не пытались остановить, но и поощрял правитель-иноземец Швеции Альбрехт Мекленбургский, который по национальности сам был немцем.

Таким образом, условия, побудившие скандинавских феодалов согласиться на столь выгодный, на начальном этапе, союз, сложились к 1397 году. Королева Маргрета убедила многих представителей знати всех трёх скандинавских королевств подписать два документа, знаменующих коронацию Эрика и унию между Данией, Швецией и Норвегией под главенством Дании, с целью защиты от немецкой экспансии. Под немецкой экспансией в первую очередь следует понимать скорее вмешательство в

экономику скандинавских стран торговых городов Ганзы, которые ставили перед собой цель контролировать и монополизировать торговлю в Балтийском регионе. Однако порой «мирная» экспансия сменялась «агрессивной».

Противоречия, обострившиеся в дальнейшем и ставшие предпосылками распада данной унии, были заложены ещё во время составления договоров и обсуждения их в Кальмаре летом 1397 года. Документ о создании унии между скандинавскими государствами имел полуофициальный характер: он был написан на бумаге, а не на пергамене, имел множество исправлений, неточностей, отсутствовало некоторое количество печатей и т. п. [4, с. 254].

Среди положительных моментов в объединении скандинавских стран для Шведского королевства можно выделить обязательство других королевств союза прийти на помощь в случае войны, что было указано в тексте договора дважды, во втором и четвертом пунктах [5, с. 289]. Это было особенно важно, так как немецкая экспансия, в первую очередь в лице Ганзейской лиги, всё более проникала в Швецию, мешая её внутренней и внешней торговле, способствуя осложнению экономической ситуации. Однако данное положение было сформулировано весьма противоречиво, ведь содержание проходящих по шведской территории союзных, к примеру, датских войск возлагалось на Швецию, что объективно вело к увеличению эксплуатации местного населения.

Определенную выгоду от союза на начальном этапе получили шведские феодалы, владевшие землями не только в пределах своего королевства, но и в Дании и Норвегии [3, с. 43]. В данном случае, Кальмарская уния 1397 г. явилась для них своеобразным гарантом сохранности прав на владение, распоряжение и, наконец, наследование тех земель, которые находились в других королевствах. Одновременно с этим, и датские, и норвежские феодалы имели такую же возможность владеть, распоряжаться и наследовать земли в Швеции. Таким образом, данное преимущество также было весьма противоречиво, если рассматривать его с позиции целостности шведского государства.

Стоит отметить и тот факт, что отправление правосудия согласно документу о создании унии производилось исключительно по внутреннему законодательству, о чем было сказано в третьем пункте договора [5, с. 289], то есть в Швеции действовала именно шведская правовая система, которая складывалась здесь на протяжении долгого времени в виду определенной специфики. Применение местного законодательства, а не создание общескандинавского свода законов позволяло Швеции иметь некую автономность в рамках союза, что, несомненно, упрощало судопроизводство.

Таким образом, теряя часть своего суверенитета, Шведское королевство, в первую очередь в лице высших сословий, получало гарантии на защиту и покровительство от своих соседей, в частности, Дании. Говоря о преимуществах Кальмарской унии 1397 г., следует отметить, что большинство таковых выгодны были именно главенствующей державе – Дании. Отсюда следует вывод, что многие положительные моменты договора для Дании могут являться отрицательными для Швеции. Количественно и качественно недостатков данного союза для Шведского королевства оказалось значительно больше, чем его преимуществ, ведь многие частные моменты просто не были оговорены. О таковых говорит шведский государственный деятель, реформатор и историк XVI в. Олаус Петри в своем главном труде – «Шведской хронике», которая была написана уже после распада унии [6, с. 114 – 116].

Во-первых, «иноземцам жаловали замки и лены», что нарушало шведские законы. Это проявлялось в назначении администрации замков из числа датчан или немцев. В тексте договора об унии нет никаких инструкций, которые предписывали бы назначение на административные должности в союзных государствах лиц конкретной национальности. На практике это выразилось в продвижение «своих» для Дании чиновников в местную администрацию, то есть датчан и немцев.

Во-вторых, «королева ввела в Швеции множество новых налогов». К числу таких налогов относились налоги на скот – так называемый «похвостный» налог, на имущество бондов – свободных общинников, которые

обязаны были платить по одной марке, а также «марка королевы» (своеобразный налог в пользу государства – *Д.С.*). Различные многочисленные сборы и повинности, скорее всего, были призваны обеспечить разрастающийся бюрократический аппарат союзных государств, содержание армии и флота. Также следует полагать, что сумма взимаемых «датских» налогов со шведского населения была гораздо большей, чем того требовали исторические реалии.

В-третьих, все многочисленные сборы и подати не вкладывались в развитие экономики, судебной, государственной системы Шведского королевства, а вывозились в Данию, укрепляя тем самым положение последней и разоряя подконтрольные ей королевства.

В-четвертых, Швеция была вынуждена участвовать во всех военных и экономических конфликтах Дании с немецкими городами и княжествами, то есть оказывать помощь не только финансово, но и непосредственно принимая участие в сражениях, используя свои войска, что также не соответствовало шведским законам и интересам.

Олаус Петри охарактеризовал последствия Кальмарской унии, заключенной в 1397 г., так: «Получилось, что шведы и норвежцы должны быть рабами, а датчане – господами: далеко тут было до равенства» [6, с. 117]. Уже в начале XV в. шведы стремились освободиться от данных ими в договоре об унии обязательств. Многие шведские магнаты увидели недостатки заключенного ими союза, как для самих себя, так и для Швеции в целом. Ещё при Маргрете была проведена крупная редукция в Дании и Швеции, от чего пострадали представители дворянского сословия. Политику королевы Маргреты продолжил и Эрик Померанский, передавая лены шведской знати датчанам и немцам. Однако основные тяготы, которые возложила Кальмарская уния 1397 г. на Шведское королевство, несли не высшие, а низшие слои общества.

Указанные выше датчане и немцы, получившие от Маргреты и Эрика земли, эксплуатировали местное население, в частности, податных бондов так,

как если бы последние были крепостными крестьянами. Шведские рудокопы и горнопромышленники несли огромные убытки из-за войн с ганзейскими купцами: к 30-м годам XV в. закупки шведского железа и меди прекращаются, вследствие чего эта отрасль экономики пользуется гораздо меньшим спросом. Эти события ознаменовали начало открытого противостояния шведского населения заключенной унии и, в частности, политике, проводимой Эриком Померанским. В 1434 г. в Швеции вспыхнуло и стремительно распространилось восстание [3, с. 48 – 49].

С этого времени начинается период датско-шведских войн внутри всё ещё существовавшей Кальмарской унии. С переменным успехом шведам удается отбивать для своего государства различные уступки. К их числу относятся снижение налогов, запрет назначения иностранцев на руководящие должности, запрет на насильственное рекрутирование крестьянских детей и т. д. Все эти небольшие победы вынесли на своих плечах низшие слои Шведского королевства. На стадии формирования этого противостояния унии они были поддержаны и шведскими феодалами, видевшими выгоду в получении некоторых послаблений от короля Эрика. Однако позднее они гнались лишь за собственными привилегиями, и антиуниатское движение постепенно принимает антифеодальный характер, что означало противостояние шведского крестьянства, ремесленничества и мелкого рыцарства не только датским, но и шведским феодалам.

Таким образом, следует сделать вывод о том, что Кальмарская уния, заключенная в 1397 г., явилась своеобразным союзом трёх скандинавских государств при главенствующем положении Дании. Это соглашение не делало данные государства равными во всех отношениях, но подчиняло их общей политике, исходящей от единого для них короля. Сложившаяся в это время политическая ситуация способствовала укреплению на униатском престоле датских правителей, которые обогащались и развивались за счёт других, подконтрольных им королевств. Швеция больше всего испытала на себе гнет датских королей, выраженный в большом количестве налогов, затяжных

войнах, экономически невыгодных Швеции конфликтах и т. п. В результате, причины противостояния Дании и Швеции внутри унии были predeterminedены сложившимися за период XIV – XV вв. объективными предпосылками.

Список литературы

1. Брагина Л.М., Володрский в.М., Галямичев А.Н, Ивонин Ю.Е., Лоцилова Т.Н., Митрофанов В.П., Новова Е.С., Осинковский И.Н., Попова Г.А., Ртищева Г.А., Сидоров А.И., Симонова Н.В., Фурцев Р.В. История Средних веков: учебник для академического бакалавриата / Под ред. И.Н. Осинковского, Г.А. Ртищевой, Н.В. Симоновой. М.: Изд-во «Юрайт», 2016. 463 с.

2. Всемирная история: в 6 томах / Гл. ред. А.О. Чубарьян; ИВИ РАН. М.: Наука, 2011. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока / Отв. ред. П.Ю. Уваров. 2012. 894 с.

3. Кан А.С. История скандинавских стран: Учеб. пособие. М.: Высш. школа, 1980. 316 с.

4. Швеция и шведы в средневековых источниках / Перевод, предисл., коммент. А.Д. Щеглова, В. В. Рыбакова, А. Ю. Кузиной [сост. и отв. ред. А.Д. Щеглов]. Ин-т всеобщей истории РАН. М.: Наука, 2007. 367с.

5. Щеглов А.Д. Договор 1397 г. о Кальмарской унии // Средние века: Ин-т всеобщей истории. М.: Наука, 2003. Вып. 64. С.271-292.

6. Шведская хроника / Олаус Петри; перевод, послесл., коммент. А.Д. Щеглова [отв. ред. А.А. Сванидзе]. Ин-т всеобщей истории РАН. М.: Наука, 2012. 421 с.

© Смятцкий Д.Г., 2019



Раздел «Социологические науки»

УДК 378.2

Т.С. Еремеева, А.А. Вертинская, Р.С. Мухачева

ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ КАК ПРОФЕССИИ

Аннотация. Актуальность темы связана с необходимостью изучения функциональных характеристик социальной работы как общественного института и как профессии. Цель исследования – анализ проблем институционализации социальной работы.

Ключевые слова: социальная работа, социальные институты, социальные организации, профессия, институционализация.

Социальная работа может быть рассмотрена как социальный институт общества, окончательно сложившийся на рубеже XIX – XX вв. и приобретший современные черты во второй половине XX – начале XXI в. Социальную работу как социальный институт характеризует наличие потребностей в данном виде деятельности; цели, задач, функций, системы нормативно-правовых актов, наличие статусов и ролей, а также сложившаяся система профессиональной подготовки кадров.

Многие выпускники школ, планируя свое будущее, задаются вопросом, что же представляет собой то или иное направление подготовки или специальность, насколько они будут востребованы к моменту окончания вуза, каковы перспективы карьеры и самореализации. С этой точки зрения социальная работа рассматривается в ряду других профессий социально-гуманитарной направленности, в отношении которых существует множество предрассудков и спорных представлений.

Что такое социальная работа? Что за люди работают в этой области? Почему они выбирают именно социальную работу, когда есть множество на первый взгляд более интересных профессий, вроде бы даже более впечатляющих, манящих яркими зазывными плакатами и обещаниями богатства и успеха?

Первое, что приходит на ум и ассоциируется с социальной работой – это социальное обслуживание и патронат, работа сиделок, сопровождение пожилых и инвалидов. В умах обывателей возникает образ женщины в фартуке и с платочком на голове, в перчатках на руках и с печатью вечной усталости на лице. С одной стороны, все достаточно логично и в рядах социальных работников – целая армия сотрудников, занимающихся на дому, помогая нуждающимся в решении социально-бытовых, пространственно-ориентационных, медико-социальных проблем. Эта важная работа, очень нужная, особенно в условиях распространенной инвалидизации и старения населения.

Есть только несколько «НО». Надомное социальное обслуживание, которое исторически, пожалуй, стало одной из самых первых форм реализации заботы государства о своих гражданах посредством поддержки благотворительных организаций («Общество сестер милосердия», «Российский Красный Крест» и прочее) и создания социальных учреждений (приказы общественного призрения, ведомство общественного попечения и пр.), тем не менее, на сегодняшний день по сути представляет собой вид деятельности, не требующий высокой квалификации и специализированной подготовки, еще в 1990-е годы деятельность социальных работников, – именно в таком определении, не специалистов по социальной работе, а социальных работников, – рассматривалась как сфера трудоустройства людей без образования или пред/пенсионного возраста.

Деятельность специалистов, в отличие от социальных работников, требует сформированности более широкого спектра компетенций в области

организационно-управленческой, планово-финансовой, проектной и иной деятельности, а также навыки преподавания и научных исследований.

Социальная работа, как и другие виды профессиональной деятельности, характеризуется достаточно стабильным поступательным развитием в соответствии с актуальными тенденциями развития современного общества. Зародившись в свое время из первых проявления соседской взаимопомощи и общинной поддержки нуждающихся сограждан, пережив периоды преимущественно церковно-монастырской и частной благотворительности, исключительно государственного участия и плановой экономики, на сегодняшний день можно говорить и поливариантности практической применимости профессиональной и непрофессиональной социальной работы: это деятельность силовых структур и органов исполнения наказания, кадровая политика и корпоративное управления, социальное предпринимательство и развитие добровольчества, социальная составляющая в функционировании учреждений образования, здравоохранения, культуры, а также, конечно же, государственные внебюджетные социально-страховые фонды, органы социальной защиты населения, органы службы занятости и многое другое.

Современный специалист с базовым образованием в области социальной работы – это квалифицированный работник, подготовленный к работе в условиях повсеместной информатизации и компьютеризации, владеющий навыками работы в различной этнокультурной и социальной среде, умеющий учесть возрастные и гендерные особенности, специфику профессиональной принадлежности и иных статусных характеристик клиента. Клиентоцентризм социальной работы проявляется в установке, что любой человек, семья или группа людей могут обратиться за помощью в решении своих социальных проблем, и эта помощь им будет оказана.

Социальные риски, возникающие повсеместно и являющиеся повседневным атрибутом нашей жизни, заставляют задуматься о том, что нет шансов, что в ближайшие годы исчезнет потребность в социальной работе. Напротив, глобализация и интеграция общественных процессов на фоне

развития информационного общества обуславливают высокую потребность в услугах помогающих и поддерживающих профессий – психологов и психотерапевтов, консультантов и тьюторов, которые своевременно отреагируют на призыв о помощи и смогут наиболее оптимально отреагировать. Тенденции унификации и расширения профессиональной специализации выдвигают свои требования к спектру необходимых знаний и умений специалиста, определяя содержание образовательных программ и направленность повышения квалификации. Возможно, когда-то мы придем к ситуации, когда многие функции, привычно относящиеся сегодня к области профессиональной социальной работы, будут выполняться роботизированными автоматами и многофункциональными устройствами (МФУ), идентифицирующими личность обратившегося и выбирающими по единому алгоритму причитающиеся ему выплаты и пакеты услуг.

Однако никакие технологические достижения и разработки не отменят необходимости живого человеческого участия и сопереживания, субъективной оценки и внимательного отношения к человеку, который под напором жизненных обстоятельств теряет возможности жизнеобеспечения и вынужден обратиться к компетентным органам. И именно социальная работа – та профессия, которая и через много лет сможет поддержать и поделиться человеческим теплом, сориентировать и направить в трудную минуту.

© Еремеева Т.С., Вергинская А.А., Мухачева Р.С., 2019



Т.С. Еремеева, В.В. Курьин

ПРОБЛЕМЫ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ С НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ ПРАВОНАРУШИТЕЛЯМИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСПЕКЦИИ ПО ДЕЛАМ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ МО МВД РОССИИ

Аннотация. Актуальность темы связана с необходимостью применения общих и частных технологий в социальной работе по решению важной общественной задачи – предупреждению и коррекции противоправного поведения несовершеннолетних. Цель – анализ технологий, применяемых в социальной работе инспекторов по делам несовершеннолетних.

Ключевые слова: правонарушения несовершеннолетних, социальная работа, социальные технологии, технологизация, инспекция по делам несовершеннолетних.

Одно из старейших подразделений правоохранительной системы страны – инспекция по делам несовершеннолетних, которое в следующем году отметит 85-летие. 31 мая 1935 года вышло постановление Центрального комитета Всесоюзной Коммунистической партии /большевиков/ «О ликвидации детской беспризорности и безнадзорности», которое на многие годы вперед определило миссию и приоритетные направления деятельности этого подразделения. Преступность оказывает сильное негативное воздействие на жизнедеятельность общества, определяет состояние общественной и личной безопасности, препятствует эффективному проведению социально-экономических преобразований. В связи с этим особое значение приобретает выработка комплексных мер, направленных на предупреждение, выявление, устранение причин и условий, способствующих совершению преступлений и иных правонарушений несовершеннолетними.

В связи с этим естественным образом основной технологией, реализующейся в работе с несовершеннолетними со стороны инспекторов полиции, является *социальная профилактика*. С детьми инспекторы проводят профилактические беседы – как индивидуального характера, так и группового,

по месту учебы. Подопечным разъясняют ответственность за нахождение на водоемах и в опасных местах. А их родителей могут привлечь к ответственности за ненадлежащее исполнение родительских обязанностей. Эффективным средством недопущения рецидива правонарушений среди несовершеннолетних, а также механизмом, снижающим остроту негативных действий, совершаемых этой категорией с наименьшими затратами, является осуществление комплексных мероприятий информационно-консультативного характера.

Основной объем социальной профилактики с несовершеннолетними правонарушителями реализуют государственные учреждения. В ходе первичной профилактики работа проводится с потенциальными несовершеннолетними правонарушителями. В данном случае оказывается влияние на антиобщественные наклонности подростка, которые еще не сформировались как устойчивые. Проведение профилактических мероприятий вторичного характера непосредственно с несовершеннолетними правонарушителями, в ходе которых устанавливаются обстоятельства повлекших совершение правонарушения несовершеннолетним, с той целью, чтобы возможность совершения противоправного деяния несовершеннолетним сводилась к нулю. На этапе третичной профилактики происходит борьба с противоправными деяниями, которые могут быть совершены несовершеннолетним повторно. Для этого проводятся мероприятия по исправлению и перевоспитанию несовершеннолетнего, пресечение источников отрицательного влияния.

Важную составляющую работы с несовершеннолетними правонарушителями со стороны инспекторов по делам несовершеннолетних представляет *социальная диагностика*, направленная на выявление, распознавание и изучение причинно-следственных связей, отношений, характеризующих текущее состояние и тенденции развития поведения ребенка. В идеале на этом этапе определяются причины и факторы, приведшие

несовершеннолетнего к нарушению морально-нравственных и/или правовых норм.

Социальный патронаж как технология социальной работы с несовершеннолетними правонарушителями осуществляется путем постановки на профилактический учет в инспекции по делам несовершеннолетних при установлении факта совершения административного правонарушения или уголовного преступления, употребления наркотических средств и психотропных веществ, в иных оговоренных законом случаях. Это дополнительный контроль со стороны сотрудников полиции, знакомство с ближайшим окружением (родителями, соседями, друзьями) ребенка, выяснение круга его общения, факторов риска девиантного (в том числе аддиктивного и делинквентного) поведения, сбор полной информации о нем и его контактах. Осуществляя патронаж, инспектор не реже 1 раза в месяц встречается с подопечным ребенком, поставленным на учет, общается с его учителями, классным руководителем, одноклассниками, родственниками.

Социально-терапевтическое и социально-коррекционное воздействие реализуется путем вовлечения в общественно-полезную совместную деятельность в составе коллективов творческих объединений, спортивных секций, инициативных добровольческих групп и т. д. Ребенок должен быть постоянно занят, для чего может быть использован, к примеру, потенциал загородных и пришкольных лагерей с тематическими и оздоровительными сменами, детские научные библиотеки, детско-юношеские и подростковые клубы, военно-патриотические и волонтерские организации, в рамках которых дети девиантного поведения приучаются к дисциплине и порядку, видят примеры положительного подкрепления и поощрения законопослушного поведения, получают ценный опыт самоорганизации и самореализации. На летний период, кроме лагеря, взрослые могут устроить детей на работу. Сделать это можно через центр занятости или с помощью специалистов центра социального обслуживания населения. Родители дают расписку о том, что не

возражают против того, что ребенок, – если ему уже исполнилось 14 лет, – будет работать.

Социальный контроль и надзор необходимы на протяжении всего периода взаимодействия с ребенком, что обусловлено как спецификой проблемной категории подопечных, имеющих опыт нарушения закона, а также общественной опасностью самого явления противоправного поведения несовершеннолетних.

Социальное прогнозирование и планирование в работе с несовершеннолетними правонарушителями широко используется для текущего обеспечения работы с подопечными и их окружением. Сотрудник инспекции анализирует контингент несовершеннолетнего населения на подведомственном участке населенного пункта и делает предположение в форме обоснованных прогнозов относительно лиц, которые рискуют совершить неправомерные поступки в будущем. Для этого инспекторы работают в тесном контакте с руководителями образовательных учреждений и общественных организаций, располагающихся на участке, и берут под особый контроль подростков, чье поведение носит асоциальные признаки.

Комплекс конкретных социальных мер (психолого-педагогических, медико-социальных, правовых, организационно-управленческих и иных), осуществляемых инспекцией в целях предупреждения правонарушений со стороны и в отношении несовершеннолетних, уменьшения количества противоправных действий путем выявления и устранения причин и условий, способствующих нарушению моральных и правовых норм. Работа, осуществляемая инспекторами подразделения Министерства внутренних дел Российской Федерации по делам несовершеннолетних, в этом направлении, способствует преобразованию поведения ребенка и его закреплению в следовании юридическим нормам, законопослушному поведению в целом.

Список литературы

1. Ветошкин С.А. Профилактика безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних [Электронный ресурс]: Учебно-методический комплекс / С.А.

Ветошкин; Рос. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург: Издательство РГППУ, 2008. – 19 с.

2. Гуслов М. Н. Теория и методика социальной работы / М. Н. Гуслов. – 2-е изд. – М.: Издательский центр «Академия», 2011. – 160 с.

3. Курдинская Л.А. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе / Л.А. Курдинская. – М.: ОмГТУ, 2010. – 124 с.

4. Павленок П. Д. Технологии социальной работы с различными группами населения / П. Д. Павленок, М. Я. Руднева. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 272 с.

5. Сафронова В.М. Прогнозирование и моделирование в социальной работе / В.М. Сафронова. – М.: Академия, 2002. – 192 с.

6. Холостова Е. И. Социальная работа: теория и практика: учеб. пособие / Е. И. Холостова, А. С. Сорвина. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 427 с.

© Еремеева Т.С., Курьин В.В., 2019



УДК 339.13

Т.С. Еремеева, Т.А. Марданова, Н.В. Марданова

ПРОБЛЕМЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

Аннотация. Актуальность представленного материала обусловлена процессами активной конкуренции между субъектами профессиональной и непрофессиональной социальной работы. Цель работы – анализ теоретических подходов, объясняющих и обосновывающих возможность применения бенчмаркинговой технологии в социальной работе. Делается вывод, что бенчмаркинг может рассматриваться как весьма перспективный и эффективный способ содействия повышению эффективности функционирования социальных субъектов.

Ключевые слова: социальные проблемы, социальная работа, маркетинговые технологии, социальный маркетинг, бенчмаркинг.

Современные тенденции развития теории и практики социальной работы обуславливают процессы активной конкуренции между субъектами общественно-полезной деятельности за ограниченные финансовые и информационные ресурсы, поддержку донорских организаций и спонсоров, положительный имидж в глазах потенциальных клиентов. И если на уровне

отдельных территорий такое явление может наблюдаться эпизодически и не столь ярко проявляться, то на общенациональном уровне и в федеральных округах все больше руководителей социальных служб и организаций, а также социально-ориентированных коммерческих структур и некоммерческих организаций (НКО) приходят к выводу о необходимости тщательно изучать передовой опыт и наилучшим образом зарекомендовавшие себя методы и технологии работы с населением.

В связи с этим отечественные и зарубежные исследователи отмечают появление в методическом арсенале практической социальной работы новой технологии, ориентированной на маркетинговый успех и общую эффективность деятельности социальных субъектов – бенчмаркинга (от англ. «bench mark» – начало отсчета).

В деловой сфере и в деятельности бизнес-структур бенчмаркинг стал использоваться в конце 1970 – начале 1980-х гг. и постепенно получил широкое распространение и признание как достаточно эффективная маркетинговая технология. В организационной и управленческой деятельности бенчмаркинг также достаточно популярен и используется для обеспечения мер по повышению эффективности внутренних бизнес-процессов и общей конкурентоспособности производимой продукции, товаров и услуг. Умелое применение бенчмаркинга позволяет решить обе эти задачи. Исходя из этого, встает задача уточнить формулировки понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность», чтобы объективно оперировать ими в дальнейших исследованиях во внеэкономической сфере (рис. 1).

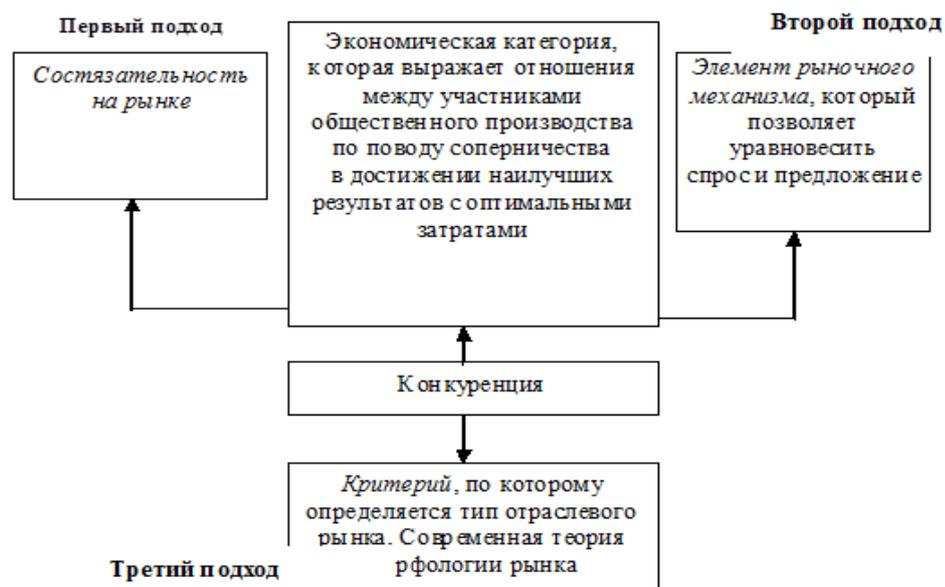


Рисунок 1. Подходы к определению конкуренции

Для социальной практики очень важен вопрос соответствия социальных служб, учреждений и НКО требованию конкурентности, а также конкурентоспособности предоставляемых ими услуг. Применительно к продукту конкурентоспособность является развитием категории качества и представляет собой категорию эффективности, но на более высоком уровне.

Конкурентоспособность продукции – это способность продукции отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период по сравнению с аналогом-конкурентом.

Соответственно, различаются и предполагаемые эффекты от использования бенчмаркинг-технологий. Так, И.А. Аренков, П.Ф. Баум и В.В. Томилов считают, что бенчмаркинг – это действенный метод поиска и внедрения наиболее успешных инноваций на всех уровнях структуры управления субъектом социальной защиты с целью увеличения его конкурентоспособности на рынке социальных услуг [1].

Г.Л. Багиев в трактовке бенчмаркинга делает акцент на процессе по всестороннему анализу и дифференциации оптимальных стратегий успешного функционирования, основывающихся на лучшем опыте партнеров и

конкурентов на отраслевом, межотраслевом, национальном и межнациональном уровнях.

Д. Ритвельдт, В. Качалин и Ю. Фуколова в своих работах представили возможности использования бенчмаркинга как сравнительно-сопоставительного анализа передового опыта по предоставлению социальных услуг различным категориям населения, их алгоритмизации и технологизации, изучению наиболее успешных практик или их элементов, для определения возможностей использования их в целом или фрагментированном виде в организации-пользователе.

Можно говорить, что бенчмаркинг в социальной работе – это способ изучения деятельности организаций-конкурентов с целью перенимания их положительного опыта и применения данных о нём в своей деятельности. В наиболее общем виде содержание бенчмаркинга можно представить как процесс комплексного изучения и сравнительного анализа деятельности по предоставлению продуктов (товаров, иных социальных и экономических благ), различного вида услуг или производственных процессов одного субъекта социальной сферы с продуктами, услугами или процессами другого, можно говорить о сравнениях-сопоставлениях между структурными подразделениями или категориями сотрудников внутри одной и той же службы или учреждения.

Цель этого процесса заключается в поиске возможных путей для улучшения тех аспектов деятельности социальной организации, по которым проводится сравнение (работа с клиентами и партнёрами, организация и управление, информационного сопровождения основной деятельности и прочее).

Для полного освещения данного понятия, стоит подробнее рассмотреть основные задачи бенчмаркинга в сфере социальной работы: определить, насколько организация социальной сферы конкурентоспособна, каковы ее слабые стороны; установить, какие изменения необходимо провести в содержании деятельности, ее организационных и стратегических основах;

разработать план улучшения деятельности социальной службы, НКО или учреждения социальной защиты; разработать новые подходы к ведению деятельности по предоставления социальных выплат и социальных услуг; поставить долгосрочные цели, которые более глобальны, чем текущие.

В зависимости от объектов сравнения бенчмаркинг может подразделяться на несколько видов: внутренний, конкурентный, функциональный, обобщённый. В зависимости от целей проведения также выделяют стратегический и операционный бенчмаркинг. В случае, если речь идёт о социальной активности коммерческой структуры или НКО, можно также выделить такой вид, как бенчмаркинг издержек.

Большинство исследователей согласны с тем, что следует активно популяризировать технологию внутреннего бенчмаркинга социально-ориентированных учреждений и организаций с целью активизации скрытых потенциалов и ресурсов повышения конкурентности отдельных исполнителей и трудовых коллективов, вовлеченных в процесс оказания социальной помощи и поддержки нуждающимся слоям населения [2]. В результате становится возможным не только повышать эффективность отдельных функций и операций управления процессом производства и предоставления социальных услуг, но и способствовать социальному развитию трудового коллектива социальных служб и учреждений социальной защиты.

Как правило, бенчмаркинг применяется организацией, которая стремится улучшить своё функционирование и для этого как раз и предпринимает поисково-исследовательскую деятельность. Чтобы провести бенчмаркинг, обычно создают специальную рабочую группу, в состав которой включаются специалисты из разных структурных подразделений. Это повышает шансы на объективную оценку полученной информации. Для сравнения со своими процессами (или продуктами) выбирается организация или служба, занимающая лидирующие позиции в том или ином вопросе.

При этом единой методики проведения процедуры бенчмаркинга не существует, каждая организация определяет её самостоятельно. Однако в

рамках методических рекомендаций по маркетингу социальных услуг можно определить общие положения и закономерности ее проведения (например, выбирать для сравнения только те процессы или услуги, качество выполнения которых неудовлетворительно; не выбирать слишком обширный перечень показателей или процессов для анализа; заранее подготовить сотрудников к тому, что планируются перемены в деятельности; использовать соответствующие программное обеспечение (ПО), информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) и т. п.).

Сервисный характер социальной работы в определенной степени облегчает специалистам восприятие бенчмаркинга в качестве действенной технологии решения социальных проблем. Достижение цели вмешательства в проблемную ситуацию клиента и выбора наиболее оптимально действующих средств и методов социальной работы как раз и становится возможным с применением технологий отбора, дифференциации, анализа, в том числе заимствованных из других сфер общественной деятельности.

Таким образом, можно заключить, что бенчмаркинг в социальной сфере, на сегодняшний день ещё не получивший достаточного распространения в деятельности социальных служб и учреждений социальной защиты, тем не менее, может рассматриваться как весьма перспективный и эффективный способ содействия повышению эффективности функционирования социальных субъектов.

Список литературы

1. Андрианов А.Ю. Бенчмаркинг как инструмент эффективности в сфере услуг // Вестник ГУУ. – 2014. – № 21. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-kak-instrument-effektivnosti-v-sfere-uslug>.

2. Диянова С.Н. Маркетинг сферы услуг: учеб. пособие / С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. – М.: Магистр; ИНФРА-М, 2012. – 192 с.

© Еремеева Т.С., Марданова Т.А., Марданова Н.В., 2019



Р.Ю. Порозов, М.И. Стародумова

АТТРИБУТЫ ВАНДАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЁЖИ В КОНТЕНТЕ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ (НА ПРИМЕРЕ ГРУПП В «ВКОНТАКТЕ»)*

Аннотация. В статье рассматриваются сообщества социальной сети «ВКонтакте», в контенте которых прослеживаются атрибуты вандализма, что может провоцировать реальные асоциальные проявления в поведении таких наиболее уязвимых возрастных групп, как подростки и молодые люди.

Ключевые слова: социальные сети; молодёжь; подростки; атрибуты вандализма; асоциальное поведение; Интернет; виртуальные сообщества.

В современном мире процесс становления таких социально-демографических групп как подростки и молодые люди протекает при активном участии интернет-ресурсов. По данным информационно-познавательного портала «RUSABILITY», основным каналом коммуникации для них являются социальные сети, среди которых самые популярные – «ВКонтакте» и «YouTube». Пользователи от 13 до 24 лет – это первое цифровое поколение, чьё взросление проходит неразрывно от технологий, что подтверждает следующая статистика: 27 % россиян в возрасте 13 – 24 лет проводят в социальных сетях более 5 часов в день, а четверть из них проверяют обновления каждые 30 минут [1].

Всеобъемлющее распространение интернета оказало значительное влияние не только на формирование ценностных ориентиров подрастающего поколения, но и в целом на становление молодёжной культуры. Интернет – это основной источник информации и важнейший инструмент социальной коммуникации (по данным «Internet World Stats» за июнь 2019 года Россия находится на восьмом месте по количеству пользователей интернета в мире [2]). Вместе с тем, что молодёжь является наиболее восприимчивой, остро

* Работа выполнена при поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01278).

реагирующей на изменения группой, она же легче всего способна адаптироваться и откликаться на новые социальные, культурные и прочие условия, поступающие извне. «Раскрепощенные и свободные от идеологической опеки, молодые люди активны в выборе приемлемых для себя форм и стилей жизнедеятельности, постановке целей и выработке ценностной палитры, отвечающей запросам и требованиям современности. В связи с этим ответственность за формирование здоровой духовной культуры падает почти полностью на плечи самой молодёжи» [3, с. 3].

Современный процесс социализации идёт при активном участии социальных сетей: у молодых людей появляются новые интересы, происходит трансформация жизненных ориентиров, вступают в конфронтацию реальные и виртуальные ценности. По данным ВЦИОМ к наиболее активным потребителям контента относится молодёжь: среди 18–24-летних Сетью пользуются практически все – 96 %, а 41 % молодых людей признались, что всё свободное время проводят в интернете [4].

Достижения в сфере информационных технологий явились предпосылкой создания новой формы социальных групп, получившей название «виртуальные сообщества» («virtual communities», «online communities», «online groups»). В настоящее время виртуальное сообщество представляет собой отражение связей, отношений и взаимодействий людей, имеющих место в социальной жизни, однако с каждым днём всё чаще и регулярнее переносимых в свободное и безграничное киберпространство [5, с. 3]. *Виртуальное сообщество* – это некоторая совокупность индивидов, объединённых сходными интересами, целями и обычаями, продолжительное взаимодействие которых полностью или, по крайней мере, частично осуществляется посредством интернета и регулируется специфическими для этого средства коммуникации протоколами и нормами [5, с. 7]. Заинтересованность молодых людей в виртуальных сообществах порождает интерес к рассмотрению и анализу содержания этих интернет-ресурсов. Особому вниманию подвергаются те из них, контент которых наполнен

опасной для становления личности информацией, транслирующей деструктивное поведение.

Для современной молодёжи характерно «клиповое мышление» – восприятие мира посредством ярких образов, коротких посланий – статей, новостей, комментариев. Такая особенность, в свою очередь, может отражаться и на реальном поведении подростков и молодых людей через весьма доступный и, на первый взгляд, безобидный метод самовыражения в пространстве больших городов – граффити или такой их вид как теггинг («быстрые подписи»), то есть через вандальное поведение. Таким способом подрастающее поколение не только заявляет о себе, стремясь быть увиденным и оцененным, но и устанавливает коммуникативную связь с обществом.

Интернет-ресурсы, особенно социальная сеть «ВКонтакте», обильно наполнены провокационными записями и атрибутами деструктивного поведения. Так, контент рассматриваемых сообществ транслирует акты асоциального поведения, многочисленные фото и видео (зачастую обучающие) граффити, сделанных на зданиях и прочих сооружениях, транспорте и в других общественных местах. Немалая часть публикаций подобных групп в реальности вполне может подпадать под статьи Уголовного кодекса Российской Федерации: «Хулиганство» (статья 213) и «Вандализм» (статья 214). Так, в силу своих особенностей, как социально-демографической группы, молодёжь имеет нарушенные системы ценностей, ценностных ориентиров и характеризуется высокой степенью готовности к совершению вандальных действий.

Сообщества социальной сети «ВКонтакте» охватывают все сферы жизни, пользуясь большой популярностью среди молодёжи и оказывая неоднозначное влияние на неё. Наиболее востребованными являются такие информационно-развлекательные группы, контент которых в основном наполнен низкоинтеллектуальными постами и содержит ненормативную лексику. Так объектами рассмотрения в данной статье стали следующие из них:

1. Концептуальный вандализм | КВ (583 389 подписчиков);
2. HALA VANDALA | ГРАФФИТИ MAGAZINE (103 600 подписчиков);
3. DIRTY VANDALS (35 450 подписчиков);
4. Теггинг | Вандализм | Самопал (26 488).¹

Рассматриваемые сообщества имеют более чем несколько тысяч человек участников, в связи с чем их можно охарактеризовать как большие и достаточно долгосрочные группы. Главным основанием, которое влияет на принятие решения о вступлении в сообщества является мотивация. Вступая в то или иное сообщество, молодой человек в первую очередь идентифицирует себя с выбранной группой. Наталья Сергеевна Чураева, один из исследователей темы механизмов формирования интернет-сообществ отмечала, что наиболее устойчивыми по своей природе являются те сообщества, члены которых связаны не только сходными интересами, но и совместной деятельностью, осуществляемой как в виртуальном пространстве, так и в реальной жизни [5, с. 16]. Данные группы можно отнести к информационно-развлекательному типу сообществ, но достаточно узконаправленному, позиционирующему «уличную культуру» и асоциальное поведение. Основная составляющая контента – многочисленные фотографии с короткими пояснениями к ним либо полное отсутствие сопроводительного текста. Частота пополнения контента в представленных группах довольно различная: «Концептуальный вандализм» – один пост с интервалом в 1 – 2 часа, «HALA VANDALA» – один пост с интервалом в 3 часа, «DIRTY VANDALS» – один пост с интервалом в 5 – 6 часов, «Теггинг. Вандализм. Самопал» – один пост в 2 – 3 дня, на основе чего мы можем проследить логичную связь между количеством участников и частотой размещением постов: чем больше подписчиков в сообществе, тем чаще размещаются записи

¹ В связи с тем, что количество подписчиков любого сообщества – значение довольно изменчивое и непостоянное, данные представлены по состоянию на 12 октября 2019 г.

в них и тем чаще публикации появляются в новостных лентах. Кроме того, рассматриваемые сообщества являются открытыми, а комментарии находятся в свободном доступе, что позволяет всем желающим стать их соучастниками, откликаясь на размещаемые публикации. Направленность, намерения и замысел данных групп стоит рассмотреть через призму таких понятий как «интенциональность» и «интенция». Сообщества социальных сетей – это набор текстов (записи к постам, комментарии и прочее) и визуального материала, преследующих коммуникативные цели. Транслируемый текст и размещённые изображения (фото, картинки) стремится предвосхитить заложенный в него и желаемый для него результат и выразить направленность сознания на этот результат – интенцию через языковые и неязыковые средства, а также через вербальную агрессию (обидное общение, негативные эмоции и намерения). Так сообщество «Концептуальный вандализм» в основном направлено на привлечение внимания, получение одобрения и поддержки деятельности, побуждение к действиям (*«Концепции будто просят, чтобы над ними совершили акт вандализма. Что заставит окружающих задуматься уже завтра – сегодня решать тебе»*). Виртуальные сети «HALA VANDALA», «DIRTY VANDALS» и «Теггинг. Вандализм. Самопал» преимущественно наполнены визуальным содержанием, что преимущественно провоцирует выражение эмоций, привлечение внимания и призыв к действию – желание повторить увиденное на практике.

Также обратим внимание на то, какой виртуальный ландшафт создан в данных сообществах: «Концептуальный вандализм» характеризуется наполняемостью контента, сконструированного на влиянии политических, культурных и экономических событий из «реального» мира, построенного на сотрудничестве участников; контент группы «HALA VANDALA», «DIRTY VANDALS» и «Теггинг. Вандализм. Самопал» скорее напоминают коллективы индивидуалистов и объединения по интересам, которые практически миновало влияние событий извне. Для усиления эмоционального эффекта и привлечения внимания к постам в сопроводительные тексты и

визуальный контент нередко встраиваются различные средства художественной выразительности – тропы. Наиболее активно они представлены в сообществе «Концептуальный вандализм» – это ирония, сарказм, сравнения, метафоры и эпитеты; в других рассматриваемых группах пояснения практически отсутствуют, а тропы можно встретить на размещаемых фото и комментариях: в «HALA VANDALA» – указаны места нахождения (страна, город) граффити или их авторство, в «DIRTY VANDALS» пояснения отсутствуют, но есть раздел обсуждений, а в сообществе «Теггинг. Вандализм. Самопал» посты сопровождаются хештегами и также присутствует раздел обсуждений. Социальные сети дают новые возможности для анализа такой целевой аудитории, как подростки и молодые люди. Особое внимание стоит уделять сообществам, содержащим негативный и провокационный контент, атрибуты асоциального, вандального поведения, которые могут провоцировать «реальные» деструктивные проявления. В связи с этим подобные виртуальные сообщества должны блокироваться или удаляться, а их модераторы и активные участники привлекаться к ответственности, с целью ограждения от опасной информации наиболее уязвимых социально-демографических групп.

Список литературы

1. Молодёжь Рунета: активность, соцсети, отношение к брендам. Исследование: [Электронный ресурс]. URL: <https://rusability.ru/news/molodyozh-runeta-aktivnost-sotsseti-otnoshenie-k-brendam-issledovanie/> (Дата обращения: 28.09.2019).
2. Top 20 countries with the highest number of internet users: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>. (Дата обращения: 30.09.2019).
3. Колбунов Ф.А. Ценностные ориентации молодежи российского мегаполиса: автореф. дис. ... канд. культурологии. СПб., 2011. 20 с.
4. Интернет: новая эра мобильных устройств: [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115255>. (Дата обращения: 30.09.2019).
5. Чураева Н.С. Социально-психологические механизмы формирования виртуальных сообществ: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2009. 20 с.

© Порозов Р.Ю., Стародумова М.И., 2019



А.В. Шмаркова

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые проблемы региональной системы здравоохранения (на примере Республики Мордовия). Приведены данные социологических исследований, свидетельствующих о реальном состоянии системы здравоохранения в регионе и ее проблемных аспектах.

Ключевые слова: управление, система здравоохранения, региональный уровень, медицинская помощь, социальные проблемы, Республика Мордовия.

Исследование современных проблем системы здравоохранения на макро- и мезоуровнях на сегодняшний день особенно актуально, поскольку их наличие является серьезным препятствием для решения важных задач, которые направлены на повышение качества оказываемых медицинских услуг, доступности медицинской помощи для каждого гражданина и в целом улучшение здоровья всего населения Российской Федерации.

Так, на общегосударственном уровне наблюдается явный кризис данной системы, спровоцированный рядом факторов, к которым следует отнести: неэффективную деятельность управленческих органов, финансовые проблемы, материально-технические, кадровые трудности.

Подобные проблемы могут наблюдаться и на уровне субъектов Российской Федерации.

В рамках данной статьи мы проанализируем региональные проблемы системы здравоохранения Республики Мордовия (далее – РМ).

Отметим, что структура медицинских организаций за последние десятилетия существенно не изменялась, а функции изменились. Это привело к несоответствию уровня их адаптации к современным условиям, вследствие чего они не в состоянии удовлетворить потребности населения в медицинской помощи.

На сегодняшний день в системе здравоохранения Республики Мордовия можно выделить ряд ключевых проблем: дисбаланс кадрового состава, износ медицинского оборудования, слабая оснащенность медицинских учреждений диагностическим оборудованием, финансовые проблемы [1].

Как следствие, эти негативные тенденции повлекли за собой снижение ответственности медицинских учреждений, врачей за качество оказанных услуг и эффективность лечения.

Состояние системы здравоохранения может быть определено удовлетворенностью населением качеством медицинских услуг. Качество медицинских услуг в РМ характеризуется высокими рангами значимости и низкими индексами удовлетворенности [4].

Данный тезис подтверждают и эмпирические данные. В рамках социологического исследования Р.С. Чумакова на тему «Исследование субъективного качества жизни в регионе», автором было выявлено, что крайне отрицательно респонденты Мордовии характеризуют удовлетворенность качеством медицинского обслуживания (-0,655). Это обусловлено снижением доступности бесплатной медицинской помощи, дороговизной лекарственных средств, длительной непопулярностью проводимой политики в отрасли [7, с. 80].

Рассмотрим существующие проблемы системы здравоохранения регионального уровня более детально.

Как отмечено выше, одной из важных проблем системы здравоохранения в РМ является проблема недостаточного финансирования. Согласно данным, недофинансирование в данной сфере составляет примерно 1,5 раза от оптимального объема денежных средств (примерно 800 млрд. рублей в год), которые позволили бы сформировать достойный фонд оплаты труда медицинских работников, снабдить большее количество нуждающихся бесплатными лекарственными препаратами, обеспечить лечебные учреждения современным оборудованием и расходными материалами [6, с. 63].

Также проблемным моментом является переход на «одноканальное» финансирование сферы здравоохранения «по полному тарифу», что объективно повышает риски для стабильности финансирования общедоступной медицинской помощи, в первую очередь, для сельских районов Республики, а в условиях экономической нестабильности от экономических санкций в отношении нашего государства, перераспределения государственных расходов – и для городской местности.

Стоит учесть, что механизм «одноканального» финансирования сферы здравоохранения не дает возможности уделить внимание денежной стороне в отношении борьбы с социально значимыми заболеваниями, а также скорой медицинской помощи.

Состояние системы обязательного медицинского страхования (ОМС) в РМ также оставляет желать лучшего. Как, известно, система ОМС зависит от бюджетного финансирования, а для того, чтобы ее поддерживать, необходимо привлекать дополнительные средства из государственного бюджета, которых на данный момент нет [3, с. 5].

Современная система ОМС не может самостоятельно осуществлять риски финансирования медицинской помощи, в силу своего «псевдострахового» характера, ведь страховщики не могут формировать и инвестировать резервы, страховые тарифы зависят не от риска наступления страхового случая и прогноза выплат, а потребностью в финансировании деятельности медицинских учреждений и увеличивающимися медицинскими обязательствами республики перед населением.

Еще одна проблема, озвученная нами выше, это дисбаланс кадрового состава сотрудников медицинских учреждений. Так, согласно данным еще одного исследования, численность среднего медицинского персонала соотносится с численностью врачей в размере 2,4 (по России этот показатель равен 2,15), что является низким показателем по сравнению, к примеру, со странами Европы. Так, например, в Германии соотношение медсестер к врачам составляет 4:1 [2].

Подобный дисбаланс очень существенно снижает возможность развивать систему медицинской помощи, службы долечивания, патронажа и реабилитации.

Также можно отметить наличие дисбаланса между численностью узких специалистов разных профилей. Количество одних специалистов является избыточным (например, врачи общей практики), в то время как количество других недостаточно (например, невролог, нефролог и прочее).

Можно указать также и на нехватку квалифицированных медицинских кадров и в сельских районах Мордовии. Молодые медицинские работники не хотят осуществлять свою деятельность в сельской местности, где недостаточно развита инфраструктура и очень часто уезжают в большие города, в частности, Москву, Санкт-Петербург, где выше уровень зарплаты, больше возможностей.

Еще одной ключевой проблемой является проблема организации медицинской помощи в лечебных учреждениях. Этот вывод основывается на данных эмпирического исследования, проведенного в рамках диссертационного исследования И.В. Соколовым «Удовлетворенность пациентов медицинской помощью в АПУ» г. Нижнего Новгорода, Нижегородской области, Республик Чувашия и Мордовия. Согласно полученным данным, этой проблемой одинаково обеспокоены и врачи (около 90 %) и пациенты (около 50 %) [5, с. 22].

Большинству опрошенных (83,5 %) приходилось сталкиваться с какими-либо недостатками в работе учреждений здравоохранения.

В качестве наиболее распространенного недостатка 40,8 % респондентов выделили очереди на прием к участковому врачу и врачам-специалистам.

Еще одна проблема – нехватка современного медицинского оборудования. С этой проблемой при посещении учреждений здравоохранения сталкивались 19,6 % опрошенных.

Таким образом, подобная тенденция требует принятия мер, направленных на решение сложившихся проблем в системе здравоохранения РМ.

Необходимо четко и системно планировать кадровые ресурсы и осуществлять постоянный мониторинг медицинских кадров. Целесообразно осуществлять меры социальной поддержки в отношении молодых специалистов, принявших решение работать в учреждениях первичного звена здравоохранения в сельской местности, предоставлять льготные кредиты на приобретение жилья, строительство частных домов, выделять дополнительные средства на увеличение их заработной платы.

Проблему нехватки современного медицинского оборудования необходимо решить в рамках Программы модернизации здравоохранения в Мордовии. Важнейшей ее составляющей должно стать оснащение медицинских учреждений современным, высокотехнологичным оборудованием.

По опыту зарубежных стран, основными направлениями в системе здравоохранения, которые можно использовать для решения существующих проблем, являются следующие:

- рациональная организация производства медицинских услуг, соответствующая целям и задачам медицинского учреждения;
- информационное обеспечение управления сферой здравоохранения при принятии управленческих решений, основанное на логистике, теории вероятности, теории игр;
- расширение функций управления системой здравоохранения, в том числе усиление стратегического планирования, прогнозирования, постоянного контроля качества услуг.
- оптимизации кадров с активным использованием социально психологических методов управления, расширение хозяйственных связей;

- глубокая хозяйственная перестройка деятельности учреждений здравоохранения, предполагающая изменение технологического процесса, углубление делового и научного сотрудничества в отрасли;

- привлечение дополнительных каналов финансирования, в частности, спонсорскую, благотворительную помощь.

На наш взгляд, все перечисленные меры будут способствовать решению существующих проблем системы здравоохранения в регионе, что в дальнейшем позволит системно улучшить качество и доступность медицинских услуг в республике.

Список литературы

1. Анализ качества и доступности предоставления медицинских услуг населению в государственных медицинских организациях Республики Мордовия: доклад ГКУ «Научный центр социально-экономического мониторинга» / под ред. В.П. Миничкиной. – Саранск, 2015. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – http://minzdravrm.ru/wp-content/uploads/2016/02/Doklad_po_NOK_za_2015g.pdf

2. Алексеева А.А. Анализ уровня развития системы здравоохранения Республики Мордовия и степени доступности медицинских услуг для населения / А.А. Алексеева // Проблемы и механизмы устойчивого социально-экономического развития территории. – 2016. – № 1. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://probl-ust-razvit-ter.esrae.ru/pdf/2016/1/11.pdf>

3. Герасимова Т.Л. Стратегия развития здравоохранения в концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года / Т.Л. Герасимова // Главврач. – 2013. – № 11. – С. 3-6.

4. Дмитриева Е.А. Оценка уровня удовлетворенности населения Республики Мордовия доступностью и качеством медицинской помощи / Е.А. Дмитриева, С.Г. Рябова – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://www.mivlgu.ru/conf/zvorykin2011/potential/PDF/section33.pdf>

5. Соколов И.В. Система управления в амбулаторно-поликлинических учреждениях России: автореф. ... дисс. канд. социол. наук / И.В. Соколов. – Нижний Новгород, 2016. – 36 с.

6. Чугунов В.И. Развитие системы финансового обеспечения здравоохранения: монография / В.И. Чугунов, О.В. Мурзаева. – Саранск.: Изд-во Мордов. ун-та, 2013. – 104 с.

7. Чумаков Р.С. Исследование субъективного качества жизни в регионе (на примере Республики Мордовия) / Р.С. Чумаков // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2015. – № 1. – С. 76-82.

© Шмаркова А.В., 2019



Раздел «Мировая экономика и международные отношения»

УДК 339.5

Т.А. Воронова

ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО ИМПОРТА ИЗ КИТАЯ

Аннотация. В статье определены факторы, способствующие положительной динамике российского импорта из Китая, выявлены особенности товарной структуры поставок из КНР, конкурентные преимущества китайской продукции машиностроения и риски для отечественных производителей, а также сделаны выводы об изменении структуры спроса на китайские потребительские товары в России.

Ключевые слова: импорт, товарная структура, Китай, машины и оборудование.

В 2017 – 2018 гг. российский импорт из Китая в стоимостном выражении сохранял устойчивую положительную динамику, измеряющуюся двузначными показателями.

Основным фактором, способствовавшим такому развитию ситуации, стал достаточно стабильный курс российского рубля, обусловивший благоприятную ценовую конъюнктуру для российских импортёров китайской продукции, а также более высокую конкурентоспособность последней на российском рынке. Кроме того, заградительные пошлины США, введенные в ходе острого американо-китайского торгового конфликта 2018 – 2019 гг. постепенно ориентируют китайский экспорт в направлении европейского и российского рынков.

В последние пять лет свыше половины российского импорта из Китая представлено машинно-технической продукцией. При этом высокая динамика ее закупок во многом была обусловлена опережающими темпами прироста импорта крупнейшей по стоимости товарной группы – электрических машин и оборудования.

Китайская Народная Республика находится на первом месте среди поставщиков микроэлектроники в Россию. За 2018 г. Россия импортировала из материковой части КНР электронные компоненты общей стоимостью свыше 600 млн. долл. [3].

В товарной структуре импорта основную долю занимают электрическое оборудование (27,4% в 2018 г.) и механическое оборудование (23,0%). По второй по величине группе – механическому оборудованию, в 2018 г. наблюдалось сокращение импорта на 13%. Существенно замедлилась динамика импорта товарной группы «средства наземного транспорта».

Следует отметить, что импорт высокотехнологичных товаров из КНР, в частности технологического оборудования для промышленности, при правильно выбранной стратегии может способствовать увеличению производства современной наукоемкой продукции с высокой долей добавленной стоимости России. При этом в структуре импорта машинотехнической продукции из КНР в Российскую Федерацию пока преобладают изделия непромышленного назначения – бытовая электроника и электротехника, легковые автомобили и т. п.

Среди отдельных категорий машин и оборудования производства КНР устойчивым спросом на российском рынке, по мнению российских специалистов, пользуются следующие:

- оборудование для производства пищевых полуфабрикатов и разлива напитков;
- станки для металлообработки – фрезерные, сверлильные, для лазерной и плазменной резки;
- деревообрабатывающее оборудование;

- сельскохозяйственное оборудование – для аквакультуры, земледелия и животноводства;
- торговое оборудование – холодильники, морозильники, оборудование для выкладки товара;
- строительное оборудование [2].

Главная составляющая успеха продукции китайских машиностроителей – сравнительно невысокая цена. При этом качество техники из КНР зачастую мало уступает качеству аналогов от известных мировых производителей (это касается, в частности, строительно-дорожной техники и грузовых автомобилей) [1].

В целом, оборудование, произведенное в Китае, обычно обладает 5 – 7-летним жизненным ресурсом. При этом оно может стоить в 2 – 3 раза дешевле европейского, цикл жизни которого – 10 – 15 лет. Однако в условиях быстрого морального старения оборудования конкурентные преимущества длительности срока службы не выглядят столь очевидными, поскольку запас прочности и надежности просто не используется на практике. В то же время существенная ценовая выгода в последующем влияет на конкурентоспособность товаров, производимых на российских предприятиях.

Необходимо обратить внимание, что в период после 2014 г. произошло снижение поставок оборудования из Европы, на которую раньше приходилась львиная доля импорта, из-за роста курса доллара и евро и введения западными странами антироссийских санкций (табл. 1).

Таблица 1

Товарная структура импорта России из КНР

Код ТН ВЭД/товарная группа	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
	млрд долл.								
85 Электрооборудование, прочая аппаратура	8,61	9,99	10,76	12,60	12,48	8,81	9,01	11,8	14,3
84 Механическое оборудование и др.	8,91	11,65	12,45	11,40	10,97	8,22	11,0	13,6	12,0
64 Обувь	2,89	2,78	2,69	2,82	2,07	1,31	1,27	1,78	1,97
95 Игрушки, игры и спорттовары	1,27	-	1,71	1,79	1,80	1,04	1,06	1,37	1,50
39 Пластмассы	1,30	1,64	1,76	1,79	1,95	1,19	1,30	1,48	1,76
73 Изделия из черных металлов	0,32	-	1,34	1,77	1,59	0,94	0,98	1,21	1,47
62 Одежда	3,00	3,46	1,68	3,79	1,97	1,25	3,04	3,57	3,85
87 Средства наземного транспорта	-	1,89	2,63	2,37	2,21	1,15	1,14	1,64	1,86
Прочее	12,98	16,61	17,94	18,31	17,34	11,99	9,3	11,55	13,49
	Удельный вес в импорте России из КНР, %								
85 Электрооборудование, прочая аппаратура	22,09	20,80	20,84	23,74	24,58	25,19	23,65	24,58	27,39
84 Механическое оборудование и др.	22,87	24,26	24,12	21,48	21,60	23,51	28,87	28,33	22,99
64 Обувь	7,41	5,79	5,21	5,31	4,07	3,74	3,33	3,71	3,77
95 Игрушки, игры и спорттовары	3,25	-	3,31	3,37	3,54	2,98	2,78	2,85	2,87
39 Пластмассы	3,35	3,42	3,41	-	3,84	3,41	3,41	3,08	3,37
73 Изделия из черных металлов	0,82	-	2,78	3,32	3,12	2,69	2,57	2,52	2,82
62 Одежда	7,69	7,22	3,26	7,14	3,87	3,58	7,98	7,44	7,38
87 Средства наземного транспорта	-	3,94	5,09	4,47	4,34	3,28	2,99	3,42	3,56
Прочее	33,32	34,58	34,75	34,50	34,15	34,31	24,41	24,06	25,84

Источник: [4].

Наметившийся в настоящее время тренд на закупку всё большего количества высокотехнологичных товаров в КНР несёт в себе риски для отечественных производителей. Китай начинает занимать лидирующие позиции на рынках инвестиционной продукции, создавая в отдельных сегментах серьезную конкуренцию отечественным предприятиям.

Заметную долю в импорте занимают товары потребительского назначения – обувь, одежда, игрушки. Это те категории товаров, которые могут производиться и в России. Однако, как показывает статистика, именно эти категории стабильно закупаются в КНР в силу высокой коммерческой рентабельности. Невысокая стоимость рабочей силы и экспортная политика государства (искусственное занижение курса юаня), позволяют сделать одежду, обувь, игрушки доступными для российских покупателей.

Важным каналом импорта потребительских товаров из КНР в Россию стала электронная торговля. Россия в настоящее время является главным партнером Китая в этой сфере, что стало следствием активной деятельности китайских интернет-магазинов на российском рынке. Согласно имеющимся оценкам, около 90% внешнего онлайн-шопинга российских потребителей приходится на КНР.

Следует отметить, что за последние пять лет структура спроса на китайские потребительские товары в России существенно изменилась. В частности, на российском рынке ослабли позиции поставщиков таких товаров из КНР, как ткани (из-за усиления конкуренции со стороны турецких производителей), изделия из натуральной кожи (из-за высоких импортных пошлин и конкуренции со стороны недобросовестных импортёров, в том числе из стран Евразийского экономического союза, осуществляющих ввоз с нарушением таможенных процедур), мебель (ее производство в России по соотношению «цена – качество» стало выгоднее импорта из КНР) [2] (табл. 2).

Таблица 2

Крупнейшие товарные позиции импорта России из КНР, млн долл.

Место в 2018 г.	Код ТН ВЭД/товарная позиция	2016 г.	2017 г.	2018 г.	I полугодие	
					2018 г.	2019 г.
	Всего	38105	48055	52225	24062	24198
1	8517/аппараты телефонные	4333	5361	6429	2754	2413
2	8471/вычислительные машины и их блоки	2301	3232	3898	1772	1510
3	8708/части и принадлежности автомобилей	833	1078	1123	555	549
4	8529/части радио- и телеаппаратуры	668	846	998	412	358
5	9503/игрушки	716	890	969	418	406
6	8516/электрические водонагреватели	456	650	792	327	339
7	6403/обувь кожаная	342	545	674	274	257
8	8473/части и принадлежности вычислительной техники	387	671	659	380	222
9	8528/мониторы и проекторы	398	541	645	270	322
10	6402/прочая обувь резиновая или пластмассовая	455	607	591	281	261
11	8467/инструменты ручные	258	523	538	315	290
12	8481/арматура для трубопроводов	314	419	537	243	308
13	8504/трансформаторы электрические	323	450	527	239	222
14	9405/лампы и осветительное оборудование	256	405	489	226	207
15	8407/двигатели внутреннего сгорания с искровым зажиганием	401	461	488	257	246
16	4202/саквояжи, чемоданы	269	371	452	236	225
17	8429/бульдозеры	139	383	445	226	209
18	8518/микрофоны и подставки для них	197	291	432	189	254
19	8415-установки для кондиционирования воздуха	338	438	425	270	341
20	6404- обувь с текстильным верхом	275	369	417	208	231
21	8545/электроды угольные, угольные щетки, угли для ламп или батареек и изделия	122	329	404	221	132
22	6202/пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки,	265	336	400	115	97
23	8443-машины печатные	330	365	387	179	170
24	8414/насосы воздушные или вакуумные, воздушные или газовые компрессоры	244	306	343	169	183
25	8302/крепежная арматура, фурнитура и пр. из недрагоценных металлов	211	268	340	153	172

Источник: [4].

В отношении КНР в рамках ЕАЭС уже длительное время применяются антидемпинговые меры к подшипникам качения (за исключением игольчатых). Специальные защитные меры в отношении китайских товаров применяются для зерноуборочных комбайнов и модулей. Очевидно, что в

среднесрочной перспективе защитные меры во внешней торговле сохранят свое значение как инструмент регулирования импортных потоков товаров из КНР и поддержания конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.

Существенное влияние на товарный импорт России из КНР оказывают китайские прямые инвестиции в российскую экономику, что особенно заметно в сегменте машин и оборудования. Представляется, что в обозримой перспективе развитие инвестиционного взаимодействия пойдет преимущественно по пути реализации точечных проектов, что позволит накопить необходимый опыт реализации отдельных инициатив, значимых для определенных регионов. В связи с этим особую роль продолжает играть межрегиональное сотрудничество. При этом особенно важно выбирать инвестиционные проекты, которые создают максимальный положительный мультипликационный эффект, в том числе в плане оптимизации импортных потоков.

Список литературы

1. Анализ импорта спецтехники из Китая в 2018 году. «Райс.Ру» — Грузовики и спецтехника, 02.09.2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.raise.ru/category_reviews/5779/ (дата обращения: 06.09.2019).
2. Захарченко А. Основные тренды в изменении структуры импорта товаров из Китая для B2B-сегмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glavportal.com/materials/osnovnye-trendy-v-izmenenii-struktury-importa-tovarov-iz-kitaya-dlya-b2b-segmenta> (дата обращения: 06.09.2019).
3. Федеральная таможенная служба Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru> (дата обращения: 06.09.2019).
4. Экспорт и импорт России по товарам и странам / Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> (дата обращения: 06.09.2019).

© Воронова Т.А., 2019



С.С. Кузьменко, А.О. Гринёв

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ГРУППЫ СТРАН РАЗНОЙ СТЕПЕНИ РАЗВИТИЯ

Аннотация. Статья посвящена исследованию и анализу группы стран разной степени развития в области их внешнеэкономической деятельности; изучена статистика различных источников; дана оценка развития каждой из стран.

Ключевые слова: международная торговля, экспорт, импорт, ВВП, сальдо.

Современная экономика по своей сути является глобальной экономикой, в основе которой находятся международное разделение труда и распределение факторов производства. Выход страны на мировые рынки нередко отражает ее потребность решить внутренние проблемы. В системе мировой экономики отношения между странами реализуются в следующих основных формах [2]:

- внешняя торговля;
- вывоз капитала;
- миграция трудовых ресурсов;
- рынок ссудных капиталов;
- международная валютная система.

Особое место в системе мировых хозяйственных связей занимает международная торговля, ведь именно развитие товарного оборота во многом содействовало интернационализации хозяйственной жизни. В настоящее время международная торговля опосредует практически все виды международного сотрудничества [2]. Как форму экономических отношений ее изучали различные авторы. Основные тенденции, структура и перспективы развития международной торговли рассмотрены, в частности, Н.В. Захаровой, Н.С. Логвиновой, А.Ю. Козак, М.И. Барановской, О.В. Захарченко, Е.В. Кравченко. Международные экономические отношения в целом рассмотрены Т.Г. Шеремет. Вместе с тем в научной литературе недостаточно полно проведен анализ динамики участия государств разной степени развития в

международной торговле и влияние данной формы международных экономических отношений на развитие государств в целом, что делает статью актуальной.

Цель работы – анализ международной торговли группы стран разной степени развития. Задачи исследования: 1) изучить международную торговлю группы стран разной степени развития; 2) проанализировать динамику изменения различных показателей международной торговли группы стран разной степени развития; 3) дать оценку развития каждой из стран.

Международная торговля влечет за собой специализацию и обмен. Страна, торгующая с другими странами, специализируется на производстве определенных товаров в объемах, превышающих внутренний спрос. Излишек экспортируется в обмен на товары, которые хотят покупать жители страны, но которые не производятся здесь в достаточном количестве [2].

Прежде всего рассмотрим такие показатели как экспорт, импорт и внешнеторговый оборот группы стран в целом (Таблица 1).

Экспорт – это отправка товаров или услуг одной страны в другую страну, где продукты будут обработаны, использованы, проданы или реэкспортированы [2].

Импорт представляет собой ввоз иностранных товаров или услуг в другую страну, где продукты будут обработаны, использованы, проданы или экспортированы [2].

Внешнеторговый оборот – измеряемый в денежном выражении экономический показатель, характеризующий объём внешней торговли страны, группы стран или административно-территориального образования (региона) за определенный период времени (месяц, квартал, год). Равен сумме стоимостей экспорта и импорта [5].

Таблица 1

**Динамика экспорта, импорта, внешнеторгового оборота
исследуемых стран в 2012 – 2017 гг., млрд. долл. США**

Страны	Экспорт						Импорт						Внешнеторговый оборот								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста в 2017 г. к 2012 г.	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста в 2017 г. к 2012 г.	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста в 2017 г. к 2012 г.
Швеция	249,1	252,9	256,4	225,1	224,0	238,2	89,9	220,8	224,1	231,2	200,2	201,6	221,1	91,3	469,9	477	487,6	425,3	425,6	459,3	97,7
Норвегия	206,1	203,9	193,0	145,4	126,4	140,4	61,3	140,2	148,0	148,7	123,6	124,1	130,6	88,5	346,3	351,9	341,7	269	250,5	271	78,3
Малайзия	248,7	244,1	249,1	209,3	200,6	224,5	80,6	213,4	213,4	215,0	184,0	178,7	200,1	83,7	462,1	457,5	464,1	393,3	379,3	424,6	91,9
Индонезия	211,0	205,0	198,8	171,3	167,8	193,5	79,5	212,9	211,3	201,9	166,0	159,6	182,6	74,9	423,9	416,3	400,7	337,3	327,4	376,1	88,7
ЮАР	117,8	113,6	110,3	95,8	90,8	103,9	77,1	123,6	122,0	115,6	99,9	89,0	98,8	72,1	241,4	235,6	225,9	195,7	179,8	202,7	84,0
Конго	10,3	9,5	9,5	5,1	4,8	-	46,3	7,0	7,2	9,1	9,5	9,1	-	131,1	17,3	16,7	18,6	14,6	13,9	-	80,3

Составлено автором на основании источников [1]

Как можно заметить по данным таблицы 1, лидером по экспорту на 2017 г. была Швеция – 238,2 млрд. долл. США, наихудший результат у Конго. То же касается и импорта, первое место занимает Швеция – 221,1 млрд. долл. США. На втором месте по этим показателям – Малайзия, третья – Индонезия, четвертая – Норвегия.

Индекс физического объема указывает на степень благоприятности развития торговли с точки зрения количественных показателей экспорта по отношению к аналогичным показателям импорта (таблица 2).

Таблица 2

**Динамика индексов физического объёма экспорта и импорта
исследуемых стран, 2010 г. = 100**

Показатели / Страны	2012	2013	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Экспорт						
Швеция	103.0	98.6	98.5	100.6	101.8	105.4
Норвегия	97.3	93.6	95.9	99.1	98.7	99.9
Малайзия	97.7	101.8	107.1	113.6	117.2	130.1
Индонезия	102.9	106.8	105.3	104.0	103.7	108.8
ЮАР	103.3	108.2	111.8	116.1	116.2	118.5
Конго	83.0	77.1	80.8	63.2	58.5	71.1
Импорт						
Швеция	101.4	97.3	100.0	103.2	106.3	107.6
Норвегия	101.9	100.2	107.1	109.5	110.6	115.9
Малайзия	107.0	114.1	119.0	120.7	121.0	137.0
Индонезия	123.2	122.7	119.1	111.0	110.5	119.8
ЮАР	127.9	130.6	133.0	140.6	134.5	136.5
Конго	125.5	162.5	179.7	147.3	158.9	183.3

Составлено автором на основании источников [1]

По данным таблицы 2 можно проследить, что на протяжении 2012 – 2017 гг. Швеция, Норвегия и Индонезия демонстрируют небольшую волатильность в экспорте, в свою очередь экспорт Малайзии и Южно-Африканской Республики в этом же промежутке стабильно растет. Только показатели экспорта Конго идут на спад.

Что касается импорта, то здесь можно заметить значительный рост данного показателя у Конго, ЮАР, Малайзии, Индонезии и Норвегии. Швеция также показывает рост этого показателя, но в незначительной степени.

Счет текущих операций по платежному балансу измеряет приток и отток товаров, услуг, инвестиционные доходы и трансфертные платежи.

Основными компонентами текущего счета являются:

- торговля товарами (видимый баланс);
- торговля услугами (невидимый баланс), например, страхование;
- инвестиционные доходы, например, дивиденды, проценты и денежные переводы мигрантов из-за рубежа;
- чистые переводы, например, международная помощь.

Дефицит счета текущих операций означает, что стоимость импорта превышает стоимость экспорта.

Профицит текущего счета означает, что стоимость импорта меньше стоимости экспорта.

Платежный баланс состоит из двух основных аспектов:

- текущий счет;
- финансовый счет (счет операций с капиталом).

Если страна имеет дефицит по текущему счету, ей нужен профицит по финансовому счету.

Текущий счет платежного баланса измеряет приток и отток товаров, услуг, инвестиционных доходов и трансфертных платежей. Швеция показывает рост в экспорте и импорте услуг, а в трансфертах баланс товаров, напротив, показывает снижение. Норвегия, Малайзия, Индонезия и ЮАР показывают спад во всех показателях, кроме трансфертов. Высокие показатели темпов роста ЮАР и Малайзии объясняются отрицательным торговым балансом на 2012 г. Анализировать ситуацию с Конго сложно из-за недостатка информации.

Индекс диверсификации экспорта используется, как правило, для определения различий в структуре внешней торговли стран, экспорт которых является достаточно разносторонним [2] (таблица 3).

Таблица 3

**Индексы диверсификации экспорта
исследуемых стран в 2012-2017 гг.**

Страны	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Конго	0.821	0.814	0.816	0.811	0.818	0.856
Индонезия	0.555	0.553	0.537	0.547	0.55	0.558
Малайзия	0.455	0.453	0.443	0.44	0.442	0.442

Продолжение таблицы 3

Норвегия	0.613	0.618	0.62	0.637	0.644	0.655
ЮАР	0.535	0.539	0.528	0.507	0.512	0.518
Швеция	0.369	0.37	0.365	0.347	0.342	0.353

Составлено автором на основании источников [1]

Хотя индекс и характеризует количественное отличие товарной структуры экспорта страны от структуры мирового, но на его основании нельзя с достоверностью утверждать, что структура экспорта одной страны лучше или хуже другой.

Таким образом в работе был проведен анализ международной торговли группы стран разной степени развития, проанализирована динамика изменений различных показателей международной торговли таких, как экспорт, импорт, внешнеторговый оборот, баланс услуг и трансферты. Также проанализированы индексы условий торговли исследуемых стран, индексы концентрации и диверсификации экспорта, уровни открытости экономик и импортной зависимости исследуемых стран в 2012 – 2017 гг. За исследуемый промежуток значительного роста развития достигли Индонезия и ЮАР, Швеция показала стабильное развитие, в свою очередь развитие Норвегии замедлилось. Конго положительной динамики за исследуемый период не показала.

Список литературы

1. Официальный сайт: UNCTAD [Электронный ресурс] – Режим доступа: <<http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>>
2. Шеремет Т.Г. Международные экономические отношения: учеб. пос./ Т.Г. Шеремет. – Донецк: ДонНУЭТ, 2012. – 143 с
3. Захарова Н.В. Международная торговля: основные тенденции, структура, перспективы развития: учеб. пос./ Н.В. Захарова. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2009. – 126 с.
4. Козак Ю.Г., Логвинова Н.С., Грибинча А.И., Козак А.Ю., Барановская М.И., Захарченко О.В., Кравченко Е.В. Международная экономика в вопросах и ответах: учебник. 5-е изд. перераб. и доп./ под ред. Ю. Г. Козака. – К.: Центр учебной литературы, 2013. – 240 с.
5. Хасбулатов Р.И. Международная торговля: учебник для бакалавриата и магистратуры: под редакцией Р.И. Хасбулатова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. – 368 с.
6. Кузнецова Г. В. Международная торговля товарами и услугами: учеб. пос./ Г.В. Кузнецова, Г.В. Подбиралина. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 571 с.
7. Официальный сайт: Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<https://www.worldbank.org>>
8. Официальный сайт: Международный Валютный Фонд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.imf.org/external/>>
9. Официальный сайт: CIA – The World Factbook. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>>



УДК 339.56

С.С. Кузьменко, А.А. Пуськова

**ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ СТРАН БРИКС
В МЕЖДУНАРОДНОМ ТОРГОВОМ ОБМЕНЕ
МИНЕРАЛЬНЫМ ТОПЛИВОМ**

Аннотация. Статья посвящена исследованию и анализу особенностей участия стран БРИКС в международном торговом обмене; изучена статистика различных источников; дана оценка развития каждой из стран; предложены направления решения основных социально-экономических проблем отдельных стран.

Ключевые слова: международная торговля, экспорт, импорт, БРИКС, динамика, сальдо, внешнеторговый оборот.

В условиях постоянной нестабильности и разбалансированности на мировой экономической арене все больше ощущается необходимость создания новых регуляторов мировой экономики и системы международных отношений в целом. БРИКС начинает выступать в качестве реальной альтернативы существующих долгое время интеграционных объединений. Страны-участницы организации обладают большим экономическим потенциалом. Китай и Индия являются мировыми лидерами по населению. Российская Федерация обладает огромными запасами минеральных ресурсов. Бразилия имеет большие запасы водных и лесных ресурсов. Южно-Африканская Республика входит в десятку стран по золотодобыче в 2019 г., а также является одним из лидеров алмазной промышленности.

Актуальность данной темы заключается в том, что страны, входящие в состав БРИКС, характеризуются как наиболее быстро развивающиеся

крупные страны, обладающие большим объёмом ресурсов. Изучению особенностей функционирования международной организации БРИКС были посвящены работы таких учёных, как Дж. О’Нилл, Т.Н. Леонова, А.А. Сергунин, Ф. Гао, Г.П. Овчинникова, П.В. Сергеева, Е.Ф. Авдокушина, К.А. Семенова, Д. Юм, Д. Стюарт, Дж. Робинсон, С. Александер, Х. Джонсон, Дж. Поллак, В.Б. Буглай, Н.Н. Литвинцев и других.

Цель работы – анализ особенностей внешнеторговой деятельности стран-участниц БРИКС. Задачи исследования: 1) изучить товарную и географическую структуру экспорта и импорта стран-участниц БРИКС; 2) проанализировать показатели внешней торговли стран-участниц БРИКС; 3) определить слабые и сильные стороны стран БРИКС в разрезе внешней торговли; 4) предложить направления усовершенствования статей экспорта каждой страны БРИКС.

БРИКС – это аббревиатура, созданная для объединения пяти основных стран с развивающейся экономикой: Бразилии, России, Индии, Китая и Южной Африки. Члены БРИКС известны своим значительным влиянием на международной арене. Кроме этого, они все являются членами Большой двадцатки. Общая доля населения этих стран составляет около 43% от мирового населения [1].

Динамика развития международной торговли стран БРИКС имеет значительное влияние на изменения объёма экспорта и импорта в мире. Важным является рассмотрение объёмов экспорта, импорта и внешнеторгового оборота исследуемых стран, а также темпы роста данных показателей, что приведено в таблице 1.

Таблица 1

Динамика экспорта, импорта, внешнеторгового оборота стран БРИКС в 2012-2017 гг., млрд. долл.

Страны	Экспорт							Импорт							Внешнеторговый оборот							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста в 2017 г. к 2012 г., %	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста в 2017 г. к 2012 г., %	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста в 2017 г. к 2012 г., %	

ЮАР	117,8	2175,1	447,0	589,8	281,4
Китай	113,6	2355,6	468,9	592,0	279,6
Индия	110,3	2462,9	485,6	562,6	264,1
Российская Федерация	95,8	2361,4	428,4	393,1	223,9
Бразилия	90,8	2199,0	430,4	332,3	217,8
	103,9	2444,5	488,1	411,4	251,7
	88,2	112,4	109,2	69,8	89,4
	123,6	1943,2	632,9	444,7	303,8
	122,0	2120,2	607,4	469,7	325,6
	115,6	2241,6	600,8	428,9	318,8
	99,9	2002,1	532,7	281,6	243,1
	89,0	1952,7	509,7	265,9	203,2
	98,8	2207,9	606,1	326,8	221,5
	80,0	113,6	95,8	73,5	72,9
	241,4	4118,3	1079,9	1034,5	585,3
	235,6	4475,8	1076,3	1061,6	605,2
	225,9	4704,5	1086,3	991,4	582,9
	195,7	4363,5	961,1	674,8	467,0
	179,9	4151,8	940,1	598,1	420,9
	202,7	4652,4	1094,2	738,1	473,3
	84,0	113,0	101,3	71,4	80,9

Составлено автором с использованием источника [2].

Исходя из данных таблицы 1, следует, что Китай обладает наибольшим внешнеторговым оборотом на протяжении исследуемого периода, где темп прироста в 2017 г. по сравнению с 2012 г. составил 13,0%, что в абсолютных величинах составило 354,1 млрд. долл. Это произошло в связи с увеличением производства в таких отраслях, как автомобилестроение, вычислительная техника, текстильная промышленность.

Положительная динамика темпа роста экспорта в 2017 г. наблюдается только в Китае (112,4%) и Индии (109,2%) по сравнению с 2012 г. Рост объёмов импорта увеличился в Китае на 13,6%, что в абсолютных величинах составило 264,7 млрд. долл.

Коэффициент покрытия указывает, является ли страна более экспортирующей или более импортирующей (в стоимостном выражении). Использование этого индикатора позволяет объективно сравнивать страны между собой и ранжировать их (в отношении их торгового баланса). Коэффициент покрытия строго связан с нормализованным торговым балансом. Если индекс оказывается меньше, чем 100, то торговый баланс имеет отрицательное сальдо, а если больше 100, то он имеет положительное

сальдо. Рассмотрим показатели коэффициента покрытия экспортом импорта в таблице 2.

Таблица 2

**Индексы покрытия экспортом импорта
исследуемых стран в 2012-2017 гг.**

Страны	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Темп роста в 2017 г. к 2012 г., %
Страны с положительным сальдо торгового баланса							
Российская Федерация	132,6	126,0	131,2	139,6	125,0	125,9	94,9
Бразилия	92,6	85,9	82,8	92,1	107,2	113,6	122,7
Китай	111,9	111,1	109,9	117,9	112,6	110,7	98,9
ЮАР	95,3	93,1	95,4	95,9	102,0	105,2	110,4
Страны с отрицательным сальдо торгового баланса							
Индия	70,6	77,2	80,8	80,4	84,4	80,5	114,0

Составлено автором с использованием источника[2].

По данным таблицы 2 следует, что только Индия имеет коэффициент ниже 100, что означает превалирование импорта товаров и услуг над экспортом в этой стране. Российская Федерация, Бразилия, Китай и ЮАР имеют значение индекса выше 100. Для Российской Федерации такая ситуация объясняется высокой концентрацией минерального сырья на территории страны, а также большой протяжённостью путей транспортировки минерального топлива за границу – трубопроводы, выход к морям, большая протяжённость границ.

Китай, в свою очередь, является «мировой фабрикой», поэтому статьи экспорта разнообразны: автомобилестроение, вычислительная техника, продукция лёгкой промышленности и т. д. В Китае находятся залежи всех видов существующих в мире цветных металлов, в частности, объем залежей редкоземельных металлов составляет около 80% от общемирового показателя. Так как в стране запрещён вывоз редкоземельных металлов, необходимых при производстве вычислительной техники, то многие иностранные фирмы перенесли своё производство на территорию Китая [4].

Другим важным результирующим показателем является индекс условий торговли. Данный индекс представляет собой соотношение между экспортными ценами страны и ее импортными ценами, то есть сколько единиц экспорта требуется для покупки одной единицы импорта. В том случае, когда из страны выезжает больше капитала, чем затем въезжает в страну, тогда совокупный доход страны составляет менее 100%; когда данный индекс превышает 100%, страна накапливает больше капитала от экспорта, чем тратит на импорт. Рассмотрим индекс условий стран БРИКС в таблице 3.

Таблица 3

**Индекс условий торговли
исследуемых стран в 2012-2017 гг., 2010 г.=100%**

Страны	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Бразилия	101,5	99,4	96,1	85,5	88,1	94,1
Российская Федерация	127,2	118,8	114,0	86,7	79,8	90,2
Индия	96,4	98,9	100,4	113,0	116,1	110,7
Китай	97,2	98,3	101,1	112,8	112,5	106,4
ЮАР	102,8	97,4	96,2	99,2	102,2	107,0

Составлено автором с использованием источника [2].

В 2017 г. Бразилия и Российская Федерация показали значение индекса условий торговли ниже 100, это означает, что страны накапливают меньше капитала, получаемого от экспорта, чем тратят на импорт.

Однако их показатели улучшились по сравнению с 2016 г. на 6,8% и 13% соответственно. Другие страны БРИКС имеют индекс больше 100. Наибольшее значение индекса показывает Индия, увеличив его в 2017 г. по сравнению с 2012 г. на 14,8%, то есть на 14,3 п. п.

Наименьшее значение данного индекса за весь исследуемый период среди стран БРИКС принадлежит Российской Федерации – 79,8 в 2016 г.

Диверсификация экспорта считается важной для развивающихся стран, поскольку многие развивающиеся страны часто сильно зависят от относительно небольшого количества сырьевых товаров для своих экспортных поступлений. Следует рассмотреть индекс диверсификации экспорта БРИКС в таблице 4.

**Индексы диверсификации экспорта
исследуемых стран в 2012 – 2017 гг.**

Страны	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Бразилия	0,515	0,553	0,536	0,549	0,557	0,562
Российская Федерация	0,610	0,608	0,622	0,644	0,645	0,630
Индия	0,503	0,488	0,496	0,434	0,440	0,449
Китай	0,469	0,467	0,449	0,421	0,411	0,413
ЮАР	0,535	0,539	0,528	0,507	0,512	0,51

Составлено автором с использованием источника [2].

На основании таблицы 4, согласно индексу диверсификации, можно сделать вывод, что экспорт более разносторонний у таких стран, как Китай (0,413), Индия (0,449) и менее разносторонний у Российской Федерации (0,630). Несмотря на различия в количественном выражении, нельзя с уверенностью сказать, что структура экспорта одной страны лучше или хуже другой.

В заключение необходимо сказать, что страны-участницы БРИКС имеют огромный экономический потенциал, однако в большинстве случаев для более успешного развития необходимы значительные объёмы инвестиций.

Все страны организации в 2017 г. имеют положительное сальдо внешней торговли, исключением является Индия. Российская Федерация обладает огромными запасами минеральных ресурсов, наибольшей территорией, что характеризуется масштабной протяжённостью транспортных путей, доступу к морям. Всё это позволяет стране занимать лидирующие места по добыче минеральных ресурсов – первое место по добыче природного газа, второе место по добыче угля. Однако такая зависимость от экспорта энергоресурсов является проблемой для страны. Решением может стать диверсификация статей экспорта страны, что и происходит в данное время – развивается точное машиностроение, продолжает занимать лидирующие позиции в мире российская авиакосмическая промышленность.

Бразилия имеет огромные природные ресурсы, однако проблемой страны остаётся высокая безработица – в 2017 г. данный показатель составил 12,8%. Решением данной проблемы может стать возврат доверия инвесторов и создание новых рабочих мест, что будет способствовать увеличению производства и экспорта страны.

Индия имеет вполне благоприятные природные предпосылки для развития сельского хозяйства. Для ее земельного фонда характерен чрезвычайно высокий (более 1/2 всей территории) уровень распаханности. Страна кроме традиционной лёгкой промышленности в последнее десятилетие развивает также и тяжёлую промышленность, что повысило роль её топливных и сырьевых ресурсов. Индия является второй страной в мире по населению – 1,339 млрд. человек. Тем самым страна обладает значительным объёмом дешёвой рабочей силы. Однако около половины населения страны находятся за чертой бедности, большая часть жителей не имеет постоянного доступа к чистой воде и электричеству. Решением может послужить реализация социальных программ, а также, как и в случае Бразилии, привлечение инвестиций.

Китай, также как и Индия, обладает значительным количеством дешёвой рабочей силы. Также страна имеет большие масштабы производственных мощностей. Многие иностранные компании переносят производства на территорию Китая, так как в стране введён запрет на вывоз редкоземельных металлов, необходимых для производства высокотехнологичной продукции, что также создаёт новые рабочие места. В стране действует политика «открытых дверей», созданы свободные экономические зоны, и это означает, что практически в каждом районе Китая есть свободные экономические зоны (кроме Тибета). Одной из проблем страны является нехватка топлива. Решением может послужить продолжение сотрудничества в данной области с Российской Федерацией, что и происходит в данный момент. Примером служит реализация совместного проекта – строительство магистрального газопровода «Сила Сибири».

ЮАР имеет самый большой уровень безработицы среди всех стран-участниц БРИКС – 27,1% в 2017 г., и имеет положительную динамику. Это и является одной из основных проблем страны. Также в ЮАР высокий уровень преступности, что объясняется постоянными конфликтами между различными этническими частями населения. В стране находятся одни из самых крупных запасов золота, алмазов. Решением может стать национализация рудников, а также промышленности по добыче золота и алмазов. Кроме этого, необходимо привлекать иностранные инвестиции в страну.

Список литературы

1. Кузнецова Г.В. Международная торговля товарами и услугами: учебник для бакалавриата и магистратуры / Г.В. Кузнецова, Г.В. Подбиралкина. – М.: Юрайт, 2017. – 433 с.
2. Официальный сайт: UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>>
3. Официальный сайт: Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<https://www.worldbank.org>>
4. Шеремет Т.Г. Международные экономические отношения [Текст] / учеб. пос. / Т.Г. Шеремет. – Донецк: ДонНУЭТ, 2012. – 143 с.
5. Пивоваров Ю.С. Страны БРИКС: стратегии развития и механизмы взаимодействия и сотрудничества в изменяющемся мире. Труды I Международной научно-практической конференции / ИНИОН РАН. Отдел науч. сотрудничества; отв. ред. Ю.С. Пивоваров. – М., 2016. – 590 с.
6. Окунева И.Ю. Модернизация и демократизация в странах БРИКС: Сравнительный анализ / Под ред. И.М. Бусыгиной, И.Ю. Окунева. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 190 с.

© Кузьменко С.С., Пуськова А.А., 2019



О.М. Маматова

ОСОБЕННОСТИ ПЕЧАТНЫХ НЕМЕЦКИХ СМИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Научный руководитель:

Крупская Светлана Юрьевна

Канд. ист. наук, старший преподаватель
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности прессы Федеративной Республики Германии на современном этапе как политического ресурса. Предпринимается попытка проанализировать деятельность немецкой прессы и степень ее независимости в медиапространстве Германии. Также приводятся классификации немецких СМИ по различным критериям. В работе используется историко-типологический метод.

Ключевые слова: СМИ; информационная политика; внешняя политика; информационный ресурс; политизация.

В XXI веке трудно переоценить роль информационных ресурсов, а также влияние СМИ на все сферы жизни. На современном этапе именно информация является одним из самых мощных методов воздействия, применяемым государствами по отношению друг к другу.

Немецкие издания, которые ежедневно занимаются мониторингом целей, интересов своих читателей, а также улучшают коммуникативную связь «газета-читатель» в Интернете, находятся в более выигрышном положении сегодня.

Союз издателей немецких журналов в ФРГ насчитывает около 10 тыс. единиц журнальных изданий. Из этого числа немецкий исследователь М.В. Томас выделяет четыре категории журналов [1, с. 146]:

- специализированные журналы (экономические, медицинские, юридические, политические);
- печать конкретных концернов / союзов;
- рекламные и рекомендательные издания;

- журналы для широкой читательской аудитории (политико-новостные, женские).

Пресса для широкой читательской аудитории и специализированные журналы пользуются наибольшим спросом среди немецкого населения. В 2003 г. 1 094 издания первой категории опубликовали 17 млн. экземпляров разноплановой тематики, второй категории издавалось 846 журналов, тираж которых составил 125 млн. экземпляров [2].

Немецкий медиаландшафт состоит из небольшого количества федеральных газет, журналов и широкого спектра местной и надрегиональной прессы. Причиной такого распределения на газетно-журнальном рынке стали события послевоенных лет. В этот период союзники закрыли все существующие издательства на территории бывшей нацистской Германии, сделав упор на развитие системы СМИ внутри своих собственных оккупационных зон. В связи с этим общенациональные немецкие газеты стали появляться только лишь после создания Федеративной Республики Германии в 1949 г.

В широком смысле средства массовой информации ФРГ разделяются на следующие виды:

- **общенациональные/федеральные газеты и журналы** – распространяются по всей территории ФРГ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, Die Welt, Bild, Handelsblatt, Financial Times Deutschland, Die Tageszeitung, Die Zeit, Der Spiegel, Focus, Stern);
- **надрегиональная пресса** – область распространения – более, чем один регион (Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Neues Deutschland, Sächsische Zeitung, Berliner Zeitung, Tagesspiegel, Stuttgarter Zeitung);
- **местные СМИ** – издания, которые относятся к одному региону/району/городу.

Надо заметить, что в Германии является нормой то, что небольшие местные издания входят в более влиятельные издательские концерны, которые

предоставляют десяткам подобных местных газет унифицированную информацию для печати (статьи о внутренней и внешней политике, новости культуры и спорта и т. д.), качественный фотоконтент и прочее. Поэтому для небольших редакций, у которых тираж в несколько сотен/ тысяч экземпляров, ассоциативные отношения с концерном – это, как «глоток воздуха» в экономическом плане. Однако есть и некоторые минусы в таком сотрудничестве: о свободе печати изданий и речь идти не может; газета становится полностью зависима от своего «партнера свыше».

Прежде чем перейти к подробному рассмотрению медиасферы ФРГ, необходимо напомнить о том, что после Второй Мировой войны ежедневная пресса Германии заняла определенные позиции, в соответствии с политической риторикой. Именно поэтому некоторые газетные издания с самого начала существования придерживались и придерживаются до сих пор определенных политических направлений:

- **Правое** (Bayernkurier, Die Welt, Bild, Frankfurter Allgemeine Zeitung);
- **Либеральное** (Handelsblatt, Die Zeit, Focus);
- **Левое** ([Neues Deutschland](#), Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, Der Spiegel, Tagesspiegel, Stern);
- **Крайне левое** (Die Tageszeitung, Junge Welt).

Однако информационное немецкое поле с 1949 г. является независимым, свобода печати и информации гарантируется согласно Основному Закону Германии, статье 5 [3]. И, в связи с этим, немецкие СМИ не классифицируются по партийно-политическому признаку. Издательство само вправе определять содержание, выбирать целевую аудиторию и область распространения; разрабатывать стратегию и тактику своего дальнейшего развития, а также определять периодичность выхода издания.

Но несмотря на это, на страницах немецких СМИ, в зависимости от принадлежности издания к определенному концерну, можно заметить

определенную симпатию при оценке международных проблем или внутривнутриполитических событий.

Опираясь на результаты исследования историка-германиста О.Е. Ореховой [4, с. 66], Социал-демократическая партия Германии (СДПГ) владеет 9 газетными издательствами (например, *Sächsische Zeitung*, *Leipziger Volkszeitung* и *Dresdner Neueste Nachrichten*) и 3 журнальными; также в собственности партии 5 типографий и 2 радиостанции.

Еженедельная газета *Bayernkurier* находится в собственности у следующей, не менее влиятельной политической партии в Германии – Христианско-социального союза (ХСС).

Две партии левого толка, Партия демократического социализма и Партия левых, сообща владеют ежедневной газетой – [Neues Deutschland](#).

Frankfurter Allgemeine Zeitung же открыто заявляет о своей приверженности к Христианско-демократической партии Германии и выражает консервативно-либеральные интересы сторонников данной партии.

Идеи Христианско-демократического союза и Христианско-социального союза также излагаются на страницах газеты под названием *Die Welt* и бульварного общенационального таблоида *Bild*. В ФРГ данные издания считаются изданиями правого толка, их очень почитают немецкие власти. О таблоиде до сих пор говорят, что он «делает» политику и влияет на мнение многих немецких государственных деятелей. Гюнтер Вальраф, один из основоположников журналистского расследования, уверен, что *Bild* «как и прежде имеет огромное влияние. Шпрингер постоянно говорил о своем «цепном псе». То есть он мог усмирить его, заставив лечь у своих ног или надеть намордник. Многие знали, что если он спустит этого пса с цепи, то он и их тоже растерзает. И сегодня происходит подобное» [4, с. 63].

Ведущая финансовая газета *Handelsblatt* представляет интересы либерально-настроенной части населения. Целевая аудитория данного издания – это интеллигентные, образованные и деловые люди, которые интересуются финансами и инвестиционными операциями не только

регионального, но и международного уровня. Можно констатировать приверженность данного издания к Свободно-демократической партии.

Газету Tagesspiegel активно читают политические лидеры Германии, издание открыто заявляет о своей симпатии к Социал-демократической партии в оценке различных событий.

Также как и Tagesspiegel, газета Süddeutsche Zeitung, которая известна высоким уровнем журналистики, придерживается социал-демократических взглядов. Вместе с тем Süddeutsche Zeitung все чаще стали называть либеральной, на страницах издания всегда можно найти широкий экскурс мнений по той или иной проблеме

Авторитетная еженедельная газета Die Zeit на информационном медиапространстве известна в ФРГ как консервативно-либеральное издание. С 1996 г. газету выпускает концерн-группа Zeit-Verlag, издается в Гамбурге. Охват целевой аудитории Die Zeit – 1,66 – 2,34 млн. читателей. Главная цель газеты – это формирование независимого мнения у читателя по различным дискуссионным вопросам. Особенно политические разделы газеты славятся своей свободой мнений. На страницах популярной немецкой газеты ежедневно публикуются различные точки зрения известных политиков, рассматриваются анализы и прогнозы политических событий исследователей всего мира по спорным вопросам. Бывший политический редактор еженедельной газеты Die Zeit Тео Зоммер так описывал издание: «Насмешники говорили раньше, что Die Zeit состоит из трех разных газет, которые просто договорились о пользовании совместной типографией и о совместной дате выхода. В политике она представляет умеренную середину, в культуре крайне левую, а в экономике консервативную позицию. Это не так уж неправильно и не так уж нелогично. Делать хорошую политику можно только с центристских позиций, хорошую публицистику — только с более левых, хорошую экономику – только с более правых» [5, с. 41].

Первый выпуск журнала Der Spiegel увидел свет в 1944 г., с этого момента и по сей день журнал является одним из самых авторитетных

печатных изданий и пользуется большой популярностью в ФРГ. По среднестатистическим данным в неделю продается около 1,1 млн. экземпляров. Один из известнейших еженедельных журналов Германии придерживается леволиберальных позиций. Еще в 1990-х была замечена резкая критика социал-демократического правительства со стороны журнала. Однако выборы в парламент в 2005 г. засвидетельствовали новую политическую приверженность журнала (он публиковал весьма нелестные оценки красно-зеленой коалиции и в тоже время «проявлял деликатность» в комментариях о деятельности Ангелы Меркель).

Немецкий иллюстрированный журнал Stern, наоборот, поддерживает либеральное направление, а именно идеи Социал-демократической партии Германии (СДПГ).

Доктор филологических наук, профессор МГУ имени М.В. Ломоносова Г.Ф. Вороненкова также разделяет печатную прессу ФРГ по следующим критериям [6, с. 125]:

- периодичность выхода (ежедневные, еженедельные и пр.);
- область распространения (надрегиональные, региональные и местные);
- целевая аудитория (качественная, качественно-массовая (смешанная) и бульварная);
- принадлежность печатного издания к информационной группе\издательскому концерну.

В целом, общенемецкие СМИ являются одними из самых авторитетных источников информации о политических событиях. Однако почти все федеральные издания ФРГ поддерживают конкретную политическую сторону, при этом официально об этом не заявляют. Это отнюдь не значит, что конкретная газета является печатным органом той или иной политической партии. Все печатные немецкие СМИ независимы в своих оценках, они лишь выражают симпатию к философии партий, и это может хорошо проследиваться в статьях определенной газеты. В регионах немецкая пресса

аполитична: в небольших городах и населенных пунктах, как правило, выходит одна газета или журнал местного уровня, который публикует информацию, посвященную исключительно общественным событиям конкретного региона.

Основываясь на проведенном анализе деятельности влиятельнейших ежедневных и еженедельных газет ФРГ, можно утверждать, что, несмотря на провозглашенный в Основном Законе Германии конституционный принцип политической независимости прессы ФРГ, немецким СМИ не удается достичь полной свободы в оценке политических событий. Предвыборные кампании и оценка деятельности различных партий в период выборов немецкими СМИ полностью подтверждает вышеназванный факт. Такой жест активно влияет на дальнейший выбор читателя и формирует его негативное или позитивное отношение к конкретной политической партии.

Список литературы

1. Thomas M.W. (Hrsg.) Portraits der deutschen Presse/M.W. Thomas// Politik und Profit. Berlin. – 1980. – S.146.
2. Verlagswirtschaft Deutschlands. Branchenfakten mit Fokus auf Berlin // Medienboard Berlin-Brandenburg. 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.www.medienboard.de> (дата обращения: 04.05.2019).
3. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23. Mai 1949 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.bundestag.de/parlament/aufgaben/rechtsgrundlagen/grundgesetz/gg_01-245122 (дата обращения: 23.03.2019).
4. Орехова О.Е. Печатные СМИ Германии в условиях социально расколотого общества / О.Е. Орехова. – М.: МГИМО-Университет. – 2008. – С. 66.
5. Цит. по: Майн Г. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии/ Г. Майн. – Констанц: Издательство Ферлагсгезельшафт МБХ, 1998 г. – С. 41.
6. Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии (Исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий) / Г.Ф. Вороненкова. – М.: Языки русской культуры, 1999. С. 125.

© Маматова О.М., 2019



Т.И. Тюленева

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В статье рассматриваются понятие и сущность международного менеджмента как управленческой деятельности в глобальных масштабах, а также актуальные проблемы международного менеджмента на уровне международной компании.

Ключевые слова: менеджмент, международный менеджмент, международная компания.

Характерной особенностью современной экономики является тенденция глобализации. Это связано с тем, что между компаниями усиливается конкурентная борьба за экономические ресурсы, рынки сбыта; создаются межгосударственные союзы с целью достичь на мировом рынке глобальных преимуществ перед общими конкурентами; происходят процессы интернационализации хозяйственной деятельности, углубления интеграционных процессов, усиления международного разделения труда и т. д. Во всех этих процессах ведущую роль играют международные компании, которые являются основой мирового хозяйства.

Исследованию вопросов менеджмента и международного менеджмента в частности посвящены работы многих российских и зарубежных ученых, среди которых можно назвать следующие имена: М. Альберт, И. Ансофф, Д. Бодди, В. Ф. Володько, П. Друкер, Мацусита Коносукэ, Якокка Ли, Х. Маккей, М. Мескон, Р. Пейтон, Ж. Перар, С.Э. Пивоваров, Т. Питерс, В.М. Попов, М. Портер, Дж. Шелдрейк, Ф. Хедоури и другие.

Большинство исследователей считают, что международный менеджмент – это управленческая деятельность в глобальных масштабах, направленная на использование конкурентных преимуществ (политических, правовых, экономических, социальных, культурных, технологических и других) с учетом особенностей стран, в которых ведет бизнес международная компания, а также

существующих взаимосвязей между этими странами. Поэтому главной целью международного менеджмента и является формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ международной компании для извлечения максимальной прибыли из международных операций.

По мнению ученых, сущность международного менеджмента состоит в необходимости принимать управленческие решения, учитывая собственные, локальные и глобальные интересы. Начиная бизнес в зарубежной стране, международная компания использует международный менеджмент для изучения культуры страны, затем интегрирует национальную культуру этой страны в интернациональную культуру (то есть трансформирует местные культурные особенности в нужном ей направлении), тем самым создавая выгодную для компании комбинацию, навязывая свое видение проблем и пути их решения, и в конечном итоге формируя в стране пребывания эффективный рынок для своей продукции. Таким образом, международный менеджмент призван сформировать баланс собственных бизнес-интересов международной компании с учетом интернациональных и национальных особенностей в странах пребывания.

В трудах российских исследователей проблемам международного менеджмента уделено недостаточно внимания, так как российские компании по сравнению с зарубежными сравнительно недавно работают на международных рынках и их деятельность сводится в основном к экспортно-импортным операциям. Однако проблемы существуют и их нужно решать как на государственном уровне, так и на уровне отдельных компаний. По мнению автора, проблемы в международном менеджменте связаны с особенностями международного менеджмента, а также средой деятельности международной компании.

Так одной из проблем международного менеджмента является его сложность по сравнению с национальным менеджментом. Это связано с тем, что национальные компании ведут бизнес в своей родной стране, в одной страновой и культурной среде, а международные компании работают в разных

странах, в разнородной среде. Как раз географическая сложность среды деятельности международных компаний и состоит в том, что она включает среду материнской страны (страны происхождения компании), среду принимающих стран (стран-хозяев) и нейтральную среду (нейтральные воды, нейтральное воздушное пространство, территории международных организаций и т. д.). Среда принимающих стран всегда отличается от материнской среды и также могут отличаться друг от друга (например, если компания ведет бизнес в Японии, Бразилии и США). Различия между средами создает дополнительные риски (политические, социально-экономические, валютные, психологические, криминальные и другие), которые необходимо учитывать при принятии управленческих решений менеджерами международной компании.

Чтобы начать бизнес в зарубежной стране, менеджеры международной компании должны провести предварительный анализ страновой ситуации, который охватывает как минимум политическую, правовую, экономическую, культурную и технологическую сферы внешней среды. Анализ страновой ситуации способствует формированию стратегии как в области менеджмента, так и общей стратегии поведения компании в стране пребывания, и позволяет выявить факторы, влияющие на деятельность компании. Все это требуют много времени и усилий менеджеров. К среде принимающей страны компания должна приспособиться, адаптироваться, тратя свои ресурсы. Расходов требуют изучение местного рынка, учет требований местного законодательства к организации бизнеса, уплата налогов и прочее. Если расходы на приспособление к среде данной страны являются высокими и превышают определенный, допустимый уровень, то международной компании не рекомендуется начинать бизнес в этой стране. Также при выходе на внешние рынки нельзя забывать о том, что управлять предприятием становится намного сложнее, особенно компаниям, которые привыкли ориентироваться лишь на внутренний рынок [3].

Следующей существенной проблемой в области международного менеджмента является изменчивость внешней среды. На мировом рынке ничто не является статичным, все протекающие процессы находятся в постоянном движении и изменяются во времени и в пространстве. Так, например, появляются новые законы, постановления, указы, нормативно-правовые акты, отменяются или редактируются старые, изменяются экономические условия (валютный курс, уровень инфляции, уровень оплаты труда в интересующих компанию сферах бизнеса и т. д.), меняются предпочтения, интересы, покупательная способность потребителей и т. д. Иными словами, компаниям постоянно необходимо изыскивать новые способы, методы управления, чтобы приспособиться к меняющимся условиям. В то же время изменения происходят с высокой степенью непредсказуемости и неопределенности. Это явление в международном менеджменте называется турбулентностью внешней среды. На уровне менеджмента проблема турбулентности также связана с физической неспособностью международного менеджера проанализировать все происходящие изменения во внешней среде, выявить их взаимосвязь и оценить влияние изменений на деятельность компании.

Неуправляемость внешней среды – еще одна серьезная проблема международного менеджмента. Компания объективно не способна полностью влиять на внешнюю сторону своей деятельности и имеет весьма ограниченные для этого возможности (например, создание монополий, собственных стандартов качества). В основном международная компания вынуждена непрерывно адаптироваться к изменениям внешней среды, то есть вынуждена изменяться сама. Поскольку управлять процессами внешней среды компания не может, то действенным способом повышения эффективности управления является развитие организационной культуры до уровня, способствующего повышению целеустремленности социальной системы и тем самым степени ее приспособляемости к изменениям внешней среды [4]. Сложность этого процесса в международном менеджменте обуславливается

многонациональным персоналом компании, так как возникает необходимость учета национально-культурных факторов, которые весьма различны.

Проблемой в международном менеджменте может являться и определение правильного подхода к формированию организационной структуры, так как от правильного выбора зависит развитие отношений компании со страной пребывания и ее отдельными регионами. Например, применение глобального (централизованного) подхода для эффективности деятельности компании требует от международного менеджера принятия решений, которые могут противоречить представлениям о правильности этих решений у региональных властей или региональных подразделений компании (например, решение о закрытии регионального предприятия).

В сфере коммуникаций международный менеджер также может сталкиваться с серьезными проблемами. Это и языковые барьеры, и различия в невербальном общении, разнообразные ритуалы и особенности культуры той или иной страны, проявляющиеся в поведении и в особенностях менталитета. Международный менеджер, принимая управленческие решения, должен учитывать национально-культурную специфику страны пребывания компании, так как то, что в одной культуре признается рациональным и правильным, в другой будет считаться некорректным, неправильным и недопустимым.

В современном мире решение управленческих задач находится в зависимости от информированности принимающего решение лица. При этом важны как формальные, так и неформальные информационные каналы. Отсутствие информации о деятельности структурных подразделений организации чревато не только экономическими потерями, но и потерей веры в то, что благосостояние одного во многом зависит от успехов другого [1]. Это определяет значимость отлаженного процесса внутренних информационных потоков, основная задача и сложность которого и состоит в доведении до сведения международных менеджеров актуальной и достоверной информации, необходимой им для эффективной работы.

К числу других проблем международного менеджмента относятся: специфические проявления управленческих функций в странах пребывания компании; сложность взаимодействия головной компании, находящейся в стране базирования, со структурными подразделениями в странах пребывания международной компании; зарубежными партнёрами могут выступать высшие органы государственной власти, государственные учреждения, религиозные организации, неформальные лидеры страны пребывания; необходимость сравнительного анализа менеджмента в странах пребывания и в стране базирования.

В заключение можно сказать, что международный менеджмент имеет многочисленные проблемы, требующие своевременного решения в целях повышения конкурентных преимуществ международной компании на мировом рынке.

Список литературы

1. Зубарев А.Е. Совершенствование экономического механизма управления информацией как фактор организационно-управленческой инновации промышленных предприятий в условиях цифровизации экономики / А.Е. Зубарев, А.М. Колесников, Е.М. Храповицкая // Вестник ТОГУ. – 2018. – № 3(50). – С. 77-82.
2. Пивоваров С.Э. Международный менеджмент: учеб. для вузов (спец. "Менеджмент") / С.Э. Пивоваров. – СПб.: Питер. – 2013. – 720 с.
3. Пинегина И.Т. Проблемы при выходе фирм на новые рынки сбыта и пути их решения / И.Т. Пинегина, А.С. Федюнина // Постулат. – 2018. – № 4. – С. 1-7.
4. Радченко О.Л. Влияние организационной культуры на социальную систему предприятия / О.Л. Радченко // Вестник московского университета. – 2008. – № 1. – С. 63-70.

© Тюленева Т. И., 2019



Раздел «Экономика и управление»

УДК 63.336

Л.С. Азатян

СУЩНОСТЬ, КРИТЕРИИ И ХАРАКТЕРИСТИКИ БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Аннотация. Глобальная продовольственная проблема – одна из нерешенных проблем XXI века. С каждым годом все больше природных ресурсов вовлекается в сельскохозяйственный оборот, увеличивается производственный потенциал, растет потребление продуктов питания на душу населения, увеличиваются производство и производительность труда. Однако ежегодный прирост населения в мире на 80 – 90 миллионов по-прежнему превышает темпы роста продовольственных товаров. Правительство Республики Армения должно сделать все возможное для обеспечения достаточного уровня продовольственной безопасности населения своей страны.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, потребление продуктов питания, природные ресурсы, потребление энергии, питание, пищевая ценность, пищевой баланс, Армения.

Глобальная продовольственная проблема – одна из нерешенных проблем XXI века. С 1945 года были созданы многочисленные структуры для координации, оценки и поддержки мировой ситуации с продовольствием. Это неполитически мотивированные структуры быстрого реагирования, которые помогают людям в экстремальных экономических и природных ситуациях и работают под девизом «Да будет хлеб!». Созданный в 1974 году Всемирный продовольственный совет ООН оценивает и поддерживает страны в трудной продовольственной ситуации.

Генеральная Ассамблея ООН 1974 года приняла декларацию Всемирной продовольственной конференции, в которой отмечалось, что

продовольственный кризис наиболее остро стоит в развивающихся странах, где для 82% населения мира производится только 19% и 59% мирового и сельскохозяйственного ВВП.

Человечество вступило в XXI век с более серьезными угрозами, ведь если сегодня 20% населения мира голодны и около 40% недоедают, то через 10 лет голодное население будет составлять четвертую часть населения.

С каждым годом все больше природных ресурсов привлекается в сельскохозяйственный оборот, увеличивается производственный потенциал, растет потребление продуктов питания на душу населения, увеличиваются производство и производительность труда. Но, по мнению экспертов Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО) и Всемирного банка, этого недостаточно.

Мир вступает в длительный период сокращения производства и потребления продуктов питания на душу населения. Ежегодный прирост населения в мире на 80 – 90 миллионов превышает темпы роста продовольственных товаров. Обострение продовольственной ситуации обусловлено факторами, ограничивающими развитие мирового сельского хозяйства с 1980-х годов, такими как вынужденное сокращение пахотных земель, включение низко плодородных новых сельскохозяйственных земель в сельскохозяйственное производство, сокращение природных ресурсов (земля, поливная вода) на душу населения, снижение продуктивности сельхозкультур и животноводства и т. д. Вопрос не решен также международной продовольственной помощью.

Помимо развивающихся стран, продовольственная безопасность также находится под угрозой в большинстве стран с переходной экономикой. Число нищих в 18 странах возросло с 14 миллионов в 1987 – 1988 годах до 168 миллионов в 1993 – 1995 годах.

Общий уровень затрат энергии зрелого человека, который должен соответствовать ожидаемой продолжительности жизни в течение определенного

периода времени, определяется структурами ООН (ФАО, Всемирная организация здравоохранения) на основе следующей формулы:

$$\mathcal{E}_m = K \times M \times V_n$$

\mathcal{E}_m – за единицу времени общий расход энергии организмом в калориях;

K – коэффициент расхода энергии 1 кг. массы тела в ккал.;

M – масса тела на кг.;

V_n – расчетный период;

K – норма расчета регулярно корректируется.

В настоящее время он составляет от 50 на 100 коэффициентов, принятых в 1993 году, при использовании 40 гр. белка и других диетических питательных веществ среднесуточное потребление калорий составляет 2500 ккал.

Человек средних лет в спокойном состоянии весом на 1 кг. тратит 1ккал., и еще 1 – 1,3 ккал. для поддержания работоспособности. В среднем мужчины ежедневно тратят 2 500 – 3 000, женщины – 2 200 – 2 600, дети в зависимости от возраста – 800 – 2 600 ккал. Около 4 миллиардов человек в мире нуждаются в дополнительных калориях [1].

Также важным здесь является баланс белков с углеводами, жирами и биологически активными веществами (витаминами, незаменимыми аминокислотами, жирными кислотами, минералами и т. д.). Высшую пищевую ценность имеют продукты, в которых есть определенное соотношение белков, жиров, углеводов и биологически активных веществ. К ним относятся яйца, икра, мышечная ткань рыбы и мяса, молочные продукты. И наоборот, некоторые продукты питания имеют более низкую пищевую ценность, потому что в них нет полных питательных веществ. Например, сахар, молоко, крахмал содержат только углеводы, в животном жире только жир и так далее.

Микроэлементами богаты овощи, фрукты, соки. Кобальт, медь, цинк относительно в больших процентах находятся в яичном желтке, печени, мясе, рыбе, картофеле, свекле и моркови.

Продовольственная безопасность в основном характеризуется двумя показателями – показателем запаса накопленного зерна и его производством на душу населения, чего недостаточно. Самые безопасные страны – те, где продовольственный запас находится в пределах 17% годового спроса (двухмесячные запасы).

Исходя из этой нормы, трансфертные резервные запасы продовольственных культур на 1 миллион населения в Республике Армения (далее – РА) должны составлять 21, согласно фактически сформированным требованиям – 28 тысяч т., следовательно на 3,34 миллиона человек – около 90 тысяч т., тогда как реальные ресурсы гораздо меньше

Для оценки продовольственной безопасности регионов, субрегионов, сельских населенных пунктов, городов РА необходимо оценить перечень продуктов, которые более точно характеризуют структуру питания основных групп населения. В Армении существует 9 товарных групп (хлеб и хлебобулочные изделия, картофель, овощи и бахчевые, фрукты и ягоды, сахар, растительное масло, переработанное мясо и мясопродукты, переработанное молоко и молочные продукты, яйца).

Согласно данным Национального продовольственного баланса РА за 2015 – 2017 гг., уровень самообеспеченности приоритетными продовольственными товарами выглядит следующим образом (таблица 1).

**Уровень самообеспеченности
приоритетными продовольственными товарами**

Основные необходимые продукты:	Уровень самообеспеченности наиболее важных продуктов %		
	2015г.	2016г.	2017г.
Пшеница	50.9	53.2	33.2
Картофель	101.7	101.3	102.6
Овощи	100.0	103.3	102.5
Фруктово-ягодный	102.0	98.1	109.7
Виноград	101.2	119.3	106.4
Зерновые и бобовые культуры	58.2	61.6	49.7
Растительное масло	7.8	5.6	4.3
Сахар	89.6	91.4	65.2
Яйца	99.5	99.4	98.2
Молоко	93.0	88.6	91.2
Говядина	92.3	92.5	91.5
Свинина	57.8	64.1	58.0
Овечье и козье мясо;	107.7	133.8	138.9
Мясо птицы	21.8	28.5	22.5
Рыба	114.2	108.6	101.8

Источник: Национальный продовольственный баланс Республики Армения.

Доля сельскохозяйственной продукции в общем экспорте из страны в 2018 году составила 28,9%. В 2018 году было экспортировано сельскохозяйственной продукции на сумму 697,7 млн. долларов США, что превышает прошлогодний показатель на 8,0%. В 2018 году из республики было экспортировано 163 706,0 тонн овощей, фруктов и картофеля, в том числе 109 322,0 тонн фруктов, ягод и винограда, из которых 15 541,0 тонн винограда, 50 685,0 тонн овощей и 3 699,0 тонн картофеля.

В 2018 году предприятия по переработке фруктов и овощей приобрели около 188,7 тыс. тонн фруктов и овощей, в том числе 39,9 тыс. тонн овощей, из которых 17,9 тыс. тонн томатов, 31,2 тыс. тонн фруктов и 117,6 тыс. тонн винограда [2].

С точки зрения содержания понятия «продовольственная безопасность страны» критериями для ее обеспечения являются следующие:

- обеспечение энергетической целостности продуктов питания в пределах биологических потребностей не только для удовлетворения полного спроса, но и для всех его компонентов;

- полное питание – кроме энергетической оценки также важно обеспечение другими элементами, такими как белки, углеводы, жиры, минералы, витамины;

- физическая и экономическая доступность продуктов питания не только для среднестатистического субъекта, но и для отдельных регионов, социальных групп.

Система продовольственной безопасности основана на пяти основных принципах: физический доступ к продовольствию, социально-экономический доступ к продовольствию, уровень продовольственной независимости, продовольственные резервы и продовольственная безопасность. Поскольку эти стандарты практически выражены в основных балансах запасов и использования продуктов питания (далее называемых «балансами продуктов питания»), особенно важно привести методологию их построения в соответствие с международными стандартами. В настоящее время оценка физической доступности продуктов местного производства производится путем деления годовой разницы в производстве и экспорте продуктов питания на количество населения и объем производства на душу населения [3].

Уровень продовольственной самообеспеченности в РА все еще неудовлетворителен. Ярким подтверждением тому является отрицательное внешнеторговое сальдо в отношении большинства продуктов питания и пищевых продуктов, а также продовольственный баланс, показатели которого все еще недостаточны для определенных видов продуктов питания. Все это связано с небольшими объемами внутреннего производства пшеницы, сахара, растительного и животного масла, говядины, свинины и курицы, поэтому вышеуказанная продукция в основном импортируется.

Правительство Республики Армения должно сделать все возможное для обеспечения достаточного уровня продовольственной безопасности, который

включает в себя наличие продовольствия, экономическую безопасность в ассортименте продуктов питания, особенно в потребительской корзине, обеспечение стабильности цен и так далее.

Список литературы

1. Джордж С. Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности. Перевод с англ. М: Изд. Дом “Инфра”, 1999. 262 с. С. 123-133.
2. Сельское хозяйство в Армении / безопасность пищевых продуктов /<http://old.minagro.am/>.
3. Аветисян С. Актуальные вопросы продовольственной безопасности Республики Армения. Амберд, Ереван, 2004. 92 с. С. 36.

© Азатян Л.С., 2019



УДК 336.221.24

А.М. Василяди

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация. Налоговая политика является важнейшей частью экономической политики государства. В работе раскрывается основная характеристика налоговой политики в Российской Федерации на современном этапе и ее основные направления.

Ключевые слова: учет доходов, налоговая политика, налоговое планирование, налоги, оптимизация.

Налоговая политика представляет собой важнейшую часть экономической политики государства. Помимо этого, она является действенным рычагом, за счет которого оказывается огромное воздействие на процесс распределения и производства со стороны государственной власти. Совершенствование существующей налоговой системы за счет качественного использования всех методов налоговой политики, осуществления налоговых реформ, создания мероприятий, которые нацелены на улучшение налогового администрирования, может стать достаточно эффективным средством,

стимулирующим накопления, а также рациональное использование богатств страны, может способствовать гармонизации интересов общества и экономики, за счет чего будет обеспечен социально-экономический прогресс.

В статье 8 Конституции Российской Федерации говорится о том, что в Российской Федерации гарантируется наличие единого экономического пространства, свободное перемещение финансовых средств, услуг и товаров, свобода деятельности экономического характера и поддержка конкуренции. В пункте 3 статьи 75 Конституции Российской Федерации устанавливается то, что система налогов, которые взимаются в федеральный бюджет, а также общие принципы сборов и налогообложения Российской Федерации устанавливаются в Федеральном законе.

Как следует из приведенных статей Конституции Российской Федерации, основу осуществления налоговой политики представляет собой единство финансовой политики государства, а также надлежащее закрепление приоритетных направлений налоговой политики в правовых актах высшей юридической силы. В конкретном случае речь идет о создании государством единых обязательных стандартов финансовой деятельности, которые обеспечивают условия формирования бюджетов Российской Федерации и ее территорий при поддержке баланса между интересами и правами всех участников отношений финансового характера.

В статье 3 Налогового Кодекса Российской Федерации определены основные начала государственной налоговой политики.

Основные направления налоговой политики, которые разрабатываются и реализуются Правительством Российской Федерации, вбирают в себя главные нормы и принципы управления финансами, содержащиеся в соответствующих Федеральных законах, указах Президента Российской Федерации, постановлениях Правительства Российской Федерации, а также в международных соглашениях. Данными актами устанавливаются основы правового регулирования государственной политики в процессе координации налоговой политики и финансовой деятельности.

Финансовые возможности власти, а также емкость потребительского рынка, инвестиционный потенциал, да и рост экономики в целом зависят непосредственного от состояния налоговой системы, а также от того, был ли достигнут оптимальный компромисс между фискальными интересами субъектов рыночной экономики и интересами власти. Налоговая политика является своего рода индикатором общественной политики.

При недостаточной степени разработанности исследуемых понятий в современной теории налогообложения, налоговую политику определяют как подсистему экономической политики, которая реализуется в отрасли налоговых отношений. Применяя данный подход, можно определить специфические характеристики, за счет которых определено понятие налоговой политики.

Важнейшим направлением налоговой политики в долгосрочной перспективе можно назвать поддержание достаточного уровня налоговой нагрузки, при котором не будут возникать препятствия для стабильного экономического развития, а также этот уровень должен отвечать потребностям бюджета для проведения важнейших функций государства. Этот приоритет определяется в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, которую разработало Министерство экономического развития (одобрено Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г., № 1662-р). Одним из основных направлений стратегии этой концепции является усиление стимулирующего воздействия налоговой системы на экономическое развитие, при котором будет выполняться фискальная функция.

Для налоговой политики объект воздействия – это налоговые отношения, которые возникают между государством и налогоплательщиками при формировании и взимании налоговых платежей. Налоговая политика организации является моделью ее поведения в отрасли налоговых отношений, что обусловлено целями и задачами развития бизнеса в определенных параметрах внешней среды [2, с. 30].

Реализация мер по мобилизации доходной базы, помимо прочего, позволит:

- увеличить отдачу от государственных активов, тем самым способствуя повышению эффективности государственных предприятий;
- увеличить сбор ключевых налогов и снизить административную нагрузку на юридические лица (фирмы);
- повысить эффективность работы нефтегазового сектора.

Выполнение мер, направленных на повышение и приоритизацию эффективности бюджетных расходов, будет основываться как на поиске более тесных взаимосвязей между объемами бюджетных ассигнований и их результативности, так и на активном реформировании используемых инструментов проведения бюджетной политики.

Целевые направления и шаги к совершенствованию налогообложения:

1. Корректировка системы налогового федерализма;
2. Корректировка налоговой системы как единый понятный и неизменный механизм для оплаты различных платежей в отчетный годовой период;
3. Консолидирование мелких налогов; внедрение новых налоговых ставок для российских предпринимателей;
4. Урезание некоторых льгот и послаблений из налоговой системы;
5. Повышение экологических штрафов и налогов.

Налоговая политика на ближайшие два года обосновывает государственные решения инфляцией, санкциями, необходимостью вывода экономики из тени.

Основные пути совершенствования налоговой политики Российской Федерации на 2020 год:

- за счет изменения процесса администрирования доходных поступлений необходимо сократить долю теневого сектора экономики;
- для налога на прибыль необходимо предоставить инвестиционный налоговый вычет;

- внести задолженность граждан, признанных банкротами, в число безнадежных долгов, которые уменьшают налогооблагаемую базу по налогам на прибыль;
- сокращение теневого сектора экономики в результате изменения администрирования доходных поступлений;
- предоставление инвестиционного налогового вычета по налогу на прибыль;
- включение в состав безнадежных долгов, уменьшающих налогооблагаемую базу по налогу на прибыль, задолженности гражданина, признанного банкротом;
- предоставление налоговым агентам возможности уведомлять как посредством использования электронных сервисов, так и письменно налогоплательщиков НДФЛ об их невозможности удерживать налог;
- снятие ограничений по возрасту инвалидам второй или первой группы, которые находятся на обеспечении родителей, для использования налоговых вычетов по НДФЛ;
- уточнение разновидностей деятельности, в ходе осуществления которых налогоплательщики на УСН будут иметь право на использование пониженных тарифов страховых взносов;
- уточнение идентификационных признаков дистиллятов;
- улучшение порядка исчисления акцизов;
- индексирование ставок акцизов на последующий 2020 год.

Выводы. Исходя из этого, налоговая политика существенно влияет на эффективность и финансовые результаты финансово-хозяйственной деятельности государства. В целях совершенствования налогового администрирования предложено усилить контроль за осуществлением банками обязанностей по сборам и налогам, так как их своевременность и правильность обладает весьма важным значением для того, чтобы обеспечить

сбалансированность и устойчивость бюджетной системы Российской Федерации.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998. № 146-ФЗ (ред. от 19.02.2018) // Сборник законодательства Российской Федерации. – 2018. - № 34. – Ст. 25.4
2. Аронов А.В. Налоговая политика и налоговое администрирование / А.В. Аронов. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 544 с.
3. Коростелкина И.А. Методика расчета налоговой нагрузки экономических субъектов / И.А. Коростелкина. – М.: Международный бухгалтерский учет, 2014. – 151 с.
4. Александров И.М. Бюджетная система Российской Федерации: Учебник / И.М. Александров. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. - 233 с.
5. Александров И.М. Налоги и налогообложение / И.М. Александров. Учебник. – УМО. - 10-е изд. перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2011. 228 с.
6. Бюджетный процесс в Российской Федерации: Учебное пособие /Л.Г. Баранова, О.В. Врублевская и др. - М.: «Перспектива»: ИНФРА-М, 2012. - 212 с.
7. Министерство финансов Российской Федерации. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов / Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=119695.

© Василяди А.М., 2019



УДК 33

В.Г. Данилевская, Ф.И. Харисова

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ МСФО (IFRS) 15 НА ПОРЯДОК УЧЕТА ВЫРУЧКИ ПО ДОГОВОРАМ С ПОКУПАТЕЛЯМИ

Аннотация. Финансовая отчетность организаций для внешних пользователей является важнейшим источником информации об их финансовом состоянии. В настоящее время вступил в действие Международный стандарт финансовой отчетности (МСФО) (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями». В связи с этим, главной целью данной статьи является выявление основных трудностей, с которыми придется столкнуться компаниям различных отраслей экономики при переходе на данный стандарт, а также нахождение путей их решения.

Ключевые слова: МСФО, бухгалтерский учет, выручка, финансовая отчетность, договор.

Переход на МСФО (IFRS) 15, который прежде всего был направлен на обеспечение повышения качества и достоверности финансовой отчетности, с высокой степенью вероятности приведет к значительным изменениям Отчета о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе организаций, формирующих отчетность по МСФО. При переходе на МСФО (IFRS) 15 компании, признающие выручку по многокомпонентным договорам, вероятно, столкнутся с необходимостью признания ее в различных временных периодах по мере выполнения обязательств перед покупателем. Значительная часть этих изменений отрицательно скажется на динамике показателей эффективности операционной деятельности (ЕБИТ, ЕБИТДА, операционная прибыль), а также ряда финансовых показателей (коэффициент ликвидности, финансовой устойчивости, платежеспособности, рентабельности и прочие).

Основной целью разработки нового стандарта было повышение качества «первой строки финансовой отчетности», ведь традиционно МСФО отчетность начинается именно с Отчета о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе, отправной точкой которого служит выручка от реализации [2, с. 60].

Основополагающим принципом указанного стандарта является то, что компаниям следует признавать выручку, отобразив передачу товаров или предоставление услуг ее клиентам (покупателям), в той сумме, которая будет справедливо отражать право на получение возмещения (платежа) в обмен на эти предоставленные товары или услуги. Новый стандарт увеличивает количество раскрытий по выручке, делая отчетность более информативной для внешних пользователей, содержит детальные указания по ранее не жестко регламентированным сделкам (например, выручка от продажи услуг и изменения в контрактных условиях).

Новые требования касательно раскрытия финансовой информации направлены на то, чтобы пользователи финансовой отчетности имели возможность понять характер, сроки и суммы возникновения выручки и

потоков денежных средств, относящихся к договорам с покупателями. Для решения вопроса о том, когда признавать выручку и в какой сумме, организациям следует применять модель, которая известна как «модель пятиступенчатого анализа» [5, с. 2].

Согласно этой модели, выручка признается в момент передачи контроля над товарами (услугами) покупателю и в той сумме, которую организация по ее оценкам будет иметь право получить. В зависимости от того, удовлетворяются ли определенные критерии, выручка признается либо на протяжении времени (таким образом, чтобы отразить выполнение организацией договора), либо в определенный момент времени (когда контроль над соответствующими товарами или услугами передается покупателю) [1].

Модель пятиступенчатого анализа схематично можно представить следующим образом (рис. 1)

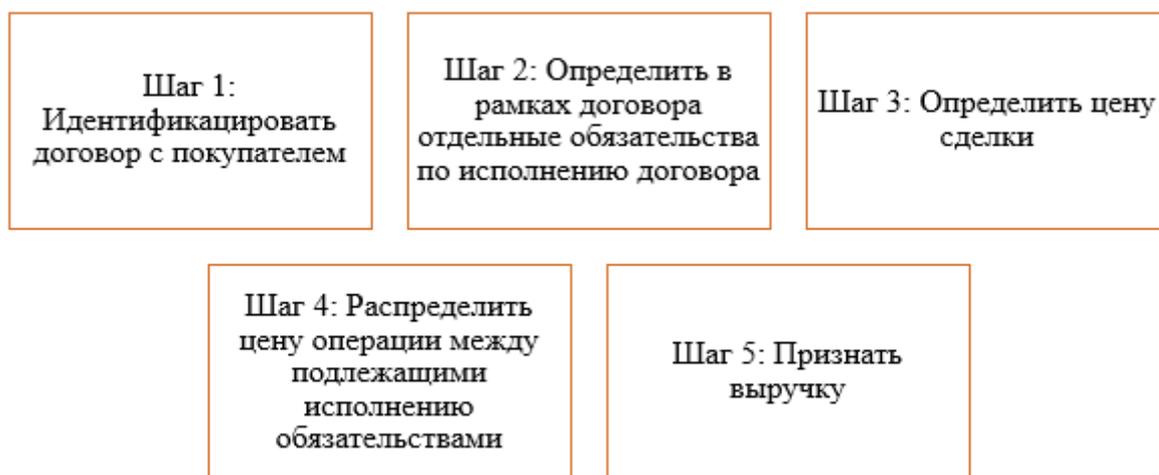


Рисунок 1. Модель признания выручки в соответствии с МСФО (IFRS) 15

Первым этапом является определение договора с покупателем и установление необходимости (или ее отсутствия) объединять для целей бухгалтерского учета два или более имеющихся договора (включая дополнительные соглашения к ним) для надлежащего отражения

экономической сущности соответствующей транзакции. В стандарте указаны следующие специальные критерии, в соответствии с которыми договор попадает в сферу применения настоящего МСФО:

- стороны подписали договор и обязуются выполнять все предусмотренные обязательства;
- имеется реальная возможность идентификации прав каждой стороны в отношении товаров, работ или услуг, которые будут переданы (реализованы);
- есть возможность идентификации условий оплаты по договору;
- коммерческое содержание договора;
- высокая вероятность получения возмещения, право на которое компания получит в обмен на товары и услуги, которые будут переданы покупателю.

На втором этапе пятиступенчатого анализа компания должна идентифицировать в качестве обязанности к исполнению каждое обязательство по исполнению договора. Обязательства по исполнению договора являются обещания стороны договора передать объект договора клиенту. Иными словами, это «компоненты» или «результаты работы» по договорам. В соответствии с новой моделью стимулы для повышения продаж посредством предоставления бесплатных товаров или программы лояльности клиентов могут быть признаны дополнительными обязательствами по исполнению договора. В этой ситуации признание выручки необходимо отложить до окончания периода выполнения таких обязательств (например, до того момента, когда клиент реализует полученные бонусы) [3].

На этапе распределения цены сделки по договору, который содержит более одного обязательства к исполнению, компании необходимо распределить цену между каждым обязательством в той пропорции, в которой предполагается исполнить каждое обязательство. В новом стандарте представлен ряд факторов, влияющих на цену договора, наиболее значимыми из которых можно считать переменную величину возмещения и наличие значительного компонента финансирования.

Важно отметить, что идентификация не всех обязанностей к исполнению приводит к неправильной оценке выручки или к ее признанию в ненадлежащем периоде. При этом не все обязанности к исполнению могут быть четко определены в договоре. Иногда покупатель имеет обоснованные ожидания в отношении предоставления «дополнительных» товаров или услуг, например, в силу традиционной практики ведения бизнеса или заявленной политики. Это является дополнительной обязанностью к исполнению, которая должна учитываться при применении МСФО (IFRS) 15 [4].

Дальнейшие действия предполагают определение цены операции для договора с покупателем, то есть суммы возмещения, право на которое компания ожидает получить в обмен на передачу обещанных товаров или услуг покупателю, за исключением сумм, полученных от имени третьих сторон. При этом ценой обособленной продажи товара или услуги будет являться цена, по которой компания продала бы покупателю обещанный товар или услугу в отдельности. Если цена договора фиксированная, то, как и ранее, нужно учесть финансовую составляющую сделки, то есть, требуется признать выручку в сумме эквивалента немедленной оплаты. Разница будет представлять собой финансовый расход или доход.

Четвертым этапом является признание выручки в момент или по мере исполнения компанией каждого договорного обязательства, то есть распределение цены сделки на конкретные обязанности. Одна из основных идей стандарта – требование распределения цены сделки на отличимые обязанности к исполнению (отличимые товары или услуги) на основе цены обособленной продажи. Выручка подлежит признанию в тот момент времени, когда клиент получает контроль над этим товаром или услугой, которые указаны в договоре. При этом факт передачи контроля над объектом договора может происходить в определенный момент времени или постепенно с течением времени. Нужно отметить, что определение момента передачи контроля в значительной степени требует профессионального суждения. При постепенной передаче контроля компания может применять

разные методы распределения суммы выручки во времени – основанные на объеме выполненных работ (например, на основе единиц поставленной продукции), или ресурсные методы (например, на основе понесенных затрат или затраченного времени) для оценки суммы выручки, подлежащей признанию [6].

Концепция признания выручки в течение периода или в определенный момент времени не является новой, однако новый стандарт предусматривает иные принципы и руководство. Организация сначала рассматривает, удовлетворяются ли критерии для признания выручки в течение периода, и если нет, то выручка признается в определенный момент времени.

К соглашениям о поставке товаров и предоставлении услуг применяются одни и те же критерии. Для признания выручки в течение периода должен соблюдаться один из следующих критериев [1]:

а) покупатель одновременно получает и потребляет выгоды, связанные с выполнением организацией указанной обязанности, по мере ее выполнения организацией;

б) в процессе выполнения компанией своей обязанности к исполнению создается или улучшается актив, контроль над которым покупатель получает по мере создания или улучшения этого актива;

в) выполнение продавцом своей обязанности не приводит к созданию актива, который организация может использовать для альтернативных целей, и при этом организация обладает юридически защищенным правом на получение оплаты за выполненную к настоящему времени часть договорных работ.

Следует отметить, что степень влияния МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» на различные сектора экономики неодинакова. Нижеприведенный график иллюстрирует потенциальное влияние МСФО (IFRS) 15 на конкретные отрасли (рис. 2) [7].

При этом, чем выше степень влияния МСФО (IFRS) 15, тем больше трудозатрат необходимо понести организации при его применении.

Рассмотрим основные сложности внедрения нового стандарта на примере нескольких отраслей.

Телекоммуникации. Для данной отрасли характерна работа с огромным количеством клиентов на индивидуальных условиях. Таким образом, основная задача будет состоять в том, чтобы идентифицировать пакетные предложения на отдельные обязательства по исполнению и распределить цену сделки. Кроме того, выручка по отдельным обязательствам по исполнению может быть признана в течение периода времени (например, план подписки на 2 года) или в определенный момент времени (например, предоставление оборудования).

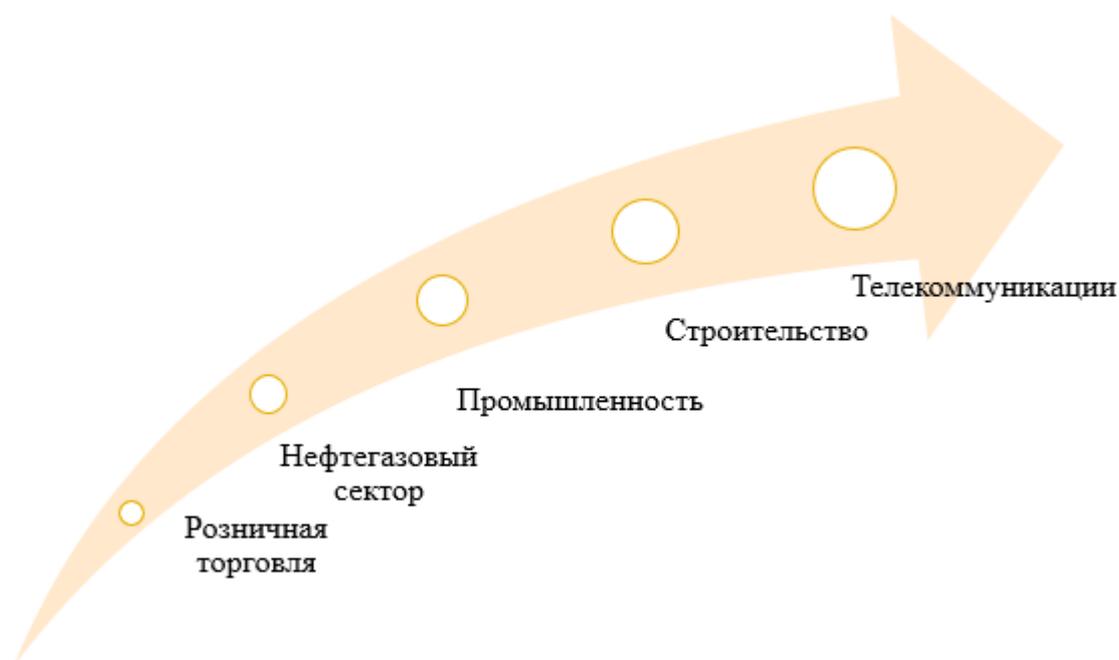


Рисунок 2. Степень влияния МСФО (IFRS) 15 на сектора экономики

В соответствии с МСФО (IAS) 18 многие операторы связи предоставляли клиентам бесплатное оборудование (телефоны, модемы, роутеры) и рассматривали это как «маркетинговые затраты» или расходы на ведение бизнеса. Согласно МСФО (IFRS) 15, это не разрешается, поскольку требуется распределить цену сделки по отдельным обязательствам по

исполнению. В этом случае операторы связи должны распределить общую цену контракта между выручкой от продажи телефона и продажей тарифа. Применение нового подхода к такого рода контрактам приводит к изменению момента признания выручки, когда большая часть дохода признается в момент передачи оборудования, а меньшая часть выручки признается по мере предоставления услуг, при этом момент признания выручки не привязан к моменту выставления счета абоненту.

Также значительно осложняет процесс признания выручки изменение условий договоров, когда клиенты меняют объем интернет-трафика или подключают новые услуги. В данном случае бухгалтеру необходимо будет оценить, будет ли такое изменение учтено ретроспективно, то есть организация должна внести корректировки входящего сальдо всех компонентов собственного капитала, на которые повлияло изменение учетной политики, начиная с самого раннего из представленных отчетных периодов, а также пересчитать сопоставимые показатели таким образом, как если бы новая учетная политика применялась всегда, или перспективно. Перспективное применение предполагает внесение изменений в отчетность за текущий и будущие отчетные периоды. Также новые договорные условия могут рассматриваться как отдельный контракт. Поскольку учет в соответствии с МСФО (IFRS) 15 более регламентирован, чем по МСФО 18, он может инициировать изменения во внутренних системах учета.

МСФО (IFRS) 15 также существенно изменил подход к отражению компонента финансирования, требуя учета такого компонента отдельно от выручки. Определяя цену операции, организация должна корректировать обещанную сумму возмещения с учетом влияния временной стоимости денег, если сроки выплат, указанные в договоре, предоставляют покупателю или организации значительную выгоду от финансирования передачи товаров или услуг покупателю. Например, контракты, по которым клиент оплачивает оборудование в рассрочку на срок более одного года или по любым долгосрочным договорам наряду с текущими услугами, могут считаться

существенным компонентом финансирования. Это означает, что компании нужно будет скорректировать цену сделки, чтобы отразить временную стоимость денег. Кроме этого, могут потребоваться значительные суждения в отношении ставок дисконтирования и внедрение систем, которые смогут обрабатывать потенциально сложные расчеты.

Строительство. Из-за характера договоров на строительство применение МСФО (IFRS) 15, вероятно, значительно усложнит учетные процессы строительных компаний. Типовые строительные контракты как правило содержат несколько обязательств по исполнению, относящихся к различным периодам (моментам) времени. Это потребует от бухгалтеров оценки того, признаются ли товары или услуги в определенный момент времени или в течение некоторого периода, возможно ли идентифицировать эти товары или услуги, или они должны быть объединены с другими товарами или услугами при признании выручки, или необходимо также выполнить дисконтирование для учета временной стоимости денег в долгосрочных контрактах.

МСФО (IFRS) 15 приводит три ситуации, при которых выручка признается в течение периода (рис. 3).

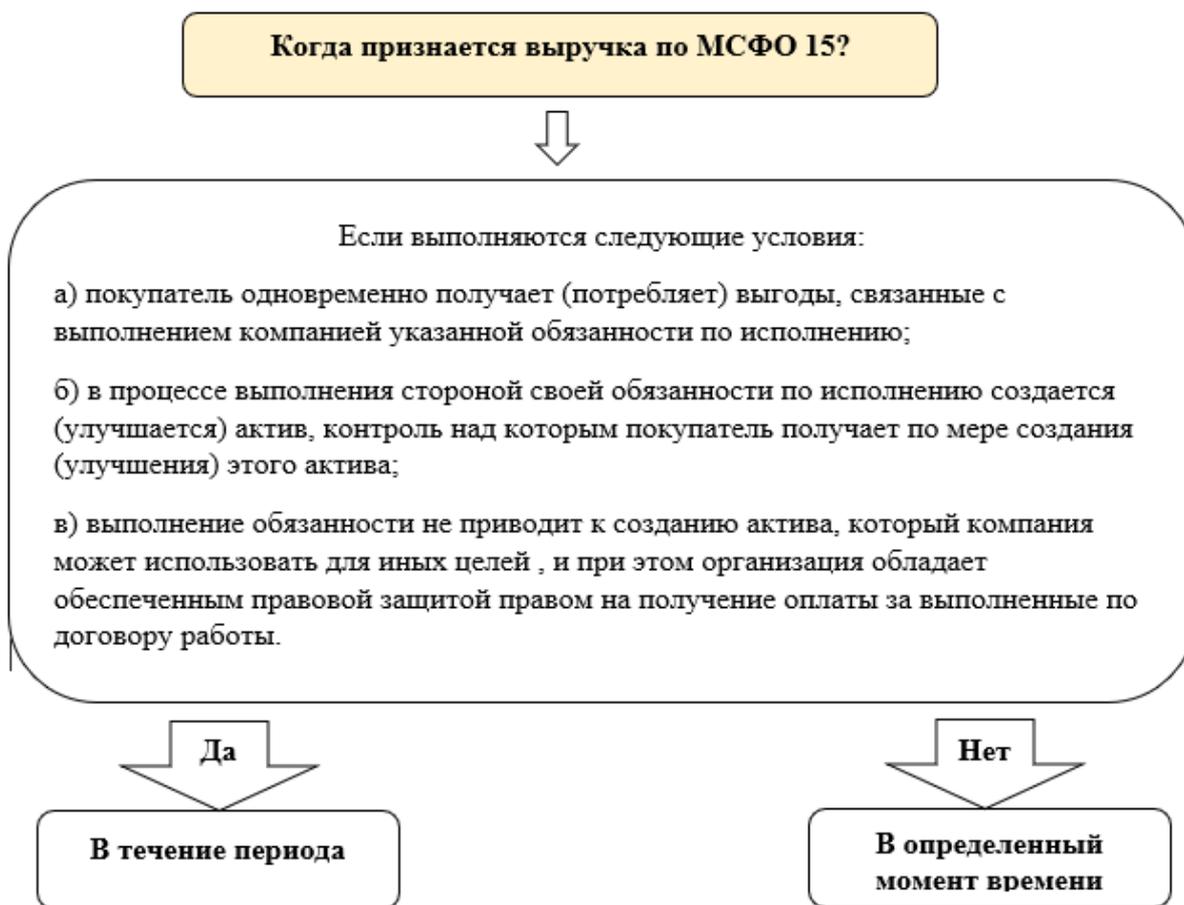


Рисунок 3. Анализ признания выручки по МСФО 15

Для строительных компаний особое значение имеет третье условие. Например, когда компания создает актив, настолько специфичный для клиента, что его было бы очень дорого или практически невозможно передать другому клиенту, и при этом заказчик был бы обязан оплатить выполненную к настоящему времени часть договорных работ, только в этом случае выручку следует признавать в течение времени. Также данное условие отсутствия альтернативного использования может быть достигнуто на контрактной основе в случае, если контракт не предусматривает передачу актива другому покупателю. Рассмотрим данный критерий на примере.

Допустим, компания ООО «Строитель» строит жилой комплекс. Все квартиры имеют одинаковую планировку и отделку, однако, могут быть спроектированы с учетом пожеланий заказчика. Компания заключает 2 договора с двумя заказчиками А и Б, оба клиента хотят приобрести почти

идентичные квартиры стоимостью 100 000 д.е. за квартиру. График платежей выглядит следующим образом:

- предоплата в размере 10% от стоимости квартиры в момент подписания договора;

- 50% – за год до планируемого завершения строительства на основании отчетов о ходе выполнения работ;

- 40% – после сдачи объекта и подписания передаточных документов.

Предполагаемый срок строительства жилого комплекса – 2 года. Компания имеет право удерживать платежи в случае невыполнения договорных условий любым из клиентов. Договоры с обоими клиентами идентичны, за исключением одного условия. В договоре с клиентом Б указано, что ООО «Строитель» не может передать квартиру другому клиенту, а клиент Б не может в одностороннем порядке расторгнуть договор.

Если клиент Б не выполняет свои обязательства по договору в соответствии с графиком, ООО «Строитель» будет иметь право в судебном порядке требовать оплаты за выполненные им работы. В соответствии с данными условиями выручка от клиента А будет признаваться в момент времени, а выручка по договору с клиентом Б – в течение времени. Условия договора с клиентом А не соответствует третьему критерию, т.к. строительная компания создает актив, который можно будет легко продать другому клиенту в случае неплатежеспособности клиента. Компания сможет удержать только первоначальный взнос клиента, который не сможет покрыть уже понесенные расходы компании. В результате ООО «Строитель» будет признавать выручку только в тот момент времени, когда квартира будет передана клиенту А.

Время признания выручки имеет большое значение, поскольку влияет на итоговые показатели финансовых результатов деятельности, что в свою очередь находит отражение в налоговых платежах, выплате дивидендов, выполнении финансовых ковенантов.

Производственный сектор. В условиях характерного для данной индустрии широкого спектра производимой продукции и контрактных условий особое внимание следует обратить на следующие вопросы.

А) Вероятность погашения задолженности.

Новый стандарт устанавливает условие, суть которого заключается в оценке предприятием вероятности получения возмещения, на которое оно будет иметь право. В случае невыполнения данного условия, предприятие не может предпринимать дальнейшие действия в отношении признания выручки

Б) Изменение контрактных условий (модификация).

Новый стандарт требует, чтобы организации учитывали изменения контракта как отдельные контракты, в случае выполнения следующих условий [7]:

- изменения приводят к добавлению «отдельных» обязательств по исполнению;

- увеличения цены контракта на сумму возмещения, которая отражает цену обособленной продажи дополнительных обещанных товаров или услуг.

Если организация производит конкретный вид продукции в больших количествах, то МСФО (IFRS) 15 все еще может оказать влияние на порядок учета выручки, пример такой ситуации рассмотрен ниже.

Допустим, компания X, производитель компьютеров, заключает контракт с университетом на поставку 300 компьютеров на общую сумму 600 000 д.е. (2 000 д.е. за компьютер). В связи с необходимыми подготовительными работами было согласовано поставлять компьютеры тремя отдельными поставками в течение следующих 3 месяцев (по 100 компьютеров в каждой поставке).

После первой поставки стороны решили внести изменения в контракт на дополнительную поставку еще 200 компьютеров. Как компания должна признать доход по данному контракту за год, закончившийся 31 декабря 201X года, если:

Сценарий 1: Цена на дополнительные 200 компьютеров была согласована на уровне 388 000 д.е., что составляет 1 940 д.е. за компьютер. Компания X предоставила скидку в размере 3% на дополнительную доставку, которая отражает обычный размер скидки за дополнительный объем, предусмотренный в аналогичных договорах с другими покупателями.

Сценарий 2: Цена на дополнительные 200 компьютеров была согласована на уровне 280 000 д.е., что составляет 1 400 д.е. за компьютер. Компания предоставила скидку 30% на дополнительную доставку, потому что надеется на дальнейшее сотрудничество с университетом.

По состоянию на 31 декабря 201X года компания поставила 400 компьютеров (300 компьютеров в соответствии с первоначальной договоренностью и 100 компьютеров в соответствии с поправкой к контракту).

Итак, по определению выручки в соответствии с МСФО (IAS) 18, выручка за реализованную продукцию учитывалась в момент поставки по справедливой стоимости вознаграждения, что равно суммам, указанным в сценарии 2 выше.

Таким образом, выручка за год, закончившийся 31 декабря 201X года составила бы:

Сценарий 1: 600 000 д.е. (первые 300 компьютеров) + 194 000 д.е. (дополнительно доставлено 100 компьютеров) = 794 000 д.е.

Сценарий 2: 600 000 д.е. (первые 300 компьютеров) + 140 000 д.е. (дополнительные 100 компьютеров) = 740 000 д.е.

Теперь рассмотрим порядок признания выручки в соответствии с МСФО (IFRS) 15.

Здесь дополнительный контракт представляет собой типичную модификацию контракта, так как изменяется количество компьютеров, а также изменяется общая цена транзакции.

В соответствии с вышеприведенными условиями для модификации контракта, основной вопрос состоит в том, отражает ли дополнительное вознаграждение цену обособленной продажи. Согласно первому сценарию

скидка 3% при дополнительной поставке действительно отражает их цену продажи, при этом изменение договора учитывается как отдельный договор, а выручка за 201X год составила бы 794 000 д.е. (600 000 д.е. от первоначального контракта на 300 компьютеров и 194 000 д.е. по модифицированному договору поставки 100 компьютеров).

Таким образом, в этом случае применение нового стандарта не оказало влияние на сумму выручки.

Сценарий 2: наличие скидки 30% при дополнительной доставке явно не отражает цену обособленной продажи компьютеров, поскольку она является исключительной и связана с общим контрактом (второе условие не выполняется). В этом случае, необходимо будет признать выручку таким образом, как если бы компания расторгла первоначальный договор и заключила новый, то есть признать доход от уже поставленных компьютеров в соответствии с первоначальным договором, а для остальных товаров из первоначального контракта и дополнительных товаров признать доход с учетом модификации. Детальный расчет представлен ниже.

В сценарии 2 изменение контракта было произведено после первой поставки, поэтому компании X необходимо признать выручку от реализации первых 100 компьютеров в соответствии с первоначальным контрактом, то есть 200 000 д.е. (100 компьютеров x 2 000 д.е. за компьютер).

Общая цена сделки для распределения после изменения договора составляет:

- 400 000 д.е., что является частью первоначального возмещения, относящегося к 200 недоставленным компьютерам (300 по контракту за вычетом 100 уже поставленных по цене 2000 за единицу);

- 280 000 д.е. – общая стоимость дополнительных 200 компьютеров.

Далее необходимо разделить полученную стоимость компьютеров после модификации (680 000 д.е.) на количество компьютеров (200 поставленных после изменения договора и 200 дополнительных компьютеров). В результате данного расчета получится цена одного компьютера в размере 1 700 д.е.

При этом общий доход, признанный в 201X году, будет равен 710 000 д.е.:

- выручка за 100 компьютеров, поставленных до изменения контракта в сумме 200 000 д.е. (по цене 2000 д.е. за единицу);

- выручка за 300 компьютеров, поставленных после изменения договора в сумме 510 000 д.е. (по цене 1700 д.е. за единицу).

Согласно МСФО (IAS) 18, выручка за 201X год составила бы 740 000 д.е., а доход, подлежащий признанию в следующем периоде, составил бы 140 000 д.е. (100 компьютеров по цене 1400 д.е.). Общая стоимость компьютеров по контракту равна 880 000 д.е.

Согласно МСФО (IFRS) 15 доход, подлежащий признанию в следующем периоде, составляет 170 000 д.е. (100 компьютеров по цене 1700 д.е. за единицу). Общая стоимость компьютеров по контракту также равна 880 000 д.е. Итог одинаков для обоих подходов, но периоды признания выручки разные, и это может существенно повлиять на конечные финансовые результаты деятельности компании.

Как видно из приведенных выше примеров, новый стандарт МСФО (IFRS) 15 может в значительной степени повлиять на порядок учета выручки в организациях различных секторов экономики. Для того, чтобы избежать множества проблем, связанных с применением данного стандарта, менеджменту организации необходимо первоначально оценить его потенциальное влияние на компанию, проанализировать имеющиеся договоры, сформировать профессиональные суждения в части сроков, величины и иных аспектов признания выручки по ним, а также разъяснять заинтересованным пользователям отчетности причины негативной динамики ряда финансовых показателей, вызванных переходом на новый стандарт.

Список литературы

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями». Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 27.06.2016, № 98н.

2. Герасименко А. Финансовая отчетность для руководителей и начинающих специалистов, 2018. – 432 с.

3. МСФО 15: Выручка в договорах с покупателями / ACCA. URL: <https://www.accaglobal.com/russia/ru/research-and-insights/vestnik-2016/ifrs15.html> (дата обращения: 10.10.2019).

4. Практическое руководство по применению новых стандартов МСФО от PricewaterhouseCoopers / PwC. URL: https://www.pwc.ru/ru/ifrs/publications/assets/prac_guide_new_ifrs_2013.pdf (дата обращения: 10.10.2019).

5. Revenue Issues In-Depth / KPMG. URL: <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/IFRS-practice-issues-revenue.pdf> (дата обращения: 10.10.2019).

6. Manufacturing Spotlight Revenue Recognition Remodelled / Deloitte. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/manufacturing/in-mfg-spotlight-revenue-recognition-remodelled-noexp.pdf> (дата обращения: 10.10.2019).

7. A closer look at IFRS 15, the revenue recognition standard / EY. URL: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-revenue-september-2019-new/\\$FILE/ey-applying-revenue-september-2019.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-revenue-september-2019-new/$FILE/ey-applying-revenue-september-2019.pdf) (дата обращения: 10.10.2019).

© Данилевская В.Г., Харисова Ф.И., 2019



УДК 334

Е.И. Дмитриева, А.О. Попова, О.С. Аксинина

КРИТЕРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье нами поднят вопрос о критериях экономической безопасности. Они очень важны для обеспечения нормального производственного функционала, так как предприятие постоянно сталкивается с рисками и угрозами. С помощью критериев создается классификация для обеспечения контроля и предотвращения стрессовых ситуаций на предприятии в целом.

Ключевые слова: экономика, безопасность, экономическая безопасность, предприятие, риски, угрозы, экономическая защищенность, критерии экономической безопасности, эффективность, хозяйствующий субъект, глобализация.

Проблема обеспечения экономической безопасности предприятия становится в данный момент актуальной, ведь она прямо связана с эффективностью функционирования хозяйствующего субъекта.

В нелегких условиях глобализации развитие предприятий во многом

зависит от возможностей «нивелирования» кризисных и посткризисных рисков и угроз, которые основаны на новейших механизмах и инструментах.

После вступления в силу Указа Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» было официально закреплено понятие экономической безопасности, что значительно повысило интерес к данной проблематике. Исходя из информации, которая содержится в данном документе, экономическая безопасность – это состояние защищенности экономики государства от внешних и внутренних угроз, обеспечивающее ее экономический суверенитет, а также единство экономического пространства и условия реализации долгосрочных национальных приоритетов. Однако, это определение характеризует экономическую безопасность на макроуровне (уровень государства), в то время как в нормативных актах отсутствует понятие экономической безопасности для микроуровня (уровня предприятия) [1, п. 7, раздел I «Общие положения»].

Для того, чтобы дать характеристику экономической безопасности на микроуровне, необходимо обратиться к специальным научным трудам. Так, например, В.К. Сенчагов говорит об экономической безопасности предприятия, как об обеспечении наиболее эффективного использования ресурсов экономического субъекта для предотвращения рисков и формирования специальных условий для устойчивого функционирования важнейших элементов системы [2, с. 72].

Н.В. Манохина считает, что экономическая безопасность предприятия – это присутствие конкурентных преимуществ, которые предопределены соответствием правового, кадрового, финансового, технико-технологического потенциалов и организационной структуры по долгосрочным целям и задачам [3, с. 107]. Н.П. Кириллов также не оставил данную тему без внимания, считая, что экономическая безопасность – это как путь устранения опасности, который грозит деятельности предприятия извне [6, с. 633].

Таким образом, проанализировав мнения исследователей, мы пришли к мнению, что экономическая безопасность предприятия – это форма, способ и результат воспроизведения и разрешения противоречий между экономической защищенностью и незащищенностью внутренней и внешней среды предприятия в пользу стабильной тенденции его эффективного развития [6, с. 633].

Нельзя не отметить, что угрозы на предприятии могут исходить от сотрудников. Прямой или косвенный вред экономической безопасности предприятия со стороны сотрудников может быть выражен в хищениях имущества, в передаче документов и разработок конкурентам, в копировании программ и данных, в использовании ресурсов предприятия в собственных целях, в недостаточности технической базы для обеспечения охраны и безопасности [7, с. 89]. Важнейшим элементом исследования экономической безопасности является выбор определенного критерия. Под критерием экономической безопасности понимается признак или сумма признаков, по которым можно судить о том, что предприятие находится в экономической безопасности. Если назначение критерия сводится только к констатации экономической безопасности предприятия, то в этом случае неизбежна субъективность оценки [4, с. 159].

К основным критериям экономической безопасности на уровне хозяйствующего субъекта могут относиться следующие:

- моделирование воздействия угрожающих факторов на жизнеспособность предприятия;
- оценка состояния и динамика развития предприятия;
- выявление рискообразующих факторов;
- разработка и реализация мероприятий по устранению выявленных угроз.

Но следует заметить, что каждый экономический субъект вправе разрабатывать свои внутренние критерии, непосредственно уместные для него и соответствующие его сфере деятельности, а также угрозам, которые

необходимо предотвратить или искоренить на конкретном предприятии. В увязке с конкретными критериями формируются и определённые индикаторы экономической безопасности, которые позволяют анализировать экономическое состояние субъекта на разных этапах его жизнедеятельности (стабильном, предкризисном, кризисном и критическом), что способствует скорейшему выявлению и возможному предотвращению критических ситуаций и угроз на предприятии. Под индикаторами экономической безопасности понимаются нормативные характеристики и определённые показатели, которые отвечают определённым требованиям, перечисленным ниже:

- они отражают угрозы в количественной форме;
- обладают высокой изменчивостью и чувствительностью, что позволяет своевременно заметить сигналы об изменении положения;
- выполняют функцию индикаторов в совокупности.

Специалисты выделяют следующие основные группы индикаторов:

- финансовые индикаторы – это показатели ликвидности, деловой активности, финансовой устойчивости, рентабельности и т. д.;
- индикаторы взаимоотношений с контрагентами, которые позволяют оценить качество поставок продукции, долю рынка, индекс лояльности клиентов и т. д.;
- индикаторы производства – отражают показатели динамики производства (стагнация, рост), фондоотдачи, фондовооружённости труда, индекса роста основных средств, коэффициента выбытия, а также с их помощью анализируется структура и взаимосвязь фондов рабочего времени оборудования, ритмичность, рентабельность производства и т. д. [8, с. 416]. Несомненно, предприятие может самостоятельно выбрать систему индикаторов, отталкиваясь от своей цели и необходимого эффекта, используя при этом адекватную оценку своей экономической безопасности.

Следует заметить, что для экономической безопасности особое значение имеют предельные значения показателей. Их несоблюдение препятствует

стандартному развитию различных элементов воспроизводства, что приводит к возникновению отрицательных и разрушительных тенденций в системе экономической безопасности [5, с. 175]. Наивысшая степень безопасности достигается, если вся система показателей находится в пределах допустимых границ своих пороговых значений, а пороговые значения одного показателя достигаются не в ущерб другим. Но не стоит забывать, что на состояние экономической безопасности организации, несомненно, влияют и внешние угрозы, возникающие за ее пределами, и как показывает практика, именно они, являются важнейшими источниками опасностей для деятельности субъекта. Самыми распространёнными внешними угрозами, по мнению исследователей, являются незаконные проверки контролирующих органов, незаконные решения относительно дальнейшей деятельности предприятия со стороны государственных органов, незаконные действия конкурентов: финансовое подавление, психическое подавление, промышленный шпионаж, переманивание значимого персонала, юридическое воздействие, срыв сделок и иных соглашений, прямое физическое воздействие, компрометация деятельности фирмы; парализация деятельности фирм с использованием полномочий государственных органов, средств массовой информации; рейдерские атаки; действия мошенников [9, с. 169]. Безусловно, существуют и внешние критерии экономической безопасности, помогающие бороться с внешними угрозами хозяйствующего субъекта. Таковыми могут быть те, которые оценивают:

- состояние производственного процесса и степень его технологической зрелости;
- состояние финансово-кредитной системы и её влияние на эффективность использования ресурсного потенциала;
- эффективность функционирования капитала и труда, степень их соответствия общемировым тенденциям (производительность, фондоотдача, фондоемкость, конкурентоспособность и т. д.);

– состояние ресурсного потенциала, особенно технологической и возрастной структуры средств производства, эффективность инвестиционной и инновационной политики.

Таким образом, для повышения эффективности работы предприятий необходимо грамотно выбирать те или иные методы борьбы, используя при этом рациональные программы и проекты по модернизации производства, внедрению новейших технологий, необходимо активизировать работу по предупреждению банкротства. Это становится невозможным без правильно подобранных критериев и индикаторов экономической безопасности, которые способствуют минимизации угроз как с внешней, так и с внутренней стороны.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017, № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».
2. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность России: Учебник / В.К. Сенчагов. – 2-е изд. – М.: Дело, 2005. – 896 с.
3. Манохина Н.В. Экономическая безопасность: учеб. пособие / Н.В. Манохина. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 320 с.
4. Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства. Монография. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник». Гриф НИИ образования и науки / Е.И. Кузнецова. — М.: ЮНИТИ, 2017. — 239 с.
5. Суглобов А.Е. Экономическая безопасность предприятия: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Экономическая безопасность» / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с.
6. Уразгалиев В.Ш. Экономическая безопасность: учебник и практикум для вузов / В.Ш. Уразгалиев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 675 с.
7. Гусев В.С. Экономика и организация безопасности хозяйствующих субъектов / Учебник. — СПб.: ИД «Очарованный странник», 2010.
8. Киселева И.А., Симонович Н.Е., Косенко И.С. Экономическая безопасность предприятия: Особенности, виды, критерии оценки // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2018 – 496 с.
9. Ермолаев Д.В. Угрозы экономической безопасности предприятия // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2012. – 319 с.

© Дмитриева Е.И., Попова А.О., Аксинина О.С., 2019



О.Г. Иванченко, А.Н. Григорьева, Е.С. Иванченко

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ И БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

Аннотация. В статье рассмотрены финансовые инструменты, направленные на расширение финансирования развития бизнеса в условиях сформировавшихся ограничений привлечения кредитных ресурсов. Особое место уделено институтам государственной поддержки инвестиционной деятельности предпринимательства, а также программам поддержки бизнеса в форме гарантий, поручительств и субсидирования процентных ставок. Показано их влияние на кредитование экономики на примере Хабаровского края Дальнего Востока.

Ключевые слова: предпринимательство, кредитование, инвестиции, институты развития, меры поддержки бизнеса.

В условиях сформировавшихся ограничений кредитования экономики большую роль приобретают другие источники финансирования и государственной поддержки развития предпринимательства, прежде всего, через институты развития. К числу институтов государственных поддержки развития предпринимательства относятся особые режимы хозяйствования, а также институты с государственным участием, в том числе распространяющиеся на отдельные территории Российской Федерации (далее – РФ). На Дальнем Востоке действуют особые режимы ведения предпринимательской деятельности: территории опережающего развития, свободный порт, которые предполагают набор существенных налоговых льгот для резидентов [1, с. 135 – 136].

Перед российской экономикой, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [2], были поставлены амбициозные цели. Финансовая поддержка бизнеса выступает главным источником ее роста. Участие кредитных

организаций и институтов развития предусмотрено национальными проектами «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», «Международная кооперация и экспорт», «Жильё и городская среда», «Производительность труда и поддержка занятости» и другими. Однако эффективность привлечения финансовых ресурсов институтов развития, кредитных средств остается невысокой, хотя число форм поддержки развития бизнеса, прежде всего, государственных из года в год прирастает. В настоящее время в стране действуют более 30 федеральных институтов развития, оказывающих финансовую и нефинансовую поддержку бизнесу, а также сотни региональных организаций развития и поддержки инвестиционной, предпринимательской, экспортной деятельности в субъектах РФ. Финансовая поддержка предприятий и индивидуальных предпринимателей, работающих на Дальнем Востоке, осуществляется федеральными институтами развития – АО «Корпорация МСП», Фондом развития промышленности, АО «Фонд развития Дальнего Востока и Байкальского региона», Российским фондом прямых инвестиций, Фондом «Роснано», Российской венчурной компанией, фондом «Сколково», Дальневосточным фондом высоких технологий, Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд Бортника) и другими.

Кредитные организации в своей деятельности преимущественно взаимодействуют с АО «Корпорация МСП», Фондом развития промышленности, Российским экспортным центром (ЭКСПАР), Внешэкономбанком, АО «ДОМ.РФ», АО «Фонд развития Дальнего Востока и Байкальского региона», а на региональном уровне – с региональными гарантийными организациями (РГО), фондами поддержки малого предпринимательства, региональными фондами развития промышленности, другими. Исторически сложившийся механизм взаимодействия банков и институтов развития связан с предоставлением государственных гарантий и поручительств за заемщика и обеспечивает разделение рисков при

кредитовании заемщиков (проектов). Банк России по таким кредитам осуществляет дополнительную поддержку через уменьшение размера формируемых резервов на полученное поручительство/гарантию или страховку ЭКСАР, другую.

Только по Программе стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) АО «Корпорация МСП» за 2018 год, например, в Хабаровском крае привлечено кредитных ресурсов на общую сумму 2 183,5 млн. руб., что почти в 18 раз превышает аналогичный показатель за 2017 год (124,1 млн. руб.). В 2018 году программами АО «МСП Банк» воспользовались 7 субъектов МСП на общую сумму 2,7 млрд. руб. (в 2017 году поддержку получили 9 субъектов МСП в размере 2,3 млрд. руб.).

АО «Фонд развития Дальнего Востока и Байкальского региона» реализует программу «Доступный кредит для МСП». За 2018 год в Хабаровском крае оказана поддержка 6 субъектам МСП края на общую сумму 22,1 млн. руб. (по итогам 2017 года поддержан 51 субъект МСП на общую сумму 1,5 млрд. руб.).

Значительную долю на рынке приобретают различные программы субсидирования кредитным организациям недополученных доходов по кредитам, выданных по льготным ставкам. Программы администрируются в основном профильными министерствами (в том числе Министерством сельского хозяйства РФ, Министерством промышленности и торговли РФ, Министерством экономического развития РФ), а в отдельных случаях предусмотрено совместное с институтами развития администрирование, например, в программе субсидирования льготного кредитования субъектов МСП.

В отличие от кредитно-гарантийной поддержки, данный механизм не предполагает разделения рисков между частным и государственным сектором, он является развитием ранее существовавших программ, которые предполагали выплату субсидии на компенсацию части уплаченных банковских процентов напрямую заемщикам из приоритетных сегментов. В текущем варианте банк отвечает за проверку соответствия заемщика условиям программы.

С 1 января 2017 г. в стране запущена система льготного кредитования сельскохозяйственных товаропроизводителей, организаций и индивидуальных предпринимателей (ИП), осуществляющих производство, первичную и (или) последующую (промышленную) переработку сельскохозяйственной продукции и ее реализацию (далее – организации АПК) по ставке 1–5%. Объем субсидий утверждается ежегодно Министерством сельского хозяйства РФ. По краткосрочным кредитам (на проведение полевых работ, приобретение кормов) объем субсидий утверждается с распределением по субъектам РФ. Так, в Хабаровском крае в 2018 году Министерством сельского хозяйства РФ одобрены 32 заявки (19 заемщикам) на получение льготных краткосрочных кредитов на общую сумму 675,5 млн. руб. (в 1,9 раза больше, чем в 2017 году), соответствующая сумма субсидии на год – 18,1 млн. руб. По инвестиционным кредитам распределение средств по субъектам РФ не предусмотрено (принцип – заявительный характер). В 2018 году одобрены 3 заявки на получение льготных инвестиционных кредитов на общую сумму 809,6 млн. руб. (в 2 раза меньше, чем в 2017 году), соответствующая сумма субсидии на год – 2,0 млн. руб. Заемные средства привлечены на приобретение сельскохозяйственной техники (комбайн), птицеводческого оборудования. Однако возможности кредитования сельскохозяйственных производителей ограничены отсутствием ликвидного залогового имущества.

С 1 января 2018 г. в соответствии с постановлением Правительства РФ от 30 декабря 2017 г. № 1706 при поддержке Министерства экономического развития РФ реализуется программа льготного кредитования (Программа 6,5) [3]. Однако данная программа поддержки, несмотря на большие надежды, не приобрела массового характера. В 2018 году по Программе 6,5 оказана поддержка только 68 субъектам МСП на общую сумму 4 799,6 млн. руб.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 30 декабря 2018 г. № 1764 в 2019 году продолжается предоставление льготных кредитов субъектам МСП при поддержке Министерства экономического развития РФ [4]. В 2019 году предприниматели получали кредиты в уполномоченных банках по ставке

8,5 %. Кредит можно было взять на инвестиционные цели до 1 млрд. руб. на срок до 10 лет и на оборотные цели — до 100 млн. руб. на срок до 3 лет. С 8 мая 2019 года Министерство экономического развития РФ упростило правила доступа к льготному кредитованию малого бизнеса по совместной программе субсидирования, реализуемая Министерством экономического развития РФ и АО «Корпорация МСП». Учитывая потребности компаний в небольших суммах льготных кредитов, снижен размер минимального кредита с 3 млн. руб. до 500 тыс. руб. для субъектов МСП, в том числе микропредприятий; повышен максимальный размер кредита на пополнение оборотных средств со 100 млн. руб. до 500 млн. руб.; для заемщиков, получающих кредит на инвестиционные цели в сфере туризма, максимальный размер может составлять до 2 млрд. руб.; предусматривается повышение максимальной ставки субсидирования для банков до 3,5 % в зависимости от объемов кредитования. Это позволило увеличить выдачи льготных кредитов субъектам МСП на реализацию приоритетных проектов, в том числе в сфере туризма, и повышения производительности труда. Данная программа значительно повысила эффективность механизмов льготного кредитования субъектов МСП и значительно расширило число участников. Например, в Хабаровском крае число выданных кредитов в 2018 году составило 82, а за 9 месяцев 2019 года – почти 120.

По мере расширения объема гарантийной поддержки в сегменте малого и среднего предпринимательства перед Корпорацией МСП в рамках отстройки Национальной гарантийной системы (НГС, включает непосредственно Корпорацию МСП, АО «МСП Банк», РГО) встали сложные вопросы унификации запрашиваемых документов и процедур в региональном разрезе, форм поручительств, а также необходимости валидации систем управления рисков банков для исключения двойного андеррайтинга кредитов. Поэтому возрастает роль региональных институтов развития, и остается актуальной банковская конкуренция за возможность работы с региональными институтами поддержки инвестиций и бизнеса.

Как следствие, в 2018 году Гарантийным фондом Хабаровского края предоставлено 114 поручительств на сумму 508,5 млн. руб. для привлечения 1,7 млрд. руб. кредитных ресурсов на развитие бизнеса (на 29 % больше кредитных ресурсов, чем в 2017 году). За I квартал 2019 года предоставлено 25 поручительств на сумму 139,3 млн. руб., что позволило субъектам МСП привлечь кредитных ресурсов на сумму 787,9 млн. руб. (в 4 раза больше кредитных ресурсов, чем за аналогичный период 2018 года). В свою очередь, НО «Фонд развития промышленности Хабаровского края» зарегистрированы 7 заявок. В январе – апреле 2019 года зарегистрированы 2 заявки.

В совокупности можно утверждать, что кредитование юридических лиц и ИП, зарегистрированных в Хабаровском крае, прирастало с расширением механизмов и инструментов институтов развития бизнеса, что можно проследить на примере Хабаровского края (см. таблицу 1).

Таблица 1

**Кредитование юридических лиц и ИП,
зарегистрированных в Хабаровском крае, в 2013-2018 гг. [5]**

Показатель	2013	2015	2016	2017	2018
Объем кредитов ² , млн руб.	264 137	166 307	160 461	167 508	255 151
Задолженность по кредитам ³ , млн руб.	184 061	259 903	251 735	217 091	242 223
Просроченная задолженность по кредитам					
- млн руб.	14 619	37 714	35 995	32 105	34 466
- % в сумме задолженности по кредитам	7,9	14,5	14,3	14,8	14,2

Значительную долю на рынке приобретают различные программы субсидирования кредитным организациям недополученных доходов по кредитам, выданных по льготным ставкам. Программы администрируются в основном профильными министерствами (в том числе Министерством

²Объем кредитов, выданных банками. Приводится нарастающим итогом с начала года.

³Данные об остатках на счетах по учету задолженности (включая просроченную задолженность) по кредитам (совокупная задолженность по кредитам с учетом выданных ранее).

сельского хозяйства РФ, Министерством промышленности и торговли РФ, Министерством экономического развития РФ), а в отдельных случаях предусмотрено совместное с институтами развития администрирование, например, в программе субсидирования льготного кредитования субъектов МСП. В отличие от кредитно-гарантийной поддержки, данный механизм не предполагает разделения рисков между частным и государственным сектором, он является развитием ранее существовавших программ, которые предполагали выплату субсидии на компенсацию части уплаченных банковских процентов напрямую заемщикам из приоритетных сегментов. В текущем варианте банк отвечает за проверку соответствия заемщика условиям программы. Вместе с тем, с того момента как получателем субсидии перестает быть заемщик, и она начинает перечисляться напрямую кредитной организации как возмещение выпадающих доходов из-за применения льготной ставки, актуальным становится вопрос отбора банков в программу. Значительный бюджет нацпроектов (например, в рамках субсидируемого льготного кредитования субъектов МСП предполагается выдать в 2019 году 1 трлн. руб.), или существенно нерыночные условия льготного кредитования (конечная ставка для сельхозтоваропроизводителей составляет 1-5%) искажают банковскую конкуренцию. При этом в каждой программе установлены собственные критерии для допуска банков, в связи с чем заемщику, претендующему на участие в программах льготного кредитования, необходимо ориентироваться на списки банков, допущенных в ту или иную программу субсидирования.

Программы субсидирования льготного кредитования разнятся и в части подходов к определению конечной ставки для заемщика и размера субсидии для банков – фиксированный или плавающий. Крупнейшая по бюджету Программа субсидируемого льготного кредитования субъектов МСП в 2019 – 2024 годах подразумевает фиксированные ставки, что ограничивает возможность инвестиционного кредитования из-за процентного риска. В отсутствии достаточного объема длинных денег, особенно у банков, не

являющихся крупнейшими, они не готовы принимать процентный риск при долгосрочном низкомаржинальном кредитовании по фиксированной ставке в рамках Программы и концентрируются на предоставлении оборотных кредитов по ней. В Программе также не предусмотрено никаких различий по количеству заполняемых банками форм, отчетности, документов в отношении субъектов микробизнеса по сравнению со средним бизнесом. Соответственно, банкам выгоднее освоить лимит, выдав кредиты несколькими крупными траншами, а не нести существенные операционные издержки на документооборот по микро-кредитам. Для обеспечения доступности поддержки по Программе установлена квота на микропредприятия (10%), а также на долю инвестиционных кредитов.

Еще одним традиционным направлением деятельности институтов развития является обеспечение доступности длинных денег. Агентство ипотечного жилищного кредитования АИЖК (ныне – ДОМ.РФ) сформировало рынок ипотечных ценных бумаг. АО «МСП-Банк» в 2018 году организовал первую сделку мультиоригинаторной секьюритизации кредитов субъектам МСП. Фабрика ВЭБ, запущенная Внешэкономбанком для финансирования крупных инвестиционных кредитов, сочетает элементы синдикации, секьюритизации и государственной гарантии части процентного риска. При этом, несмотря на существующий в банковской системе профицит ликвидности, данные инструменты востребованы, поскольку вопросы процентного риска приобретают все большее внимание как регулятора, так и банков на фоне снижения маржинальности.

Список литературы

1. Иванченко О.Г., Иванченко Е.С. Источники финансирования развития реальной экономики // Вестник ТОГУ. - 2017. - № 3. - С. 129-140.
2. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс]: Указ Президента Российской Федерации от 07 мая 2018 г. № 204 (ред. от 19.07.2018). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным субъектам малого и среднего предпринимательства на реализацию проектов в приоритетных отраслях по льготной ставке [Электронный

ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.2017 N 1706 (ред. от 13.04.2019). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

4. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2019 - 2024 годах субъектам малого и среднего предпринимательства по льготной ставке [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.2018 N 1764 (ред. от 18.09.2019). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

5. Сведения о размещенных и привлеченных средствах [Электронный ресурс]: Сайт Банка России. Режим доступа: <https://cbr.ru/statistics/pdco/sors/> (дата обращения: 01.09.2019).

© Иванченко О.Г., Григорьева А.Н., Иванченко Е.С., 2019



УДК 331.101.2

Ю.О. Кузнецова, М.С. Сафарли

РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Актуальность темы исследования обоснована значительной ролью предприятий в экономике России. Связано это с тем, что от деятельности предприятий в бюджеты всех уровней поступает значительная часть финансовых ресурсов, они активно создают новые рабочие места для населения, что в свою очередь приводит к росту уровня жизни населения и экономики страны в целом. В статье определена роль предприятий в развитии современной рыночной экономики. Кроме того, в статье раскрывается, что представляет собой предприятие и сама предпринимательская деятельность, определены основные субъекты малого бизнеса, его преимущества и проблемы, которые он способен решить.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, малое предпринимательство, признаки предпринимательства, рыночная экономика.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации, предпринимательская деятельность (бизнес) – это самостоятельная профессиональная деятельность, осуществляемая на свой риск, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг [1].

Сегодня в России критерии отнесения предприятия к малому бизнесу устанавливаются Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [2].

Данный закон устанавливает предельное значение численности работников малого предприятия (до 100 человек). Деление предприятий по выручке было обусловлено тем, что имеются компании, в которых трудится всего 2 – 3 человека, но их суточный оборот достигает миллионов. К таким предприятиям относятся, например, трейдинговые компании, которые занимаются торговлей ценными бумагами, акциями и т. д.

Так, в виду развития и широкого распространения предприятий, предприниматели выбирают для себя наиболее выгодные направления развития деятельности, в которых, по их мнению, предприятие сможет достичь больших успехов и стать наиболее конкурентоспособным по отношению к остальным (рис.1).

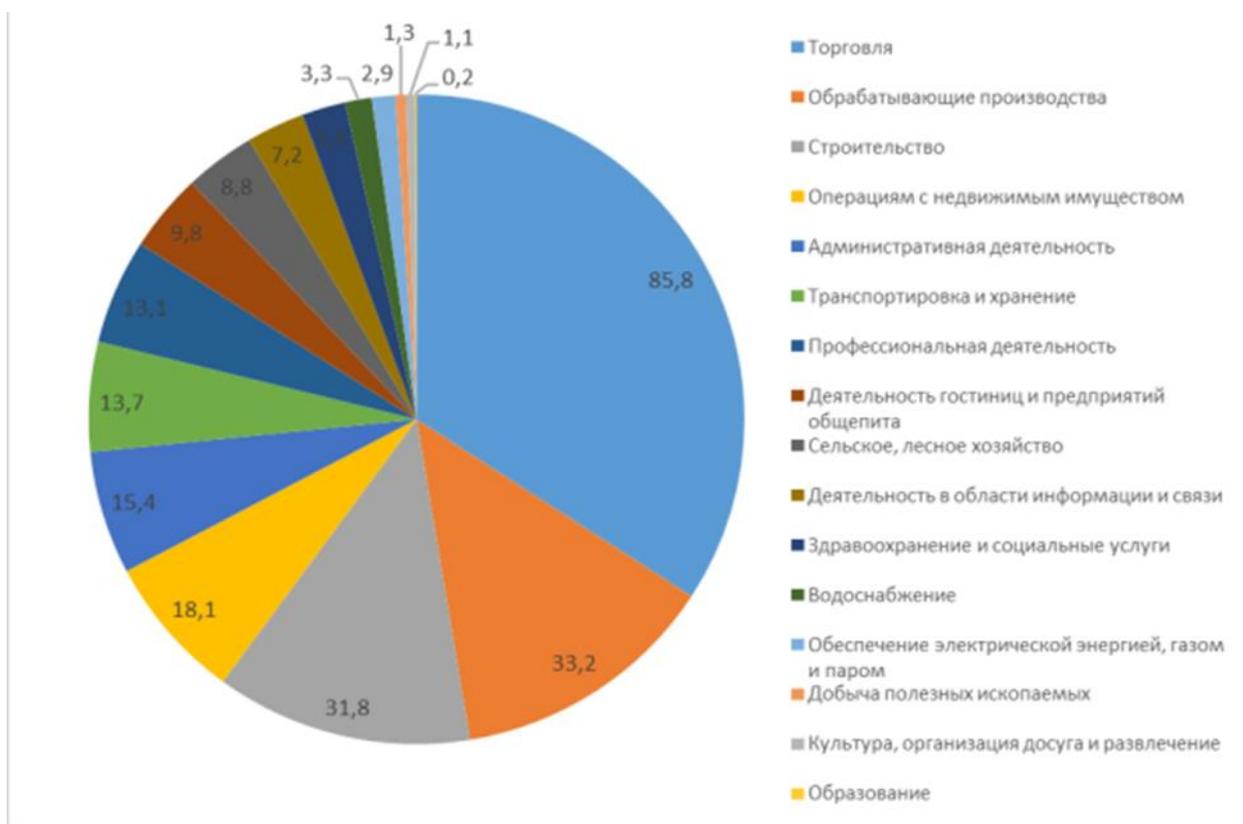


Рисунок 1. Число предприятий по видам экономической деятельности в 2018 г., тыс. [4]

Можно сделать вывод, что лидирующие позиции среди сфер деятельности малого бизнеса занимают торговля оптовая и розничная, обрабатывающие производства и сфера строительства. Каждая из сфер в процентном соотношении составляет 33,4; 12,9 и 12,4 соответственно. Наименее численными сферами малого бизнеса выступают сфера добычи полезных ископаемых, деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений, а также сфера образования, каждая из которых составляет в процентном отношении — 0,5; 0,4 и 0,1 соответственно.

Согласно пункту 1 статьи 3 указанного закона, к числу малых и средних предпринимателей (МСП) относят также индивидуальных предпринимателей: «субъекты малого и среднего предпринимательства – хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные ... к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям» [2].

Стоит отметить, что малые и средние предприятия преобладают в отраслях, связанных с производством потребительских товаров и оказанием услуг. Это связано с рядом их преимуществ в сравнении с крупным бизнесом, таких как:

- возможность привлечения большого количества людей в рабочий процесс;
- высокая возможность адаптации на рынке товаров и услуг;
- повышенная восприимчивость к появляющимся нововведениям;
- малочисленный состав управленческого персонала;
- возможность овладевать и вводить новшества, которые могут быть рискованны для крупных бизнес-подразделений [5].

Согласно части 1 Гражданского Кодекса Российской Федерации, индивидуальные предприниматели – это физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью. Они не являются юридическими

лицами, но при этом, согласно гражданскому и предпринимательскому праву, являются коммерческими организациями.

Стоит отметить, что в численный состав работников данного типа предпринимательства относят как непосредственно самого предпринимателя, так и его наемных работников. Кризисные явления в стране привели к значительному численному сокращению предприятий малого бизнеса, которые были вынуждены на время или полностью прекратить свою деятельность, либо стали вести бизнес, используя нелегальные способы. В результате существенно сократилась численность занятых на малых предприятиях, снизился оборот, сократился объем инвестиций в основной капитал на малых предприятиях. Основными мерами, направленными на поддержание работоспособности малых предприятий в нынешних условиях, являются увеличение финансовой и имущественной поддержки малого бизнеса, стимулирование спроса на товары и услуги малых предприятий, усиление информационной поддержки предпринимателей. Согласно опыту зарубежных развитых стран, значение малого предпринимательства, выражается в том, что его развитие имеет ряд важных преимуществ перед другими хозяйствующими субъектами (рис. 1).

Преимуществами малого предпринимательства является то, что малый бизнес способен быстро адаптироваться к быстрым изменениям рынка, оказывает существенное влияние на региональное развитие, способен генерировать и внедрять технические и организационные нововведения.

В тесной взаимосвязи с крупным бизнесом малый бизнес создает базу для устойчивого развития страны и увеличения конкурентоспособности ее экономики. Малые предприятия (МП) создаются в тех нишах, которые обеспечивают полноценное функционирование современного общества и хозяйства [3].

Предпринимательство связано с получением высокой материальной выгоды. Однако, это не говорит о том, что предпринимательством могут заниматься все желающие. В странах с развитой рыночной экономикой на

предпринимательскую деятельность приходится от 5 до 10%, что обусловлено рядом следующих объективных причин:

- Предпринимательство связано с достаточно высоким уровнем риска. При наличии высокого уровня конкуренции любой предприниматель может разориться;

- Не все люди имеют необходимые для реализации предпринимательской деятельности интересы, цели и устремления. Есть множество людей, которые предпочитают быть наемными работниками крупного предприятия или государства.

Значимая особенность нынешнего состояния экономики России в последние десять лет выражается в формировании новой институциональной архитектоники и конфигурации. Предприятия-гиганты заменяются малыми и средними предприятиями. Малый бизнес достаточно быстро приспосабливается к меняющимся на рынке требованиям, обеспечивает важнейший вклад в региональное развитие, может активнее внедрять инновации.

Таким образом, деятельность предприятия – это, в первую очередь, интеллектуальная деятельность достаточно энергичного и инициативного предпринимателя, который, обладая определенными материальными ценностями, организует свой бизнес. Предприниматель извлекает пользу для самого себя и, тем самым, действует во благо общества. Успешное развитие российской экономики напрямую зависит от развития предпринимательства.

Результативность предпринимательской деятельности обеспечивается определенным уровнем знаний, практикой, необходимыми материальными средствами и психологическими качествами личности. В настоящее время для восстановления экономического роста в стране требуется корректировка комплекса мер, используемых для достижения ранее поставленных целей развития страны. Добиться повышения экономического роста возможно с помощью выполнения двух главных задач стимулирования: обеспечения потребительского спроса и увеличения инвестиций в реальный сектор

экономики [4]. Указанные установки обеспечения потенциала роста напрямую связаны с разработкой и внедрением направлений стабилизации условий деятельности малого бизнеса и восстановления уровня доверия представителей предпринимательства к государству. Рассматривая вопросы значения предприятий малого бизнеса в развитии современной рыночной экономики, стоит отметить, что роль малого бизнеса в России значительно ниже его роли в странах с развитой экономикой. Так, вклад малого бизнеса в ВВП в России по разным оценкам составляет 18 – 22%, а не 50 – 60% как в зарубежных странах с рыночной экономикой. При этом в данном секторе трудится не 50 – 60% занятых согласно западному опыту, а около 23% с учетом индивидуальных предпринимателей, количество которых превышает численность малых предприятий. Но и такая доля предпринимателей для России является огромным ресурсом: малым бизнесом занимается более 16 млн. чел., что приводит к формированию еще большего количества рабочих мест, росту размера заработной платы и тем самым стимулированию потребительского спроса [4].

Проводимый в разные периоды времени эконометрический анализ статистических данных по отчётности разных российских регионов подтвердил предположение о том, что уровень развития малого бизнеса в регионах России влияет на факторы, от которых в свою очередь напрямую зависит экономический рост. Сегодня более половины малого бизнеса в России работает в сфере торговли и услуг. Рост доходов населения провоцирует рост спроса на продукцию малого бизнеса. В свою очередь, это приводит к увеличению количества создаваемых новых предприятий и рабочих мест и, следовательно, росту доходов. В то же время снижается спрос на продукцию малого бизнеса среди населения с низкими доходами и уровнем жизни. В результате предприятия начинают сокращать свою деятельность, а доходы населения начинают снижаться еще больше. Кроме того, степень развития малого бизнеса существенно влияет на факторы, обеспечивающие потребительский спрос. В свое время В. Леонтьев в одном из последних своих

интервью подчеркивал: «Россию на ноги поставит дух предпринимательства – других средств нет» [4]. Ввиду этого стимулирование и развитие малого бизнеса необходимо рассматривать как действенную меру, способную восстановить экономический рост и пережить кризисные явления в экономике страны. На малый бизнес возлагаются большие надежды по развитию российской экономики, созданию новых рабочих мест, обеспечению базовых налоговых поступлений в бюджет и т. д. За всю историю развития малого бизнеса предпринималось множество различных мер его поддержки в форме создания необходимой законодательной базы и условий для экономического роста, однако все эти меры пока так и не принесли должного результата по развитию малого бизнеса в России.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая, в ред. от 31 января 2016 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. № 32. Ст. 3301.
2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007, N 209-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2007. N 31. Ст. 4006.
3. Афанасьева Ю.Л. Юридические лица: учебное пособие. Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2017. – с. 96.
4. Ивантер В.В. Стратегия перехода к экономическому росту // Проблемы прогнозирования. 2016. № 1. С. 3-7.
5. Митюкова Д.Э., Макарычева Е.И. Роль малого бизнеса в экономике России // Молодой ученый. — 2019. — № 15. — С. 215-217.
6. Россия в цифрах. 2018: Крат. стат. сб. / Росстат. М., 2018. – 522 с. Бухгалтерский учет на предприятиях малого бизнеса: учеб. пособие для бакалавриата и специалитета / под ред. Н.А. Продановой. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 275 с.
7. Торосян Е.К. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие / Е.К. Торосян, Л.П. Сажнева, Ж.Н. Зарубина. — СПб: Университет ИТМО, 2016. – 130 с.
8. Чистякова М.К. Малое предпринимательство как фактор распределительных отношений // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2017. № 43-1. С. 375.

© Кузнецова Ю.О., Сафарли М.С., 2019



Ю.О. Кузнецова, М.С. Сафарли

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ РЫНОЧНЫХ РИСКОВ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности использования современных методов оценки рыночных рисков для принятия эффективных управленческих решений. Раскрыты особенности принятия эффективных управленческих решений. Проанализированы рыночные риски, влияющие на принятие таких решений.

Ключевые слова: риск, факторы риска, неопределенность, управление рисками, управленческие решения.

В современных экономических реалиях управление организацией и стратегическое управление, в частности, сталкиваются с рядом трудностей и проблем на пути реализации поставленных целей и задач. Современная мировая экономика, особенно российская, характеризуется большой неопределенностью рыночных, технологических, природно-климатических и других факторов. Зачастую специалистам-управленцам приходится рисковать. Риск является неотъемлемой частью исполнения любого хозяйственного решения в силу того, что неопределенность – неизбежное условие хозяйствования, которое, в свою очередь, неоднородно по форме проявления и содержанию.

Нередко предпринимательство может быть связано с неопределенностью экономической конъюнктуры, вытекающей из непостоянства спроса и предложения на товарных и ресурсных рынках, на которых осуществляет свою деятельность инновационная организация, а также из ограниченности знаний о сфере инновационной деятельности и возникающей, в связи с этим, многовариантности сфер применения производственных ресурсов.

Таким образом, нередко внутренние технологические факторы и факторы специфики вида осуществляемой деятельности, ввиду своего инновационного характера и отсутствия накопленного опыта по решению профильных хозяйственных вопросов, возникающих в процессе работы, формируют проблематику принятия управленческих решений на всех уровнях управления, многие из которых, ввиду вышеизложенного могут быть сопряжены с тем или иным риском.

Рассмотрим основные моменты неопределенности внешней среды. Внешняя среда включает объективные экономические, социальные и политические условия, в рамках которых осуществляется инновационная деятельность организации и к динамике которых она вынуждена приспосабливаться. Неопределенность условий, в которых осуществляется инновационная предпринимательская деятельность, определяется еще и тем, что зависит от множества переменных, контрагентов и лиц, поведение которых не всегда можно предсказать с приемлемой точностью. Все эти факторы усложняют работу лиц, принимающих управленческие решения, ведь точность и актуальность решений будет оцениваться с учетом всех действующих проблемных факторов. В результате, изначально предприниматель не знает однозначно заданных параметров, обеспечивающих его успех на рынке, и особенностей применения тех или иных инструментов экономического управления.

Определенное совершенство в вопросах управления организацией, безусловно, со временем может быть достигнуто, но для этого руководящему составу изначально необходимо определиться со стратегией развития организации, которая может в процессе работы корректироваться или даже изменяться, а также принять ряд важных стратегических управленческих решений на начальном этапе и не забывать разрабатывать и принимать их в дальнейшем своевременно и актуально, по мере возникновения такой необходимости.

К основным причинам неопределенности и, следовательно, риска и проблем принятия управленческих решений можно отнести:

- спонтанность природных процессов и явлений, стихийные бедствия;
- случайность;
- наличие противоборствующих тенденций, столкновение противоречивых интересов.

В общем виде риск в инновационном предпринимательстве можно определить, как вероятность потерь, возникновение которых возможно при вложении фирмой средств в производство новых товаров и услуг, в научные разработки, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке, в разработки управленческих инноваций, которые могут не принести ожидаемого эффекта.

К основным рискам в инновационной деятельности относятся:

- риски ошибочного выбора инновационного проекта;
- риски, связанные с финансированием инновационной деятельности;
- риски, связанные со снабжением инновационной деятельности ресурсами, необходимыми для её осуществления;
- маркетинговые риски;
- риски неисполнения хозяйственных договоров;
- риски возникновения непредвиденных затрат и снижения доходов;
- риски усиления конкуренции в сфере инноваций;
- риски, связанные с недостаточным уровнем кадрового обеспечения инновационной деятельности;
- риски, связанные с обеспечением прав собственности на продукт инновационной деятельности.

С точки зрения финансового управления организацией, при принятии управленческих решений и реализации функций управления, существует три ключевые проблемы: в какие объекты и проекты вложить капитал, инвестированный в компанию, как привлечь этот капитал и как его преумножить в текущей деятельности. Решения, принимаемые в ходе

инвестирования, могут быть направлены как на решение текущих задач, например, увеличение оборотного капитала, так и на решение задач стратегического характера, например, создание новых комплексов основных средств, проведение инновационных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), слияния и поглощения и т. п. Прирост капитала, полученный в результате создания объектов инвестирования, должен быть достаточным, чтобы компенсировать собственнику капитала отказ от использования этого капитала для целей личного потребления, возместить потери, связанные с инфляцией и обеспечить плату за риск, связанный с размещением средств в выбранный инвестиционный проект.

Изучая процесс принятия управленческого решения, рекомендуется учитывать два немало важных аспекта:

1. Считается, что принимать управленческое решение, как правило, сравнительно легко. При данном процессе сводится все лишь к тому, что человек/лицо, принимающее управленческое решение, стоит перед выбором направления своих действий. Главная задача принять верное, эффективное управленческое решение, что является наиболее трудной задачей.

2. Принятие управленческих решений можно отнести к психологическому процессу. Всем известен тот факт, что поведение человека не всегда логично и объяснимо. Действовать определенным образом человека побуждает либо логика, либо чувства.

Исходя из этого, на практике руководители/лицо, принимающее решение используют способы принятия управленческого решения, которые варьируются от спонтанных до всесторонне продуманных. Объясняется это тем, руководитель/лицо, принимающее решение, находится под воздействием определенных психологических факторов:

- социальных установок;
- накопленного опыта;
- личностных ценностей.

Далее необходимо и целесообразно рассмотреть некоторые поведенческие факторы, которые влияют в той или иной степени на процесс принятия эффективного управленческого решения.

Бытует мнение, что любое конкретное управленческое решение редко можно отнести к какой-то одной определенной группе. Утверждается, что процесс принятия управленческого решения имеет:

- интуитивный характер;
- основанный на суждениях;
- рациональный характер.

Выбор, который делается человеком лишь исходя только из ощущений того, что он правилен является интуитивным решением. Основные характеристики такого решения это:

- нет сознательного взвешивания «за» и «против» по каждой альтернативе;
- нет понимания ситуации.

Управленческое решение является процессом управленческой деятельности, осуществляемой в условиях постоянно меняющейся внешней среды и направленным на достижение организацией конкретных целей. Любое управленческое решение направлено на достижение конечного результата и, в связи с этим, основной целью управленческой деятельности является выработка таких методов, которые направлены на достижение конкретного результата в сложившихся условиях хозяйствования.

Управленческие решения могут приниматься как интуитивно, то есть имея вероятностную составляющую, так и на основе проведенного всестороннего анализа, обоснованно. Любое решение вырабатывается на основе полноценной и достоверной информации, проводится всесторонний анализ различных факторов, которые оказывают влияние на его принятие и реализацию, а также рассматриваются возможные последствия реализации принимаемого решения.

Можно выделить несколько методов принятия решений, а именно:

- интуитивный метод, основывается на ранее накопленном опыте и знаниях при осуществлении конкретной деятельности, что приводит к тому, что руководитель вырабатывает правильное решение;

- метод обоснования осуществляемых действий, основывается на доказательстве принимаемых решений, причем идет упор на накопленный практический опыт;

- научно-практический метод, предполагает выработку оптимальных решений на основе обработки огромного массива информации и применения средств электронной обработки имеющейся информации.

Руководитель при выборе и принятии решения должен оценить различные варианты его реализации, изучить большой объем имеющейся информации о внешнем окружении и осуществлять непрерывный контроль за реализацией решения. В связи с этим должна быть четко определена цель управления, методы достижения поставленных целей и конкретные исполнители, несущие ответственность за реализацию принятых решений.

К принимаемым решениям должны предъявляться следующие требования:

- решение должно быть обоснованным;
- решение должно быть принято на основе оптимального выбора;
- необходима правомочность принимаемого решения;
- решение должно быть четким и ясным;
- решение должно быть конкретизировано во времени;
- решение должно быть адресным по отношению к конкретным исполнителям;
- решение должно иметь возможность оперативного выполнения.

Можно выделить следующие требования к разработке управленческих решений:

- должна быть четко сформулирована проблема, требующая решения;
- разработка и выбор решения должны осуществляться на уровне управления, располагающем всей необходимой для этого информацией;

- массив информации должен быть сформирован на основе информации, поступающей из различных подразделений и уровней управления;

- принимаемые решения должны отражать интересы уровней управления, отвечающих за его реализацию;

- при реализации и принятии решения четко должен соблюдаться принцип соподчиненности;

- должен соблюдаться принцип иерархии, формализации процедур управления и горизонтальных связей.

Если рассмотреть практический аспект принятия решений, то можно сделать вывод, что в качестве основных областей приложения выступают решения в области привлечения инвестиций, определение окупаемости реализуемых проектов, формирование команды исполнителей запланированных проектов.

Механизм принятия решений включает в себя следующее:

- руководство принятием решений;

- правила и принципы принятия решений;

- планирование процесса принятия решения;

- формирование целевых групп и определение их роли в принятии решений;

- матричное взаимодействие при реализации принятого решения.

Все эти компоненты обеспечивают вертикальную и горизонтальную взаимосвязь между различными управленческими уровнями при координировании реализации решений.

В зависимости от сложности принимаемых решений может использоваться как простой, так и сложный принцип взаимодействия в менеджменте.

При осуществлении управленческой деятельности процесс принятия решения находится всецело в руках руководителя, причем должна быть создана иерархия при принятии решений линейными руководителями. Каждый из участников реализации решения должен взаимодействовать со

своим непосредственным руководителем, а не вышестоящим, не перепрыгивая уровни управления.

Линейные руководители должны нести персональную ответственность за принимаемые решения, в первую очередь за оптимальную работу трудовых ресурсов и управление материальными ресурсами, необходимыми для эффективной работы хозяйствующего субъекта.

Функциональные руководители должны оказывать помощь линейным руководителям при осуществлении операционной деятельности, но зачастую в качестве экспертов, не мешая им выполнять свои обязанности и не наделяясь правами и ответственностью, которыми обладает линейный руководитель.

Общий руководитель до процесса принятия решения рассматривает и принимает предложения как от непосредственных подчиненных, так и от отдельных работников для выработки оптимального управленческого решения.

Нормативное обеспечение принятия решений, а также правила их принятия вырабатываются самими хозяйствующими субъектами, при этом должны быть сформулированы основополагающие принципы, которые необходимы для реализации принимаемых решений с оглядкой на конкретные условия их реализации. Это необходимо для осуществления процесса координации между подразделениями.

Процесс координации может осуществляться на организационном, оперативном и стратегическом уровне.

При осуществлении оперативной координации вырабатываются различные инструкции осуществления управленческого процесса на среднем уровне управления.

Организационная координация основывается на законодательных процедурах, которые касаются определения цели и сферы деятельности хозяйствующего субъекта, определения отношений с государственными органами, а также определения правового статуса субъекта.

Стратегическая составляющая определяет тип и вид выпускаемой продукции, организации деятельности различных функциональных подразделений, отвечающих за сбыт и реализацию, ценообразование и т. п. Это осуществляется на высшем уровне управления при непосредственном участии среднего уровня управления, причем этот процесс не имеет временных ограничений.

Планирование выступает в качестве средства координации деятельности различных подразделений при принятии управленческих решений. При формировании планов определяются необходимые ресурсы, устанавливаются направления деятельности подразделений и непосредственные исполнители процесса приложения управленческих усилий. Процесс планирования является гибким, то есть происходит приспособление деятельности хозяйствующего субъекта к постоянно меняющимся условиям хозяйствования.

При реализации процесса выполнения принятых решений используется горизонтальный способ координации решений. В рамках координации происходит выделение лиц, находящихся на определенном уровне управления. В качестве таких лиц могут выступать как руководители проекта, которые отвечают за конкретный фронт работ и имеют определенные полномочия в рамках осуществляемого проекта, так и руководители, которые несут ответственность за выпуск конкретного изделия или оказание определенной услуги. Зачастую это применяется к выработке новых изделий, компоненты которых вырабатываются в различных производственных подразделениях.

Координатор может осуществлять взаимодействие с руководством других производственных отделений и функциональных служб для оптимизации принимаемых решений, но ограничением является отсутствие административной власти, которую имеют линейные руководители.

При осуществлении деятельности целевых групп происходит групповое взаимодействие и происходит принятие решений, которые направлены на

осуществление совместной деятельности в рамках достижения поставленных целей.

Формирование целевых групп осуществляется на временной или постоянной основе. В их состав входят работники различных функциональных и производственных подразделений. Управление целевой группой осуществляет руководитель, который может осуществлять принятие решения без согласования с высшим руководством. Причем члены целевой группы находятся в подчинении у своих производственных руководителей.

При формировании матричных структур руководители проектов наделяются линейными правами, при этом происходит возникновение сетевых структур, осуществляющих свою деятельность и процесс принятия управленческих решений в рамках динамичного окружения и усложняющихся для решения проблем.

Известными специалистами, которые затрагивали вышеуказанный характер управленческого решения, являются Питер Шодербен и Минцберг. Именно Минцберг в своих исследованиях указал на значительную зависимость руководителей/лиц, принимающих решения, от интуиции.

Специалист по управлению указал на тот факт, что «в то время как изучение количества информации о проблеме может оказать заметную помощь при принятии управленческого решения, но им все равно приходится по-прежнему опираться на интуитивные суждения. Электронно-вычислительная техника позволяет уделять больше внимания данным, но не отнимает освященного временем управленческого интуитивного ноу-хау».

Решения, основанные на суждениях, в некоторых моментах могут показаться интуитивными, поскольку логика может не прослеживаться. Выбор при таком характере решения делается, исходя из знаний или накопленного опыта.

Лицо, принимающее решение отталкивается от знаний о том, какой результат был в подобной ситуации ранее. Это делается для того, чтобы была

возможность спрогнозировать результат альтернативных вариантов выбора в настоящей ситуации.

Основными детерминантами принятия управленческих решений в сфере инвестирования признаются:

- корпоративная стратегия, отражающая долгосрочные инвестиционные потребности и готовность экономического субъекта к инвестированию;
- финансовое состояние компании;
- способность аккумулировать значительные объёмы собственных финансовых ресурсов;
- инвестиционная привлекательность компании;
- инфраструктура рыночной системы, в рамках которой действует инвестор и компания – объект инвестирования: правовая, информационная, техническая и финансовая;
- уровень рисков, сопровождающий инвестиционные управленческие решения;
- прогнозируемая динамика цен на продукцию компании и основные статьи её расходов.

С большинством из этих и других рисков и проблем можно успешно справиться или, как минимум, минимизировать их значение. Для этого необходимо вовремя принимать и реализовывать актуальные, обдуманые и предварительно хорошо проработанные аналитически стратегические и оперативные управленческие решения. Ведь вектор деятельности инновационной коммерческой организации напрямую зависит от выбранной и взятой за основу стратегии, которая разрабатывается и корректируется на основе принятия ряда стратегических управленческих решений.

К особенностям принятия тех или иных стратегических управленческих решений, в первую очередь, относится тот факт, что принимать их следует, базируясь на полученной информации в ходе проведенных исследований по решаемой проблеме.

Список литературы

1. Асланов М.А. Системный анализ и принятие решений в деятельности учреждений реального сектора экономики, связи и транспорта / М.А. Асланов, В.В. Кузнецов, Ю.Н. Макаров и др. / Под общ. ред. В.В. Кузнецова. – М.: Экономика, 2018. – 406 с.
2. Веснин В.Р. Основы менеджмента / В.Р. Веснин. – СПб.: «Проспект», 2017. – 99 с.
3. Дерябина М.А. Организация реального сектора экономики: эволюция теоретических парадигм: Доклад. – М.: Институт экономики РАН, 2015. – 42 с.
4. Магура М.И. Управление персоналом /М.И. Магура. – М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2016. – 92 с.
5. Мясоедов В.П. Основы кросскультурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур / В.П. Мясоедов. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 256 с.
6. Питере Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний): Перевод с английского. М.: Прогресс, 2017. 423 с.
7. Румянцева З.П. Общее управление организацией / З.П. Румянцева. – М.: «Инфра-М», 2019. – 304 с.
8. Смирнов Э.А. Теория организации / Э.А. Смирнов. — М.: Издательство «РИОР», 2018. — 143 с.

© Кузнецова Ю.О., Сафарли М.С., 2019



УДК 33

А.К. Лунюшкина, Д.Н. Кузьмин

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Аннотация. В статье представлены результаты анализа системы привлечения и удержания молодых специалистов на примере автотранспортного цеха и предложены методы, позволяющие устранить выявленные проблемы и повысить эффективность системы привлечения и удержания молодых специалистов на предприятии.

Ключевые слова: молодой специалист, организация, персонал, анализ, совершенствование, эффективность.

Большое количество предприятий промышленного сектора столкнулись с проблемой малого количества молодых специалистов на рынке труда по

востребованным профессиям во всех отраслях промышленности. Основные причины – негативные демографические процессы и изменения в профессиональном самоопределении молодежи. Большинство выпускников школ считают более привлекательными профессии экономиста, юриста, государственного служащего и прочие, а инженерно-технические специальности остаются без внимания.

Разработка мероприятий по совершенствованию системы привлечения и удержания молодых специалистов является актуальной проблемой для многих компаний, так как молодые специалисты являются условием, необходимым для повышения конкурентоспособности предприятия и производительности труда, ведущей к увеличению прибыли предприятия в целом, а также условием подготовки достойной замены для сотрудников, уходящих из компании.

Молодой специалист – работник, который получил начальное, среднее или высшее профессиональное образование, и впервые поступил на работу по полученной специальности в течение одного года после окончания образовательного учреждения [1].

При проведении исследования на градообразующем предприятии в структурном подразделении «Автотранспортный цех» (далее – АТЦ) были выявлены следующие проблемы:

- 1) высокий уровень старения персонала АТЦ;
- 2) неправильно выстроенные отношения непосредственного руководства с коллективом;
- 3) отсутствие возможности пройти обучение внутри компании и в учебных заведениях, в том числе за счет компании;
- 4) отсутствие доступной программы по ипотечному кредитованию.

Для того, чтобы решить выявленные проблемы, необходимо:

- 1) проведение аттестации персонала;
- 2) реализация проекта «Стажировки выпускников вузов»;

3) введение в автотранспортном цехе «Портфолио работников автотранспортного цеха»;

4) проведение корпоративных тренингов для руководящего состава.

Рассмотрим каждое мероприятие.

1) Проведение аттестации персонала – кадровое мероприятие, призванное оценить соответствие уровня труда, качеств и потенциала личности требованиям выполняемой деятельности.

По итогам аттестации персонала производится сокращение персонала на основании Трудового Кодекса Российской Федерации, статья 81. Расторжение трудового договора по инициативе работодателя в случае несоответствия работника занимаемой должности или выполняемой работе вследствие недостаточной квалификации, подтвержденной результатами аттестации [2, с. 62].

При освобождении рабочих мест в ходе проведения аттестации персонала необходимо проведение мероприятий по привлечению и удержанию молодых специалистов.

2) Проект «Стажировки выпускников вузов» – системная работа АТЦ и Центра занятости населения города Железногорска со студентами и выпускниками, которая заключается в том, что приглашаются на оплаченную стажировку самые мотивированные на работу студенты, которые затем имеют возможность стать постоянными сотрудниками предприятия.

3) Проект «Портфолио сотрудников автотранспортного цеха» – метод фиксации и предъявления всевозможных материалов, документов и других свидетельств достижений в профессиональной деятельности работника АТЦ, позволяющий закреплять, оценивать, обоснованно прогнозировать и реализовывать индивидуальный образовательный маршрут увеличения значения профессиональной компетентности.

Задачи ведения портфолио:

а) самооценка и стимулирование профессионального подъема и работы сотрудников АТЦ;

б) оценивание квалификационного уровня и свойства профессиональной работы (во время аттестации, определения размеров стимулирующих надбавок и поощрительных выплат).

Функции портфолио:

а) демонстрационная – презентация достижений профессиональной культуры работников АТЦ;

б) оценочно-стимулирующая – выявление результативности работы и значения профессиональной компетентности;

в) рефлексивная – мониторинг личности развития работников АТЦ.

Портфолио сотрудника АТЦ включает следующие разделы:

а) титульный лист (ФИО автора, рабочий телефон, должность и прочее);

б) содержание портфолио;

в) общие сведения об авторе (фото, автобиография, документы об образовании и прочее);

г) рабочие материалы (исследовательские работы, индивидуальная работа, массовая работа и прочее);

д) карта профессионального роста (документы о повышении квалификации, результаты переаттестации, работа по обобщению и распространению опыта и прочее);

е) банк собственных достижений (грамоты, сертификаты и другие награды);

ж) портфель отзывов (отзывы об итогах профессиональной работы сотрудника, рекомендательные письма и прочее);

з) авторская самооценка (стратегия профессионального становления и прочее).

Портфолио оформляется сотрудником в специально созданном сервисе «Портфолио сотрудника автотранспортного цеха», доступ в который имеют все сотрудники предприятия. Вход осуществляется по логину и паролю, и сотрудник самостоятельно осуществляет заполнение предоставленных полей и при необходимости прикрепляет файлы в формате PDF.

Руководителям структурного подразделения портфолио несомненно поможет целенаправленно и системно осуществлять мониторинг профессионального становления собственных сотрудников, владеть полной информацией о результатах работы сотрудников, объективно оценивать профессиональный уровень специалистов, поддерживать стимулирующими выплатами их мотивацию к саморазвитию, выявлять ценный опыт для распространения, а также эффективно управлять личностно-профессиональным подъемом персонала.

Путем внедрения «Портфолио сотрудников автотранспортного цеха» будут решены выявленные проблемы: отсутствие возможности пройти обучение внутри компании и в учебных заведениях, в том числе за счет компании, и отсутствие доступной программы по ипотечному кредитованию, так как сотрудники, имеющие высокий личностно-профессиональный уровень, будут иметь возможность пройти за счет компании обучение для расширения их профессиональных компетенций и получить ипотеку на льготных условиях.

4) Проект «Корпоративные тренинги для руководящего состава». Для реализации проекта предприятие нанимает тренера по обучению и развитию персонала, который сможет проводить один раз в квартал необходимые тренинги для обучения персонала, будет анализировать статистику уровня знаний до и после посещения его курса обучения.

После проведения тренингов, благодаря анкете по оценке эффективности тренинга, анализируется, полезна ли была тема для его участников, какие навыки они усвоили для себя, какие бы изменения они бы внесли. Таким образом, можно контролировать навыки и знания персонала.

Специально для создания кадрового резерва организуется курс тренингов для молодых специалистов, желающих расти по карьерной лестнице. Срок обучения – 10 рабочих дней. При завершении курса тренингов должны быть разобраны темы: должностные обязанности, ведение документации, планирование деятельности, работа с персоналом,

психологические моменты, как создать единую команду, мотивации и конкурсы для персонала.

Результат проведения тренингов – усвоение руководящим составом знаний о том, как избегать конфликтных ситуаций с подчинёнными и создавать здоровый психологический климат в коллективе.

Предложенная система мероприятий активно используется на предприятии и с ее помощью достигнуты следующие результаты:

1) увольнение сотрудников, несоответствующих занимаемой должности в ходе проведения аттестации персонала и получение свободных вакансий для молодых специалистов;

2) прохождение студентами производственной практики и дальнейшее поступление на работу в АТЦ, тем самым омолаживание коллектива организации;

3) повышение заинтересованности сотрудников в участии в различных мероприятиях, направленных на развитие профессиональных компетенций для получения стимулирующих надбавок и поощрительных выплат;

4) получение руководителями полной информации о результатах деятельности сотрудников и объективная оценка профессионального уровня специалистов;

5) сокращение числа конфликтов между руководящим составом и подчиненными.

Список литературы

1. Научная статья «Молодой специалист» [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/stat/Molodoi-specialist.php>.

2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 8 июля 2019 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 81.

© Лунюшкина А.К., Кузьмин Д.Н., 2019



Ю.И. Максимова, Д.Н. Кузьмин

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ

Аннотация. В статье рассмотрено понятие кадрового потенциала, его значимость в управлении персоналом и организацией в целом. Отображены направления кадрового потенциала с их целями, задачами и результатами.

Ключевые слова: персонал, потребность в персонале, кадровый потенциал, организация труда, оплата труда, оценка персонала, обучение, отбор.

Для того чтобы работа компании была эффективной, необходимо правильно сформировать кадровый состав, замотивировать работников, дать необходимое обучение и правильно управлять персоналом.

Кадровый потенциал в организации является ключевым моментом управления персоналом. Для того чтобы качественно сформировать рабочий состав компании, необходимо затронуть все направления системы кадрового потенциала.

Кадровый потенциал – это те работники, которые имеют необходимые навыки и умения для обеспечения эффективной деятельности компании. Применяя все направления кадрового потенциала, предприятие в краткосрочный период может достичь всех целей с максимальной эффективностью.

На сегодняшний день существует множество подходов и принципов управления кадровым потенциалом, способов и путей его совершенствования и развития. Но для того, чтобы сформировать стратегию развития кадрового потенциала, необходимо четко понимать и оценивать цели, возможности, сильные и слабые стороны организации.

Кадровый потенциал с точки зрения работы с персоналом включает в себя следующие направления:

- профессиональная ориентация;
- подготовка кадров;
- отбор на вакансии и назначение кандидатов;
- оценка персонала;
- обучение и развитие персонала;
- управление кадровым резервом;
- организация системы оплаты и материального стимулирования труда;
- организация труда.

Для эффективного функционирования системы управления кадровым потенциалом любой организации необходимо обеспечить взаимосвязь между данными направлениями.

Профессиональная ориентация и подготовка кадров обеспечивают связь с другими направлениями и позволяют работать с существующими программами в компании.

Подбор персонала, оценка и обучение персонала обеспечивают закрытие штата необходимыми сотрудниками, развитие компании и достижение целей.

Оплата труда – мотивирующее направление для сотрудников. Каждое из этих направлений отражает материальное частичное или полное обеспечение сотрудников.

Организация труда – эффективное выполнение производственного процесса.

Таким образом, каждое направление вносит в работу предприятия изменения, в результате которых происходит улучшение процесса работы и сокращение сроков достижения целей. Каждое из направлений также включает в себя основные задачи и главную цель.

Цель профессиональной ориентации заключается в создании условий для выбора выпускниками вузов своей работы, также для дальнейшего

обучения. Любая цель влечет за собой определенные задачи. В данном направлении главными задачами являются: восполнение персонала; взаимодействие предприятия с вузами и образовательными организациями. Компании будут получать подготовленных работников, тем самым экономя на обучении и сокращая период адаптации.

Подготовка кадров ставит перед собой цель обеспечить предприятие квалифицированным персоналом, который необходим для реализации тех или иных процессов. В результате ставятся следующие задачи: укомплектование штата квалифицированными работниками; развитие системы отбора.

Отбор на вакансии и назначение кандидатов – данное направление подразумевает корректировку имеющейся системы отбора. Усовершенствованная система отбора и назначения кандидатов подразумевает повышение эффективности кадрового резерва, планирование потребности, разработку профессиональных стандартов, эффективное взаимодействие со службами занятости, развитие системы адаптации.

Оценка персонала подразумевает обеспечение руководителя информацией о сотрудниках, их компетенции и потенциале для принятия дальнейшего управленческого решения. Основными направлениями реализации являются внедрение системы оценки и продвижение персонала.

Обучение и развитие персонала ставит перед собой цель обеспечение непрерывного и целостного обучения работников для развития кадрового потенциала компании в соответствии со стратегическими целями, едиными корпоративными требованиями и профессиональными стандартами. Из данной цели вытекают следующие главные задачи: развитие системы обучения; организация повышения квалификации руководителей; развитие дистанционного обучения.

Управление кадровым резервом – формирование группы работников, обладающих высоким профессионализмом, личностными и морально-этическими качествами, имеющих дальнейшую перспективу. Следовательно, основные задачи – формирование единой системы объективного отбора

кандидатов; кадровый резерв – основной источник подбора персонала; расширение форм развития профессиональных и корпоративных компетенций руководителей.

Организация системы оплаты и материального стимулирования труда. Главная цель данного направления – вовлечение персонала в эффективную реализацию корпоративных задач компании путем совершенствования системы прямой материальной мотивации работников на выполнение текущих производственных и финансово-экономических задач, а также среднесрочных и долгосрочных целей развития. Из данной цели вытекают следующие задачи: совершенствование системы оплаты и мотивации труда; точечное повышение конкурентоспособности заработной платы.

Организация труда – одно из главных направлений, так как достижения организации в немалой степени зависят от того, как будет организована работа. Цель – обеспечение результативности деятельности работников компании путем повышения качества производственных процессов, совершенствования системы оценки труда, выявления резервов роста производительности труда на рабочих местах. Следовательно, задачи этого направления следующие: совершенствование инструментов технического нормирования; совершенствование организации труда через различные методы; организация системы контроля по вопросам времени отдыха работников.

Таким образом, можно сказать о том, что все направления кадрового потенциала необходимо использовать каждой организации. Построив правильную и поэтапную работу с персоналом, у компании есть возможность достичь успеха.

В результате осуществления, внедрения и развития данных направлений компания может достичь значительных результатов (см. таблицу 1).

Результаты развития направлений кадровой политики

Направление	Результат
Профессиональная ориентация	Дополнительные источники поиска персонала, электронные ресурсы.
Подготовка кадров	Четкая система обучения и развития персонала, условия для подготовки квалифицированных рабочих, отбор талантливых студентов.
Отбор на вакансии и назначение кандидатов	Современный и качественный подбор персонала с необходимой квалификацией и навыками.
Оценка персонала	Единая методология оценки персонала.
Обучение и развитие персонала	Эффективная корпоративная система дополнительного профессионального образования, своевременное и качественное обучение персонала.
Управление кадровым резервом	Повышение действенности кадрового резерва, снижение текучести, повысить мотивацию работников.
Организация системы оплаты и материального стимулирования труда	Повышение конкурентоспособности заработной платы, уровень информированности работников.
Организация труда	Формирование системы нормирования труда, повышение производительности труда, совершенствуется механизм соответствия квалификации работников сложности выполняемых работ.

Таким образом, рассмотренные направления кадрового потенциала, их применение влияет как на конкурентоспособность всей организации, так и на

отдельного работника. Применение данных направлений, их развитие приводит к улучшению всех показателей компании.

Список литературы

1. Аксенова Е.А. Стратегический менеджмент. Как сформировать человеческий ресурс организационных изменений: учебное пособие для студ. вузов. – М.: Аспект Пресс, 2011. 352 с.
2. Макарова И.К. Управление человеческими ресурсами. – М.: Дело, 2012. 232 с.
3. Резник С.Д. Персональный менеджмент. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2013. 256 с.
4. Стратегия управления кадровым потенциалом ОАО «РЖД» на период до 2020 года.

© Максимова Ю.И., Кузьмин Д.Н., 2019



УДК 004.738.5;339.138

М.М. Мануйлова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ В ИНТЕРНЕТЕ

Аннотация. В России три четверти населения пользуются Интернетом. Практически 58% населения страны ежедневно используют социальные медиа. На сегодняшний день технологии маркетинга прочно внедрили в информационное пространство социальных сетей, формируя новые механизмы и законы в сфере медиапотребления.

Ключевые слова: SMM, социальные сети, маркетинговая стратегия, развитие бренда, маркетинг, нетворкинг, интернет, коммуникация, реклама.

Социальные сети как механизм расширение канала коммуникации

С развитием облачных и IT-технологий и глобальным проникновением Интернета в повседневную жизнь, социальные сети становятся наиболее динамично развивающимся медиаканалом для коммуникации. Способствуя исчезновению коммуникационных ограничений при продвижении товаров [7,

с. 96 – 102], социальные медиа становятся современным двигателем брендов, продуктов и услуг.

Согласно последнему исследованию Mediascope, к 2019 году аудитория Рунета составила более 93 млн. человек [10]. Среди тематических предпочтений россиян: регулярное использование социальных сетей и мессенджеров, посещение интернет-магазинов и видеохостингов, а также поиск информации и осуществление банковских услуг. При этом социальные сети на ежедневной основе используют практически 58% населения страны [11].

Больше всего времени в социальных сетях проводят люди в возрасте 12 – 24 лет. В среднем они тратят около 83-х минут в день, используя мобильные приложения соцсетей [11].

Самыми популярными социальными сетями в российском сегменте Интернета стали «YouTube» и «ВКонтакте» – ежемесячный охват составляет 41 и 38,2 млн. пользователей соответственно (рис. 1).

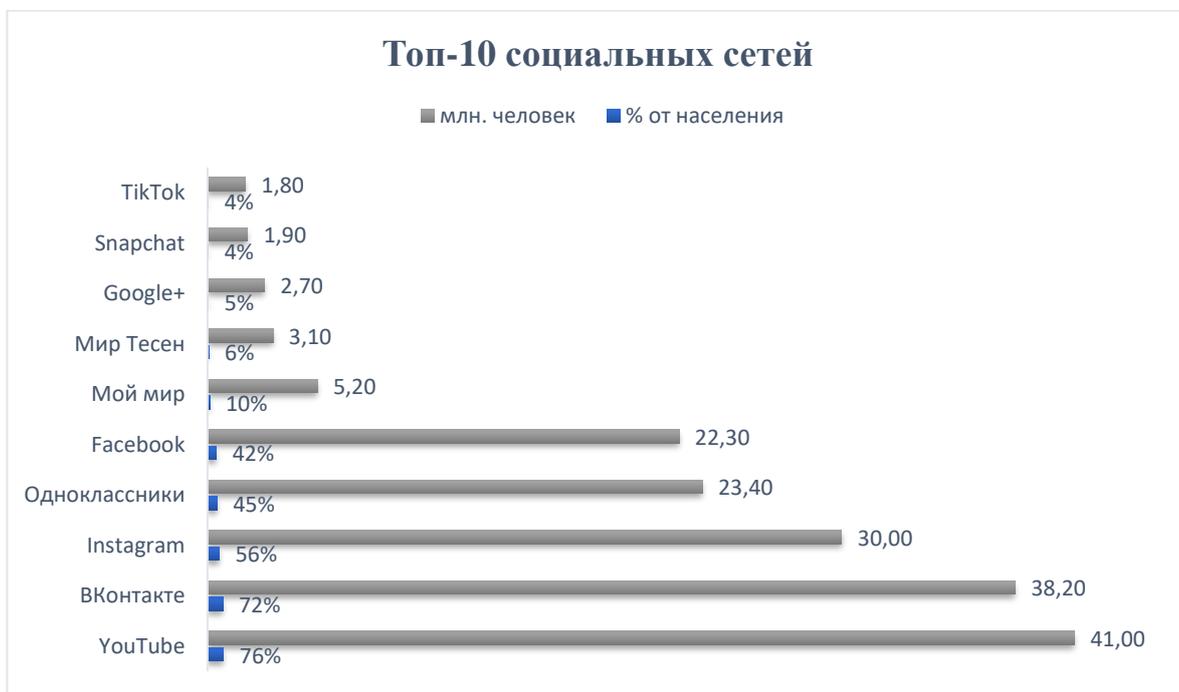


Рисунок 1. Топ-10 социальных сетей.

Источник: Mediascope, webindex, 12-64, Россия 100+, Март 2019, WEB-Index, Desktop&Mobile, Февраль 2019, Россия 100k+, 12-64, Monthly Reach, % от населения, млн.чел.

Альтернативное исследование медиапотребления в России провел международный лидер консалтинга и аудита компания «Deloitte» (рис. 2). Итоги 2018 года подтверждают лидерство социальных сетей «YouTube» (86%) и «ВКонтакте» (80%).

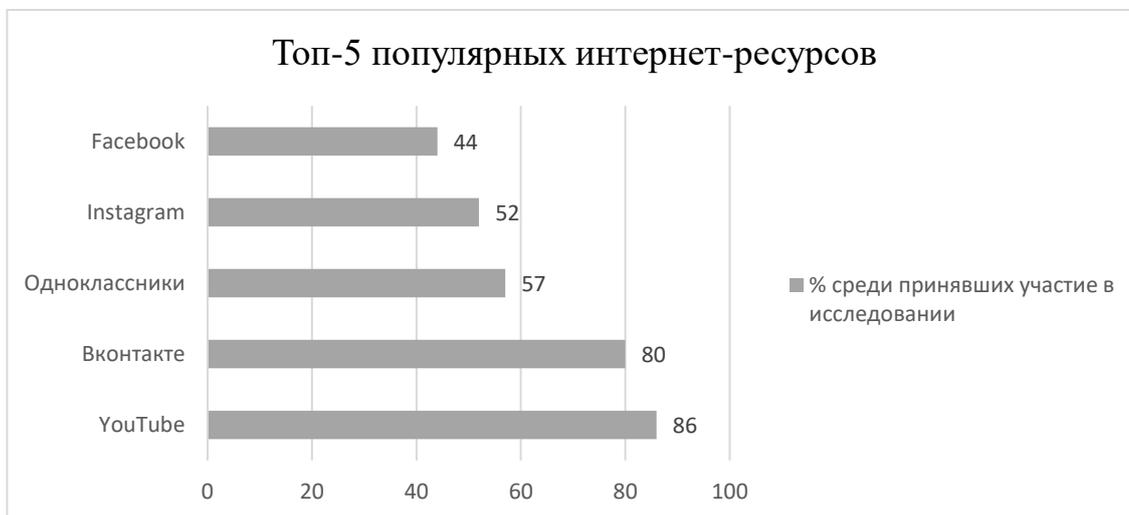


Рисунок 2. Топ-5 популярных интернет-ресурсов.
Источник: Deloitte. Тенденции монетизации контента в Интернете
«Медиапотребление в России-2019».

Однако, перспективы развития Instagram остаются недооцененными. По прогнозам eMarketer, в 2016 – 2020 годах база Instagram станет больше на 26,9 миллиона пользователей [12].

Методы и технологии продвижения в социальных сетях

Изменения в социальных медиа позволили мгновенно, в один клик, выходить за рамки национальных медиасистем, корпоративных и отраслевых сегментов социальных сетей. В условиях глобализации SMM (Social media marketing) представляет собой процесс привлечения трафика или внимания к бренду, продукту или услуге за счет использования социальных платформ. Иными словами, речь идет об использовании социальных медиа для продвижения стратегических коммуникационных кампаний, а также решения других информационных и бизнес-задач [13].

Данный процесс позволяет привлечь на сайт компании потенциальных клиентов из числа многочисленных пользователей социальных сетей. Но

позиционирование и методы продвижения на этих площадках, очевидно, имеют свою специфику [5, с. 538 – 541].

Взаимодействия посредством социальных платформ способствует потере классической офф-лайновой связи между адресатами и адресантами. К рынкам В2В (бизнес-бизнес) и В2С (бизнес-потребитель) добавились сформировавшиеся устойчивые горизонтальные связи С2С (потребитель-потребитель) или новая коммуникационная модель В2С2С [9, pp. 11 – 84]

Контентное наполнение социальных сетей может принимать следующую смысловизуальную оболочку [14]:

- текстовый формат (позволяет дать описание какому-либо явлению или процессу, выразить свое отношение к нему, обсудить его свойства и характеристики);

- статические изображения визуального формата (используется в социальных сетях наиболее часто, позволяет визуализировать текстовую информацию или демонстрирует тот или иной объект или процесс);

- видео- и аудиоконтент (один из наиболее популярных форм отображения информации в социальных сетях, позволяет привлечь внимание большей аудитории людей, делает информацию более запоминающейся).

Продвижение бренда с помощью социальных медиа позволяет сократить дистанцию между продавцом и потребителем, выработать позитивное отношение и потребительскую лояльность к продукту, бренду или услуге, а также сформировать максимальную узнаваемость.

В социальных сетях принято делиться новостями и ссылками, поэтому информация о товаре или услуге за короткий срок становится доступна большому числу пользователей. Кроме того, предназначенные для дружелюбного общения, площадки социальных сетей заведомо вызывают большее доверие посетителей.

Несмотря на это, использовать данный отличный инструмент продвижения необходимо рационально, опираясь на определенные принципы и цели. Необходимо внедрять в использование только те механизмы, которые

будут приносить социально-экономическую пользу не только для представителей производителя товаров и услуг, но и для конкретных потребителей.

Построение маркетинговых стратегий в социальных сетях

Основным преимуществом социальных сетей как инструмента продвижения является бесплатный (либо очень недорогой) доступ к миллионам людей, при этом есть возможность точечного контроля над целевыми аудиториями и нишевыми сегментами, где и когда пользователи вовлекаются в PR- и коммуникационные кампании.

Благодаря сочетанию этих качеств, социальные сети могут быть особенно привлекательным способом продвижения для молодых и растущих интернет-проектов и различных брендов [4, с. 23 – 28].

Брендинг и PR в социальных сетях в зависимости от целей компании могут быть разделены на следующие два типа:

- комплекс мер по привлечению целевой аудитории в собственный клуб по интересам (создание отдельного сайта, интернет-портал);
- комплекс мер по созданию такого клуба в рамках тех возможностей, которые предоставляет та или иная социальная сеть или блог-платформа [2, с. 87 – 91].

При этом в комплекс SMM-мероприятий входят следующие виды работ:

- продвижение в социальных сетях (создание и продвижение сообществ, коммуникации на площадках социальных медиа и т. д.);
- продвижение в блогах (текстовых и видео);
- продвижение в видеохостингах;
- интеграции (разработка, брендинг приложений, видео, брендинг и спецпроекты на топовых ресурсах Рунета и т. д.);
- мониторинг в социальных сетях;
- таргетированная реклама.

В настоящий момент SMM-технологии применимы к большому количеству товаров и услуг, которые нуждаются в поиске и удержании целевой аудитории.

Продвижение любого товара или бренда невозможно осуществить без четкого следования предварительно поставленным стратегическим целям и задачам, которые должны быть определены руководством и менеджерами компании на первом этапе осуществления рекламной кампании.

На данном этапе необходимо принимать во внимание тот факт, что стратегия маркетинга в социальных медиа в значительной степени отличается от обычных маркетинговых стратегий.

Маркетинг в социальных сетях помогает в следующем:

- сформировать целевую аудиторию для конкретного продукта и/или компании;
- повысить количество релевантной аудитории;
- наладить деловые коммуникации;
- повысить продажи;
- сократить количество затрат на маркетинг и рекламу.

Анализируя специфику методов и технологий в рамках маркетинга социальных сетей, в качестве преимуществ целесообразно отметить следующие факторы:

- аудитория социальных сетей часто не воспринимает продвижение в социальных сетях как рекламу, и поэтому доверие к такому виду подачи информации возрастает;
- доступ в социальные сети можно получить из любой точки мира, где есть Интернет, что значительно увеличивает целевую релевантную аудиторию;
- таргетинг позволяет настраивать рекламу именно на ту аудиторию, которая откликнется, которая заинтересована в продукте и/или услуге. Это

позволяет сделать рекламу более эффективной, приносящей не только затраты, но и доход от продаж;

– создание устойчивых коммуникаций со своей целевой релевантной аудиторией для быстрого реагирования на изменения в запросах и пожеланиях клиентов;

– ускоренная реакция аудитории на рекламу. Конверсия от продвижения в социальных сетях происходит быстрее, чем в блогах.

Чтобы избежать возможных рисков и с максимальной эффективностью и пользой использовать современные социальные сети для реализации маркетинговых стратегий очень важно правильно выбрать платформу.

Правильный выбор социальной сети позволит спланировать эффективную коммуникацию с реальными и потенциальными клиентами и настроить верный таргетинг, что ускорит темп достижения поставленной цели рекламной кампании.

Список литературы

1) Красуля А.К. Преимущества и недостатки продвижения услуг в социальных сетях как одного из инструментов рекламной кампании / А.К. Красуля // Таврический научный обозреватель. – 2016. – № 12-1 (17). – С.65-67.

2) Кудинов В.А. Smo, SMM, PR и брендинг в социальных сетях / В.А. Кудинов // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2012. – № 1 (21). – С.87-91.

3) Пименова Е.М. Прогнозирование величины и эффективности использования АИС / Е.М. Пименова // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. – 2014. – № 1-2. С. 10-15.

4) Сальманова Г.Х. Маркетинг в социальных сетях – продвижение бренда компании, сайта через социальные сети / Г.Х. Сальманова, Е.Т. Сахаутдинова, Ю.Ф. Хамитова, Л.Р. Курманова // Бенефициар. – 2016. – № 3 (3). – С. 23-28.

5) Славонич А.С. Целесообразность использования SMM в социальных сетях / А.С. Славонич // Электронный сборник материалов VII Международной студенческой научно-практической Интернет-конференции «Энергия науки». – 2017. – С. 538-541.

6) Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016 г. – 240 с.

7) Шигина Я.И. Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения для малого бизнеса / Я.И. Шигина // Вестник Казанского технологического университета. – 2015. – № 23. – С. 96-102.

8) Neti S. (2011). Social media and its role in marketing. International Journal of Enterprise Computing and Business Systems (1) / S. Neti. – 16 с.

9) Sernovitz A. Word of Mouth Marketing. How Smart Companies Get People Talking. N.Y.: Pressbox. 2011. С. 11-84.

10) Электронный ресурс:
https://mediascope.net/upload/iblock/423/17.04.2019_Mediascope_Ксения%20Ачкасова_РИФ+КИБ2019.pdf.

11) Электронный ресурс:
https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_Екатерина%20Курносова_РИФ+КИБ%202019.pdf.

12) Электронный ресурс: <https://lpgenerator.ru/blog/2019/02/28/instagram-v-cifrah-statistika-na-2019-god/>.

13) Электронный ресурс: <https://andreyex.ru/socialnye-seti/social-media-marketing-smm/>.

14) Электронный ресурс: <https://makeagency.ru/blog/shkola-smm-urok-2-pravilnyu-kontent-dlya-sotssetey>.

© Мануйлова М.М., 2019



УДК 336

А.С. Мельник, М.С. Сафарли

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ КАК ОСНОВЫ СТАБИЛЬНОСТИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В данной работе проводятся исследования особенностей формирования финансовой грамотности населения. Дана оценка уровня финансовой грамотности. Обосновывается необходимость финансового просвещения молодежи, начиная со школы. В статье раскрываются ключевые моменты финансовой грамотности как важной составляющей финансовой культуры. Подчеркивается значимость формирования сознательного и ответственного отношения к финансовым инструментам и финансовым продуктам. Рассмотрены вопросы повышения финансовой культуры за счет реализации государственной программы повышения финансовой грамотности.

Ключевые слова: финансы, финансовая грамотность, финансовая культура, финансовая неграмотность.

Проблема низкой финансовой культуры и неадекватного рыночным механизмам сознания большого числа граждан охватывает всю совокупность финансов Российской Федерации. Эта проблема, в первую очередь, связана с установившимися стереотипами сознания советского и постсоветского общества [1]. На сегодняшний день многие взрослые люди не знают, что же такое финансовая грамотность, поэтому они не могут правильно и доступно рассказать своим детям об этом. В школах с этим тоже большая проблема. Поэтому актуальность данной темы заключается в том, что в современных школах у учеников не хватает знаний по финансовой грамотности. Ведь многие из школьников даже понятия не имеют, что же такое финансовая грамотность. В настоящее время существует достаточно большое количество определений финансовой грамотности, разница лишь в характере трактовки самого термина. Кто-то дает развернутый ответ на данный вопрос, кто-то краткий. Сейчас мы это рассмотрим.

Итак, первое, но весьма распространенное определение, которое мы можем найти на просторах Интернета: финансовая грамотность – это система знаний и навыков о том, как рационально распоряжаться своими деньгами, ориентироваться в финансовых услугах и не попадаться на уловки финансовых мошенников. Следующее, более развернутое определение дал М. Овчинников: финансовая грамотность – это способность потребителей финансовых услуг использовать имеющуюся информацию в процессе принятия решений при осуществлении специальных расчетов, оценке риска, сопоставлении сравнительных преимуществ и недостатков той или иной финансовой услуги [6].

На официальном портале Министерства финансов Великобритании, существует другое определение финансовой грамотности – это умение жить согласно текущему уровню доходов, вести учет средств и планировать, в том числе, свои пенсионные сбережения, грамотно использовать финансовые инструменты, а также быть в курсе текущих финансовых событий. Подводя итог поиску определения данного термина, можно сделать вывод о том, что

достаточно большое количество определений существует, но практически все они похожи, точнее в каждом из них идет речь о том или ином аспекте одного и того же понятия.

Говоря кратко, финансовая грамотность – это знания и навыки в области финансов, которые каждый человек может и должен применять в повседневной жизни. К сожалению, о том, как планировать свой бюджет, что такое инфляция, кредит, ипотека, как пользоваться кредитными картами и т. д., мало что говорят в школах.

Почему финансовой грамотностью лучше овладеть еще в школе? С деньгами связано огромное количество важных решений в нашей жизни: начиная с того, как и на что приобрести собственное жилье, открыть собственное дело, заканчивая тем, как формировать свою будущую пенсию. Вступая во взрослую жизнь, человек должен четко знать и понимать, куда лучше вложить собственные деньги, что будет лучше взять кредит и совершить крупную покупку или же стоит накопить деньги самостоятельно.

На сегодняшний день было проведено много опросов, касающихся темы финансовой грамотности не только учащихся, но и взрослых людей, и как показывают результаты опросов, очень маленькое количество людей действительно обладают хорошими знаниями по этой теме. Это касается не только отдельных городов, это касается всей страны в целом.

В 2015 году Россия приняла участие в международном исследовании финансовой грамотности среди 15-летних школьников. Исследование охватило 18 ведущих стран и экономик мира, и проводилось в рамках Международной программы Организации экономического сотрудничества и развития по оценке образовательных достижений учащихся. Россия заняла десятое место среди 18 стран, расположившись в середине рейтинга между США и Францией с результатом, близким к Словении, Испании, Хорватии и Израилю. Более 80% российских учащихся продемонстрировали готовность использовать базовые финансовые знания. Полученный в ходе данного исследования результат, несомненно, хороший, но всё же явно недостаточный

с учетом сложных финансово-экономических реалий начала XXI века. На сегодняшний день молодые люди должны быть готовы к принятию финансовых решений самостоятельно.

Такой предмет как «Финансовая грамотность» непременно необходим в школах, его надо вводить. Это положительно скажется на будущем выпускников школы. Они будут осведомлены, что такое финансы, как планировать свои доходы, расходы, как начать откладывать свои деньги, как пользоваться кредитной картой, какие проценты в банках будут выгодными, и т. д. Ученики научатся жить не только сегодняшним днем, но также они научатся планировать свое будущее на 10, 15 и 20 лет вперед.

Финансовая грамотность населения, на наш взгляд, находится на удовлетворительном, среднем уровне, что влечет за собой проблемы финансовой безопасности граждан, угрозы для стабильности финансовой системы и, в конечном счете, отрицательно сказывается на темпах роста благосостояния населения.

Для четкого представления картины сложившейся ситуации было проведено исследование финансового поведения жителей города Сургут посредством опроса. В ходе исследования опросили 23 респондентов. Из них: мужчины – 40 %; женщины – 60 %. Возрастная структура респондентов представлена на рис. 1.

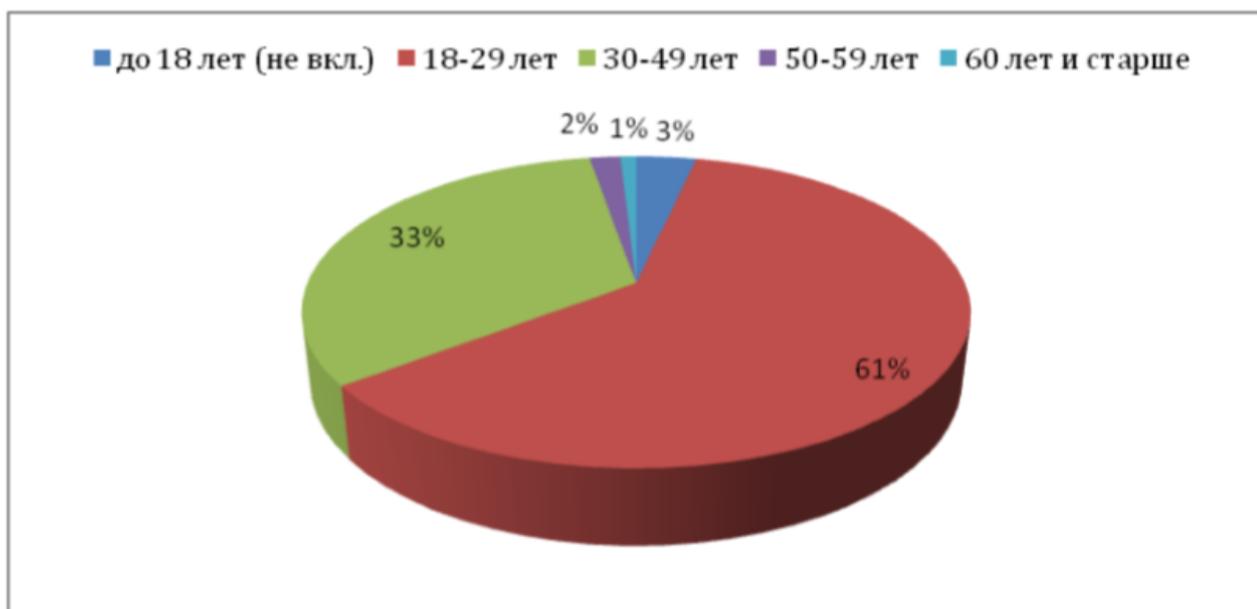


Рисунок 1. Возрастная структура респондентов

Респондентам был задан вопрос: «Знаете ли Вы, как формируется Ваша пенсия, и из чего она состоит?» (рис. 2).

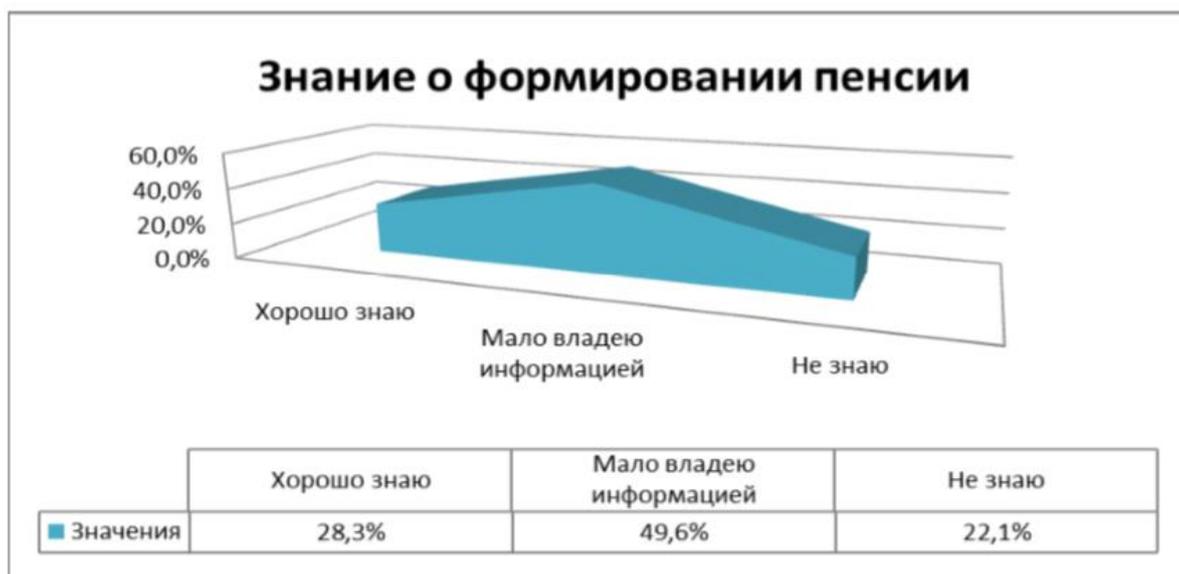


Рисунок 2. Знание о формировании пенсии

Как выяснилось, 49,6% опрошенных лиц мало владеют информацией, 22,1% не знают, лишь 28,3% хорошо знают, из чего состоит пенсия. Без базовых знаний и навыков в области финансовой грамотности крайне затруднительно уверенно распоряжаться личными доходами, качественно

использовать разнообразные финансовые продукты и услуги, и тем более управлять ими.

Низкая финансовая грамотность населения приводит к высоким долговым обязательствам, неэффективному управлению сбережениями и пенсионными накоплениями, нежеланию инвестировать в ценные бумаги и использовать другие финансовые продукты и услуги (ипотека, страхование). Как следствие, передача негативного финансового опыта следующему поколению и подверженность риску мошенничества [3, с. 68]. Мы поинтересовались у респондентов, как они оценивают свой уровень финансовой грамотности: 58% ответили, что имеют базовый уровень; 20% – начальный и 14% – продвинутый (рис.3.)



Рисунок 3. Оценка уровня финансовой грамотности

Уровень финансовой грамотности отражается в сберегательном поведении населения, а оно, в свою очередь, служит основой макроэкономической стабильности и развития финансового сектора. Исследование показало, что респонденты стали сберегать меньше или не сберегали вовсе, что свидетельствует о среднем уровне финансовой грамотности. Этому может способствовать нехватка знаний по финансовым вопросам (рис. 4); 44% респондентов считают, что им не хватает знаний; 43%

вполне удовлетворены своими знаниями; 10% не нуждаются в знаниях, относящихся к финансовой области.

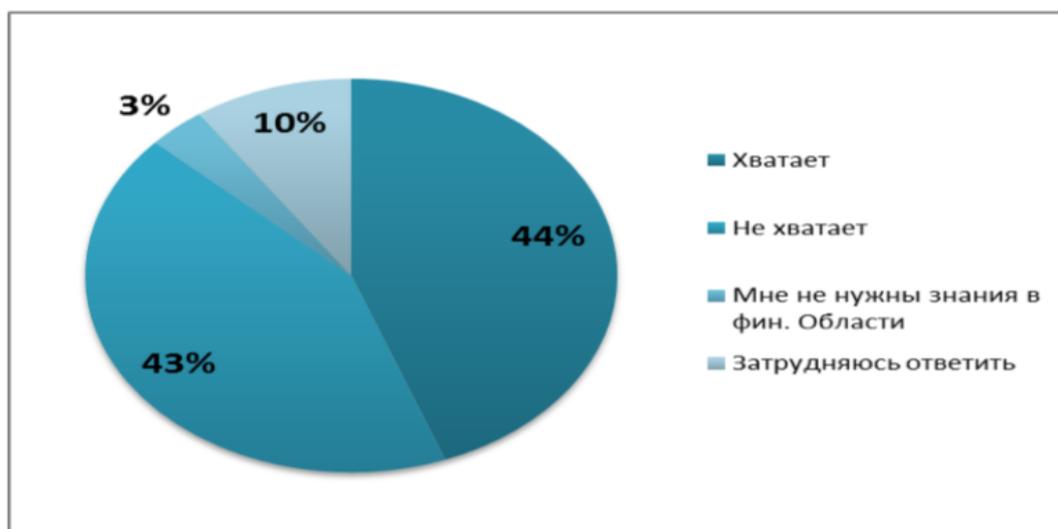


Рисунок 4. Знания по финансовым вопросам

Немаловажную роль играет мотивация людей к повышению финансовой грамотности. Абсолютное большинство респондентов (77,9%) на вопрос: «Заинтересованы ли Вы в повышении собственной финансовой грамотности?» ответили, что готовы повышать (рис. 5).



Рисунок 5. Повышение уровня финансовой грамотности

8% опрошенных лиц не уверены, что готовы повышать финансовую грамотность. По нашему мнению, было бы оптимально разделить программы повышения финансовой грамотности на два уровня: первый уровень – это

программы вызывающие, формирующие интерес к финансовым вопросам, а второй уровень – уже собственно обучающие программы.

Финансовая грамотность также включает в себя понимание финансовых принципов и концепций, таких как финансовое планирование, управление сложными процентами и долгом, способы прибыльных сбережений и временная стоимость денег. Отсутствие финансовой грамотности может привести к неправильному финансовому выбору, что негативно сказывается на материальном благополучии человека. Для решения этой проблемы распоряжением Правительства Российской Федерации была утверждена «Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 – 2023 годы» [3].

В соответствии с данной стратегией повышение финансовой грамотности в России рассматривается в качестве одного из стратегического факторов обеспечения конкурентоспособности российского финансового рынка.

Основными шагами по достижению финансовой грамотности являются обучение навыкам составления бюджета и умению отслеживать расходы, создание и достижение финансовых целей, обучение методам погашения задолженности и эффективному планированию выхода на пенсию, решение внутренних и внешних финансовых проблем. Способствовать реализации этих шагов могут консультации финансового эксперта.

Основы финансовой грамотности помогают людям быть самодостаточными, способствуют достижению финансовой стабильности. Владение финансовыми инструментами помогает человеку принимать грамотные финансовые решения в конкретной ситуации, определить, как он зарабатывает, на что он тратит и что он накапливает.

Финансовая неграмотность затрагивает все возрасты и все социально-экономические уровни. Отсутствие навыков финансового планирования может привести к возникновению большого количества долгов и принятию неправильных финансовых решений. Многие люди становятся жертвами

хищнического кредитования, мошенничества и высоких процентных ставок, что в конечном итоге приводит к невыгодным кредитам, росту просроченной задолженности и банкротству.

По данным рейтинга финансовой грамотности регионов России за 2018 год Аналитического центра НАФИ, Россия занимает девятое место по уровню финансовой грамотности среди стран Большой двадцатки [5]. Индекс финансовой грамотности составляет 12,1 балл из максимально возможного 21 балла. Важным представляется вопрос о качественном росте финансовой грамотности, который заключается в снижении рисков чрезмерной и необоснованной задолженности граждан, минимизации рисков мошенничества со стороны недобросовестных участников рынка и, как следствие, за счет повышения уровня компетентности граждан в финансовых вопросах.

В заключении хотелось бы отметить, что обучение финансовой грамотности должно включать в себя как организационные навыки, формирование мотивации к долгосрочным сбережениям, ответственное отношение к выбору финансовых услуг и продуктов, так и формирование личной ответственности за собственное финансовое благополучие, так как финансовое благополучие и финансовая грамотность отдельного человека, как участника экономических отношений, влияет на стабильность экономики государства в целом.

Список литературы

1. Бабич А.М. Финансы: Учебник / А.М. Бабич, Л.Н. Павлова. - М.: ИД «ФБК-ПРЕСС», 2017. - 647 с.
2. Белихова Л.В. Оценка финансовой грамотности населения и пути ее повышения // Проблемы развития территории. - 2012. - № 4. - С.20-27.
3. Галишникова Е.В. Финансовое поведение населения: сберегать или тратить // Финансовый журнал. - 2018. - № 2. - С. 133-140.
4. Гондик Н.Ю. Финансовое поведение населения: теоретические аспекты // Master's Journal. - 2014. - № 1. - С. 330-333.
5. Горяев А., Чумаченко В. Финансовая грамота. М., 2019. 106 с.
6. Овчинников М. Обзор международной практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности. М., 2018. 456 с.

7. Повышение уровня финансовой грамотности – накопление в обществе человеческого капитала // Экономика мегаполисов и регионов. - 2010. - № 3 (33). - С. 12-21.

8. Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://minfin.ru/ru/om/fingram> дата обращения: 18.10.2019).

9. Щербик Е.Е. Налоговая культура: модернизация в рамках гражданского общества // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы / отв. ред. А.В. Коричко. 2014. С. 148–150.

© Мельник А.С., Сафарли М.С., 2019



УДК 65.015.3

К.Р. Муратова

БЕНЧМАРКИНГ КАК МЕТОД ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Научный руководитель:

Литвинович Франц Францевич,

кандидат юридических наук, доцент

Башкирского государственного педагогического
университета имени М. Акмуллы, г. Уфа

Аннотация. В статье анализируется один из методов менеджмента – бенчмаркинг. Актуальность изучения данного метода заключается в росте конкурентоспособности организаций. Условия рынка требуют от организаций высокого уровня качества своей продукции и предоставляемых услуг. Бенчмаркинг является методом, который позволяет поддерживать уровень конкурентоспособности организации и способствует ее развитию. Анализ положительных сторон бенчмаркинга позволяет сделать вывод о том, что применение данного метода является наиболее передовым и эффективным для организаций.

Ключевые слова: бенчмаркинг, менеджмент, качество, развитие организации, метод.

Современные условия рыночных отношений требуют от организаций высокого уровня конкурентоспособности и эффективности. Требуется выполнение поставленных целей и стратегических задач. Развитие организации и ее жизнеспособность зависят от многих факторов. На

сегодняшний день одним из основных факторов эффективного развития организации является бенчмаркинг.

Бенчмаркинг как один из методов менеджмента, на наш взгляд, наилучшим образом отвечает современным экономическим условиям. Приблизительно с 1920-х гг. применение исключительно экстенсивных факторов утратило свою результативность [1]. Требования потребителей постоянно растут. В связи с этим усложняются функции управления организацией. Бенчмаркинг – сравнительная оценка конкурентоспособности (competitive benchmarking), процесс сопоставления себя с теми, кто сумел достичь высоких стандартов качества продукции [2]. Для организации бенчмаркинг является методом, способствующим росту показателей эффективности производства либо предоставляемых услуг. Исходя из определения видно, что данный метод базируется на сопоставлении качества продукта организациями одного рода деятельности. Показатель качества – это один из критериев конкурентоспособности любой организации, влияющий на уровень ее успешности.

Рассмотрим, каким образом устроен процесс бенчмаркинга. В первую очередь, бенчмаркинг – это процесс сравнения организаций или их подразделений в зависимости от сферы деятельности; процесс сравнения продуктов и услуг, произведенных организацией, с продуктами и услугами ее конкурентов; сравнение различных типов оборудования с целью выбора наилучшего оборудования; внедрение выбранных оптимальных методов и приемов работы; выполнение и превышение ожиданий клиентов и потребителей. Бенчмаркинг может включать и другие показатели для сравнения в зависимости от характера деятельности организации.

Как инструмент развития эффективности организации бенчмаркинг имеет ряд преимуществ, так как является комплексным методом менеджмента. Одним из главных преимуществ является обучение организации на опыте других. Возможность проведения анализа ошибок конкурирующей организации позволяет избежать их допущения в будущем. Еще одним

преимуществом является возможность определения слабых и сильных сторон организации, что позволит акцентировать внимание руководства на конкретных точках, требующих доработки. Также данный метод управления позволяет организации расставить приоритеты в улучшении работы и сформировать дальнейшие планы развития с учетом внесенных корректировок.

Для повышения показателей эффективности организация может использовать внутренний, внешний и комбинированный бенчмаркинг. Каждый из видов бенчмаркинга имеет свои плюсы и минусы, которые надо учитывать. Внутренний бенчмаркинг подразумевает процесс сравнения различных подразделений внутри одной организации. Данный вид отлично подходит для организации, имеющей в своей структуре множество подразделений. Также внутренний бенчмаркинг подходит для организаций, которые только начинают использовать данный метод менеджмента. Организация сможет выявить лучшее подразделение, что позволит наладить работу и повысить уровень эффективности других. Разбирая процесс бенчмаркинга в своей организации, руководители смогут выстроить план работы со сторонними организациями и научить персонал им пользоваться. Внутренний бенчмаркинг позволяет организации выявить сферы деятельности, в которых возможны усовершенствования без привлечения посторонних сил; точно обозначает текущие проблемы; способствует улучшению взаимодействия подразделений организации.

Внешний бенчмаркинг подразделяется на внешний конкурентный, внешний отраслевой и внешний межотраслевой. Любой из внешних бенчмаркингов позволяет организации провести сравнение со своими конкурентами. Внимание руководителей направлено на исследование процедур конкурирующей организации, которые позволяют достичь эффективности. Задача внешнего бенчмаркинга – выявление истинных причин высоких показателей своих конкурентов. Наиболее эффективным видом бенчмаркинга является комбинированный. Он сочетает в себе процессы

по совершенствованию подразделений внутри организации и одновременно с этим позволяет внедрять результативные методы работы других организаций.

Практика применения бенчмаркинга в России не так широко распространена, как, например, в Японии и в Соединенных Штатах Америки. Одним из стимулов к применению бенчмаркинга российскими организациями является метод государственного стимулирования. Это Премия Правительства Российской Федерации в области качества, которая ежегодно присуждается организациям на конкурсной основе за достижение значительных результатов в области качества продукции и услуг, а также за внедрение высокоэффективных методов менеджмента качества.

Таким образом, бенчмаркинг является оптимальным инструментом для повышения эффективного развития организации. Описанный метод управления позволит организации пробудить имеющийся потенциал. Мониторинг деятельности конкурирующих предприятий способствует формированию базы новых знаний, накоплению опыта, поиску лучших технологий для реализации своей продукции на рынке. Бенчмаркинг – это непрерывный процесс развития организации, это метод, открывающий только лучшее в других организациях, позволяющий увеличить уровень конкурентоспособности и тем самым повысить эффективность развития организации.

Список литературы

1. Злобина Н.В. Современные инструменты развития системы менеджмента качества организации: монография / Н.В. Злобина, М.М. Висков, В.А. Толстошеина. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. – 100 с.

2. Удалов Ф.Е., Алёхина О.Ф., Гапонова О.С. Основы менеджмента: Учебное пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2013 – 363 с.

© Муратова К.Р., 2019



Ш.П. Погосян

ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ КАК ПРИОРИТЕТ РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Аннотация. Без конкуренции успех рыночной экономики невозможен, а конкуренция без инноваций невозможна. Инновационное развитие можно назвать одной из ключевых предпосылок повышения конкурентоспособности. Современное мировое экономическое развитие характеризуется ускоренными темпами научно-технического прогресса и повышением интеллектуального уровня ключевых факторов производства, определяющих конкурентоспособность национальной экономики. В статье представлены доля армянских инновационных организаций по видам инноваций, а также продажи инновационной продукции на географических рынках.

Ключевые слова: конкурентоспособность, высокие технологии, маркетинг, развития, инновация, экономика.

Экономическое развитие всегда требует постоянного потока новых идей и новых технологий. Очевидно, что инновации и творческий потенциал общества определяют конкурентоспособность страны и экономики. Более того, сегодня капитал и интеллектуальная собственность играют решающую роль в модернизации и развитии экономики. Положение каждого предприятия в конкурентной борьбе зависит от того, насколько ему удастся создать новые продукты и внедрить новые организационные технологии. Появление инноваций – это ключевой способ чувствовать себя уверенно на рынке и адекватно взаимодействовать с конкурентами. Инновационная форма экономического развития Армении признана ключевой движущей силой, способствующей восстановлению объемов производства, международной конкурентоспособности, повышению уровня жизни и эффективности национальной экономики, улучшению состояния окружающей среды.

В современной экономике инновации выступают в качестве действенного инструмента конкурентной борьбы, поскольку следствием их применения является формирование новых потребностей, снижение

себестоимости продукции, приток инвестиций, повышение имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, открытие и захват новых рынков, в том числе и внешних. Неудивительно поэтому, что на процесс создания, принятия и внедрения инноваций нередко воздействует целый ряд факторов, которые могут как и препятствовать, так и наоборот способствовать развитию инновационной деятельности компании. В специальной литературе широко распространено понимание того, что только некоторые одаренные люди могут проявлять инновационную деятельность в условиях рыночной конкуренции, в то время как другие могут лишь подражать или адаптироваться к инновациям. Это означает, что любые нововведения не могут быть реализованы всеми заинтересованными предпринимателями сразу и одновременно.

Инновация – это знание, воплощенное в коммерческий продукт. Цель инновации – обязательное получение экономического эффекта. Основные виды инноваций представлены в таблице 1.

Таблица 1

Виды инноваций и их характеристика

Производственные		Непроизводственные	
Технологические	Продуктовые	Маркетинговые	Управленческие
Нацелены на совершенствование технологий производства; результатом является снижение себестоимости производства, более эффективное использование дефицитных ресурсов, ускорение сроков производства	Имеют цель-улучшение либо потребительских характеристик выпускаемой продукции, либо разработку и внедрение новых видов продукции	Сводятся к разработке и внедрению новых методов воздействия на предпочтения потребителей, расширению рынка сбыта и повышении эффективности продвижения продукции на рынке	Нацелены на улучшение в процессе управления предприятием, с точки зрения решения бизнес-процессов.

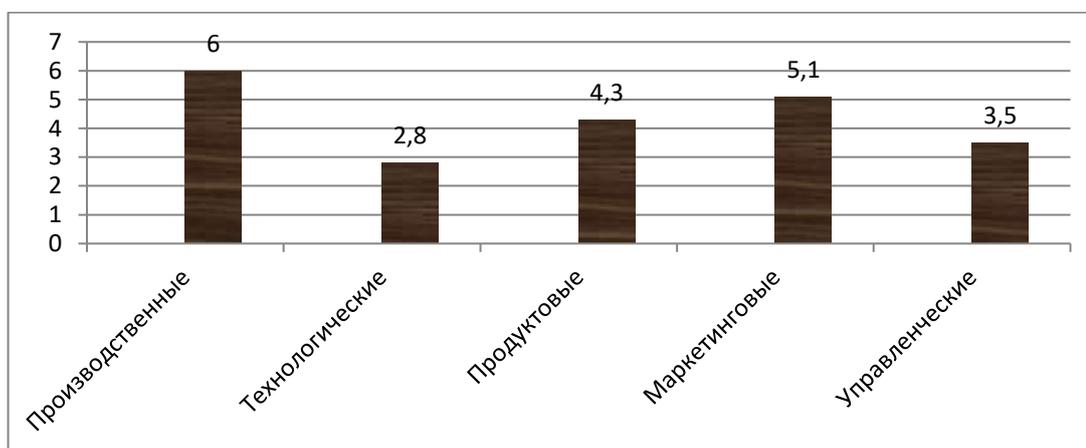
Источник: [3].

Экономическая успешность инновационного продукта на рынке сбыта определяется его конкурентоспособностью, которая стимулирует рост прибыли предприятия и одновременно способствует научно-техническому развитию отрасли и экономики страны в целом [4].

Представим долю инновационных организаций Республики Армения в общем количестве организаций в процентах от типов инноваций. График 1 показывает, что производственные и маркетинговые инновации составляют большую долю, а общая доля инноваций составляет 9,4% [1, ст. 10].

График 1

**Доля инновационных организаций в общем числе организаций.
Общее количество по видам инноваций в Республике Армения (%)**



Источник: [1, ст. 12]

Общее количество компаний, продающих товары и услуги РА, с точки зрения оборота на крупнейших географических рынках и по размеру организаций представлено в таблице 2, где видно, что наибольший объем приходится на небольшие компании на местном уровне, таким образом, продавая большинство товаров и услуг, содержащих инновации. Однако этого нельзя сказать о процентной доле инновационных продуктов и услуг, продаваемых малыми компаниями на рынках Европейского союза и в ассоциированных странах, которые составляют 54,3%, 16,6% в других странах и только 5,6% на региональном уровне. Для небольших компаний, продающих инновационные продукты, инициатива правительства может стать стимулом. Например, таким стимулом может стать предоставление новым иностранным

компаниям (в которых работают 20 человек) налоговых льгот, поскольку они могут принести с собой новые технологии, новые культурные веяния, а не только образовательные и иные модели сотрудничества [2].

Таблица 2

**Общее количество компаний, продающих товары и/или услуги:
крупнейшие географические рынки по обороту и размеру организации**

	Местный/региональный на уровне Армении		На национальном уровне (в разных регионах Армении)		В Европейском Союзе или в ассоциированных странах		В других странах	
	всего	из которых они имеют инновации	всего	из которых они имеют инновации	всего	из которых они имеют инновации	всего	из которых они имеют инновации
Крупные и средние	386	40	103	24	31	10	45	7
Малый	1529	87	301	30	46	25	90	15
Общий	1915	127	404	54	77	35	135	22

Развитие инновационных процессов в Армении в настоящее время является приоритетным направлением государственной экономической политики. Это связано с тем, что в условиях глобализации и появления экономики, основанной на знаниях, успехи мировых лидеров в области науки и техники во многом определяются эффективной интеграцией науки, образования и бизнеса. Модернизация экономики на основе инновационного развития приводит к значительным изменениям во всех сферах деятельности. Получение знаний и исследований из общественного блага превращается в часть рыночного механизма, высокотехнологичного инструмента конкуренции в стране.

Список литературы

1. Национальная статистическая служба Республики Армения. Доклад «Экспериментальное исследование инновационной деятельности юридических лиц и личных предприятий». Ереван, 2017. С. 10-12.
2. Проект Закона Республики Армения «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Армения «О государственной поддержке информационных технологий (НО-245-N)».

3. Синецкая М.А., Милова Ю.Ю. Инновационное развитие экономики России [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления. – СПб.: Свое издательство, 2016. С. 9-11. [Электронный ресурс]: URL:<https://moluch.ru/conf/econ/archive/219/11488/> (дата обращения: 07.10.2019).

4. Менеджмент и трудовые отношения [Электронный ресурс]: http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/konkurentosposobnost_innova_cij.html (дата обращения: 07.10.2019).

© Погосян Ш.П., 2019



УДК 338.462

Е.А. Порсева

ПРОБЛЕМЫ И УСЛОВИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МАЛОНАСЕЛЕННЫХ ГОРОДАХ РОССИИ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы и причины отсутствия большого потока туристов в малонаселенные города России. Предлагаются возможные пути решения проблемы.

Ключевые слова: туризм, турист, проблемы туризма, региональный туризм, малый населенный пункт.

Актуальность исследования заключается в том, что в настоящее время в Российской Федерации очень слабо развита инфраструктура туризма в малых городах. Между тем именно посещение малых городов России позволяет почувствовать многообразие и самобытность российской культуры. В России много уникальных природных зон, единственных в своем роде архитектурных памятников, значимых исторических мест. Приведем лишь некоторые примеры: памятники природы – хребет Аибка в Краснодарском крае, фумаролы вулкана Мутновский на Камчатке, пещера Шульганташ в Башкирии; примеры уникальных памятников архитектуры – башня Цаллаговых в Северной Осетии, усадьба Абрамцево в Московской области, завод-музей горнозаводской техники в Нижнем Тагиле и многие-многие другие.

Современный туризм – это достаточно активная форма организации отдыха для граждан, которая позволяет не только отдохнуть от городской суеты и работы, но и значительно расширить кругозор. Помимо того, что туризм можно отнести к способу познания окружающего нас мира, это так же способ международного и межрегионального сотрудничества. Туризм хорошо стимулирует развитие сферы услуг и предпринимательства [2].

По данным Всемирной туристской организации, Россия ежегодно принимает двадцать четыре миллиона иностранных туристов и занимает девятое место по Европе по потоку туристов. Но, несмотря на такую внушительную цифру, очень многие не выезжают дальше Московской области. Доход в этой области имеет 3,4% от ВВП страны, что в среднем составляет почти 8 миллиардов долларов. По данным на 2018 год, в этой отрасли заняты около 130 миллионов человек [5].

Большинство граждан России стремятся на отдых выехать за границу государства. Большая часть иностранных туристов при выборе своего туристического маршрута в России включают только такие города, как Москва и Санкт-Петербург [1].

Проблема заключается в следующем: многие музеи и архитектурные памятники содержатся отчасти на средства, предоставленные государством. Самый большой процент дохода на содержание памятников культурного наследия приходит на средства, вырученные от наиболее посещаемых экспозиций. Говоря по-другому, нет посещаемости – не будет и средств на содержание.

Архитектурные и природные исторические памятники города Москвы, Московской области, города Санкт-Петербурга и его пригородов, как правило, не испытывают затруднений в недостатке посетителей. Не только потому, что каждый третий россиянин хотел бы посетить эти замечательные места, но и потому, что за границей основная масса туристов слышали лишь об этих городах и регионах.

Малые города, села и деревни не могут рассчитывать на большой поток путешественников. Несмотря на то, что у этих населенных пунктов и имеющихся там памятников культурно-исторического наследия не менее интересная история и свои собственные легенды.

Еще одной проблемой можно считать недостаточно развитый внутренний туризм российских регионов. Во многих регионах музейные комплексы вынуждены поднимать стоимость своих услуг, чтобы «остаться на плаву».

Тем не менее, проблема может быть решена. Примером удачного решения служит старинный купеческий город Елабуга, который ежегодно посещают сотни тысяч туристов.

В России практически каждый регион имеет большой потенциал для развития сферы туризма. Для этого необходимы следующие составляющие: наличие капитала, системы управления, подготовка кадров для работы всех туристических сфер, рекреационные ресурсы, развитая инфраструктура (наличие одного-двух музейных комплексов недостаточно, крайне необходимо, чтобы были места, где турист сможет отдохнуть, поесть, приобрести что-то памятное и т. д.).

1. Несмотря на наличие электронных коммуникаций, история и достопримечательности малонаселенных пунктов почти не освещаются в прессе или зарубежной литературе. Туристы, собираясь в Россию, могут просто не представлять о том, что можно побывать и в других интересных и даже более доступных для посещения местах [4].

Существенный вклад в решение данной проблемы могут внести школьники и другие жители малых населенных пунктов. Размещение фотографий и видеороликов о местных достопримечательностях в авторских блогах и на страницах социальных сетей позволило бы привлечь внимание широкой аудитории.

Весомую помощь в привлечении туристов могут оказать ларьки с сувенирной продукцией на вокзалах малых городов, а также транслирование на мониторах вокзалов видеороликов о местных достопримечательностях.

Есть различные телепередачи о путешествиях (например, «Орел и решка», «Еда, я люблю тебя», «Жизнь других»), в редакцию которых можно отправить видеоролик или письмо с фотографиями. Всегда есть некоторая вероятность, что письмо найдет отклик. Освещение местных достопримечательностей в телепередаче неизбежно повысит туристический интерес.

2. Часто потенциальных посетителей останавливает то, что в населенном пункте нет гостиничных комплексов, и остановиться можно только у проживающих там граждан. Это особенно отпугивает туристов с детьми. Проблема с проживанием может быть решена благодаря сайтам для обмена жильем на короткий срок (например, сайт Homelink). И это, кстати, не плохой способ для владельца дома достаточно дешево и интересно путешествовать по миру.

3. Неразвитость транспорта тоже является немаловажной проблемой. В некоторые места трудно попасть, не имея собственного автотранспорта. Есть так же и другая сторона этой проблемы – стоимость пассажирских перевозок. В малонаселенных пунктах, как правило, если и есть, то всего одна компания, предоставляющая такие услуги, что позволяет ей устанавливать такие цены, какие заблагорассудится, ввиду отсутствия конкуренции.

Эту часть проблемы успешно решают частные предприниматели, организующие одно- и двухдневные поездки к местным достопримечательностям из ближайшего населенного пункта. Например, таким способом можно побывать на горе Масим в Башкортостане.

4. Стоимость отдыха в некоторых открытых для посещения и отдыха местах России заметно завышена. Порой стоимость отдыха в региональном санатории превышает стоимость тура за границей, в который включено все, то

есть перелет туда-обратно, проживание в отеле, экскурсии и питание. Тем не менее, посетить местные достопримечательности можно вполне бюджетно.

5. Информационная безопасность. Туристы покупают тур в ту или иную местность в надежде, что проведут отдых без вреда для здоровья. Как правило, туристические компании, в целях заработка, не освещают клиентам все возможные риски, например, экологические условия на данный момент времени (вспомним как пример ухудшение обстановки вокруг дремлющего вулкана Онтакэ в Японии, извержение которого в 2014 году привело к гибели более сотни туристов), необходимый уровень физической подготовки (в том случае, если в отдых включены экскурсии в труднодоступные места, например, подъем в горы, спуски в ущелья скал) и другие не менее важные сведения.

Региональный туризм в России необходимо развивать. Россия – обладательница территории впечатляющих размеров, которая не только позволяет во всей красе увидеть все четыре времени года, но и подняться на одни из самых высочайших гор, увидеть самое глубокое озеро Байкал, увидеть русскую равнину, засеянные поля, разливы рек, Ленские столбы, Уральские горы, вулканы Камчатки, заповедник Кижы, городище Аркаим, Чертово городище в Елабуге, а также множество музеев, музейных комплексов, музеев-заповедников, картинных галерей, домов-музеев выдающихся личностей разного времени и многое-многое другое.

Список литературы

1. Атлас инвестиционных проектов в сфере туризма, реализуемых в субъектах Российской Федерации. — Москва: Министерство культуры Российской Федерации, Ростуризм, 2017. — 270 с.
2. Зализняк Е.А. Региональный туризм: основные признаки и условия развития // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. 2011. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-turizm-osnovnyye-priznaki-i-usloviya-razvitiya> (дата обращения: 27.10.2019).
3. История российского туризма / под общ. ред. д.пед.н, проф. Т.И. Власовой. — Монография. — Санкт-Петербург: Издательство Д.А.Р.К., 2009. — 416 с.
4. Овчаренко Н.П., Руденко Л.Л., Барашок И.В. Организация гостиничного дела. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. — 208 с.

5. Туризм и отдых: некоторые факты и показатели 2017 года. Внутренний и въездной туризм. URL: <http://government.ru>. Правительство Российской Федерации (12 апреля 2018 г.). (Дата обращения: 16.10.2019).

© Порсева Е.А. 2019



УДК 65.011.56

Н.С. Размочаев, М.С. Сафарли

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕСА:

ЭФФЕКТИВНОСТЬ, УМНОЖЕННАЯ НА ПРИБЫЛЬ

Аннотация. Происходящие в современном мире глубокие экономические изменения стимулируют повышение конкурентоспособности компаний. Актуальность исследования определяется тем, что автоматизация бизнеса через CRM, ERP-системы позволяет развивать перспективы для бизнеса. В статье рассмотрена необходимость автоматизации бизнес-процессов на предприятии, с внедрением систем CRM и ERP, что в современных условиях важно для обеспечения стабильности бизнеса и сокращения затрат времени и ресурсов, а также для повышения рентабельности работы предприятия. В статье определена роль автоматизации бизнеса в условиях рыночной экономики, проанализирован рынок ERP-систем и выявлены лидеры по количеству внедрённых ERP-проектов на январь 2019 года.

Ключевые слова: бизнес, автоматизация бизнеса, ERP, CRM-системы, увеличение прибыли.

Постоянно меняющаяся конъюнктура рынка и необходимость принятия решений в условиях неопределённости и риска требуют от бизнеса оперативной обработки большого количества информации, что делает необходимым внедрение современных подходов к организации предпринимательской деятельности.

Применяя эффективные инструменты автоматизации бизнеса, можно стандартизировать все операции по получению запланированного. Это сделает взаимодействие с заказчиками более эффективным, отделы организации будут находиться в постоянном диалоге, а прибыль увеличится. С помощью

современных информационных технологий осуществляется решение следующих типов задач: планирование и бюджетирование, бухгалтерский учет, банковская и налоговая деятельность, анализ деятельности предприятия, управление предприятием, страховая деятельность и т. д.

Автоматизация бизнеса означает перевод компании с трудоемких ручных операций на современные информационные технологии в оперативной работе. Информация становится одним из наиболее важных и дорогостоящих ресурсов, позволяющим эффективно использовать трудовые, материальные и финансовые средства предприятия.

Чаще всего для того, чтобы увеличить прибыль предприниматели увеличивают отдел продаж. Продавцам необходимо платить зарплату, за них также приходится платить налоги, оплачивать помещение, телефонию, канцелярию. Получается большой список расходов. При этом маржа бизнеса не сильно увеличивается.

В отделе продаж работают живые люди. Когда они обзванивают клиентов, они могут быть в плохом настроении, с человеком на другом конце провода могут возникать неприятные ассоциации из прошлого.

Как же можно автоматизировать процесс продаж и при этом увеличить прибыль? Внедрить автопродавцов.

Рассмотрим подробнее, что имеется в виду.

После того, как человек решил покупать продукт на сайте, можно сразу предоставить ему возможность оплатить покупку. Далее выслать ему электронный чек по почте. Для того, чтобы у клиента не возникало вопросов при оплате нужно упростить процесс покупки. Зачастую, у большинства людей возникают повторяющиеся трудности во время оплаты. Их можно проработать заранее и таким образом облегчить процесс. Можно упростить оплаты, записать видео с подробной инструкцией. Также, можно внедрить чат-бота, который сам автоматически будет отвечать на вопросы пользователя.

Следующее, что можно упростить – это процесс напоминания клиенту о себе звонком из отдела продаж. Когда потенциальный покупатель находится

на сайте, можно взять у него почтовый адрес. В обмен можно предложить скидку или полезную информацию. Так, клиентам можно легко напомнить о своей компании автоматической рассылкой писем. Также в будущем можно использовать накопленную базу покупателей для рассылки о скидках, привозе нового товара и других предложениях. В сравнении с отделом продаж мы получаем больше возможностей для взаимодействия с клиентами. При этом мы не раздражаем его навязчивыми звонками с продажами. Таким образом, внедрением почтовой рассылки получаем сокращение отдела продаж и увеличение покупок со стороны пользователей во время рассылок писем.

После оплаты продукты необходимо поблагодарить клиента. Можно автоматизировать и этот процесс, если записать обращение к покупателю и автоматически рассылать заранее записанные звонки на номера клиентов. Покупателю будет приятно, у него останется приятное впечатление о компании. Так, в следующий раз он порекомендует компанию друзьям или сам закажет, ему же понравилось заказывать в этом месте.

При ведении любого бизнеса возникают задачи приведения к общему знаменателю всей клиентской базы. В любой предпринимательской деятельности сотрудники выбирают самый эффективный вариант учета и контроля всей информации, которые необходимо стандартизовать, и для этого используют CRM-систему.

Информационные технологии в экономике и управлении базируются на основе программных продуктов [7]. Например, в связи с новой финансовой реформой в России (принятием поправок в Федеральный закон № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники» от 03.07.2016 г., № 290-ФЗ) – ведением онлайн-касс для расчетов с покупателями – стало обязательным использование товароучетной системы для выдачи покупателям электронных или печатных чеков с товарной номенклатурой, а также их дальнейшей отправки через онлайн-канал в Федеральную налоговую службу [1].

Как правило, продажа контрольно-кассовой техники осуществляется в комплексе с программным обеспечением. При покупке онлайн-кассы

необходимо обратить внимание на функциональные возможности программного обеспечения. Кроме того, на предприятии может уже вестись автоматизированный бухгалтерский учет, например, в программах 1С или «Контур» – тогда необходимо учесть возможность интеграции кассового программного обеспечения с этими программами. В малом предпринимательстве автоматизацию применяют в поддерживающих процессах, которые прямо не влияют на повышение прибыли, но являются обязательными для ведения бизнеса – например, бухгалтерский учёт и отчётность и в основных бизнес-процессах, автоматизация продажи или автоматизация взаимодействия с клиентами (внедрение системы CRM).

Системы автоматизации – это программы и сервисы, которые позволяют перейти от ручного труда к информационным технологиям. При выборе системы автоматизации бизнеса предприятию необходимо выбрать программный продукт для автоматизации, где можно использовать типовой продукт или облачный сервис, или разработать и внедрить индивидуальное программное решение. Оптимальной для многих компаний малого бизнеса является решение о приобретении готового программного продукта с возможностью донастройки. В настоящее время на рынке информационных технологий имеется множество программных продуктов, которые отличаются особенными преимуществами и недостатками.

Сегодня самыми востребованными системами автоматизации являются CRM и ERP-системы. Такие системы позволяют наладить основные бизнес-процессы,кратно вырасти компании, заложить фундамент для последующей автоматизации. Системы похожи друг на друга, прежде всего идеей, заложенной разработчиками. Оба IT-продукта преследуют одну цель – автоматизировать и оптимизировать рабочие процессы на предприятии. Однако набор инструментов и задачи у них разные. CRM-система жизненно необходима любому современному бизнес-субъекту, работающему напрямую с клиентами и стремящемуся увеличивать число покупателей. Система ERP необходима для массовой автоматизации работы предприятия [4].

CRM-системы делают бизнес эффективнее, помогают учесть ошибки и выбрать наиболее подходящую стратегию планирования и развития предприятия. В России CRM-системы внедряют в основном, в торговой сфере, в индустрии услуг и гостеприимства.

CRM-система может решать абсолютно разнообразные задачи такие, как повышение продаж, организация маркетинговых мероприятий и ряд не менее важных задач. Любая CRM-система для малого бизнеса осуществляет следующие основные функции:

- Учет клиентов. Данная функция позволяет добавить всех клиентов в единую базу данных CRM-системы, а также фильтровать списки клиентов и сегментировать по различным типам.

- Управление продажами. Данная функция заключается в возможности добавлять в базу данных потенциальные сделки и привязать их определённому клиенту.

- Разграничение прав. Эта функция обеспечивает руководству контроль доступа к сделкам и контактам своих сотрудников.

1. Планирование. Благодаря, имеющимся в системе календарям сотрудник компании может максимально результативно планировать свою работу.

2. Аналитика. Эта функция представляет собой следующий набор отчетов: статистика продаж, выполненные и не выполненные задачи. Отчеты позволяют оценить эффективность работы.

Любая компания, внедрившая CRM-систему, сталкивается с необходимостью синхронизации ее данных с учетной системой предприятия. Возникает вопрос, как же избежать данной проблемы? Ответ очевиден, решением будет являться интегрирование CRM-системы и 1С:Бухгалтерии. Почему именно 1С:Бухгалтерия? Всем известно, что 1С на сегодняшний день – самая распространённая бухгалтерская программа на территории всей России и стран СНГ.

1С:Бухгалтерия разработана для автоматизированного ведения бухгалтерского и налогового учета на предприятии, которая осуществляет полный спектр задач по ведению бухгалтерского учета на предприятии, а именно:

- 1) Операции по банку и кассе;
- 2) Учет о поступлении, движении и выбытии основных средств и нематериальных активов;
- 3) Учет о поступлении, движении и выбытии материально-производственных запасов;
- 4) Учет товаров и услуг выполненных работ;
- 5) Учет производства продукции;
- 6) Учет валютных операций;
- 7) Расчеты по зарплате;
- 8) Расчеты с бюджетом;

1С:Бухгалтерия включает набор стандартных отчетов, позволяющих получить информацию за произвольный период, в различных разрезах и с необходимой степенью детализации:

- 1) Отчеты по синтетическому учету;
- 2) Отчеты по аналитическому учету;
- 3) Отчеты по разделам учета.

Основной целью, интеграции CRM-системы и 1С:Бухгалтерии, является автоматизация процессов продажи, маркетинга и обслуживание клиентов, а самое главное – это свести ручной труд к минимуму и оптимизировать процесс работы бухгалтера.

Интеграция CRM-системы и 1С:Бухгалтерии позволяет решать следующие задачи:

- 1) Исключает двойной ввод информации в системы, ускоряя процесс продажи и повышая эффективность работы сотрудников.

2) Обеспечивает автоматическое формирование счетов в 1С:Бухгалтерии на основе счетов и заказов в CRM-системе, устранив на данном этапе человеческий фактор.

3) Исключает необходимость обучения менеджеров по продажам работе сразу в двух системах – 1С и CRM, сократив время на их адаптацию.

В заключение хотелось бы отметить следующее, что интеграция CRM-системы с 1С:Бухгалтерией является важной и необходимой для повышения эффективности работы и сокращения совокупной стоимости владения IT-инфраструктуры компании. И для Интернет-торговли это и будет эффективным решением проблемы процесса продажи, маркетинга и обслуживания клиентов, что приведет к увеличению прибыли.

Система ERP (планирование ресурсов предприятия) – это организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами. ERP-система – конкретный программный пакет, реализующий стратегию ERP. Цель данной системы – держать ресурсы предприятия под контролем и превратить отдельные части компании в единый механизм [7].

Таблица 1

**ERP-системы в России
для автоматизации бизнеса, период 2007 – 2019 гг.**

Организация	Программный продукт	Процент, %	Количество проектов, ед.	Страна разработчика
Microsoft	Microsoft Dynamics ERP	5,8%	518	США
Oracle	E-Business Suite	5,2%	465	США
SAP AG	SAP, SAP R3	6%	530	Германия
Terrasoft	Terrasoft CRM	3,6%	213	Лондон, Российская Федерация, СНГ
Фирма 1С	1С Предприятие	31%	2780	Российская Федерация
Галактика	Галактика ERP	7,5%	660	Российская Федерация
Парус	Парус ERP	4%	360	Украина

Данных об итогах российского рынка ИТ в 2018 г. пока также немного. По данным Росстата, в 2018 г. валовый внутренний продукт (ВВП) России увеличился на 1,5%. Среди самых успешных оказалась информационно-телекоммуникационная отрасль – она выросла на 3,7%.

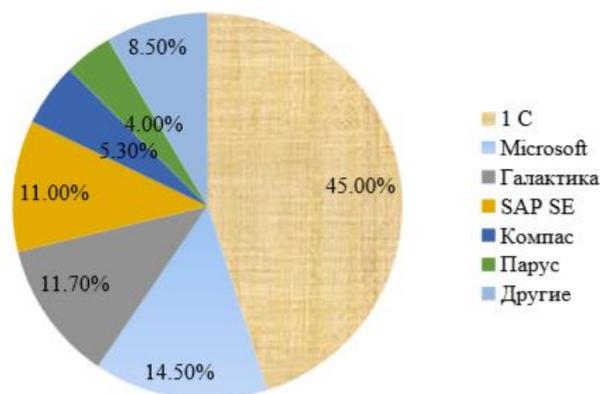


Рисунок 1. Доля лидеров по количеству ERP-проектов по состоянию на 2019 год

Широко востребованы системы автоматизации предприятий также в сферах машиностроения, строительства и пищевой промышленности.

Ежедневно компании ИТ завоевывают новых потребителей; соперничая с другими, разрабатывают новые решения, технологии, которые совсем недавно человечеству казались недостижимыми и невозможными. В настоящее время российский рынок ERP-систем активно развивается. В России они составляют 20 – 40% роста, тогда как на западном рынке – лишь единицы процентов.

Таким образом, оба ИТ-продукта занимаются автоматизацией бизнеса, но CRM – на уровне взаимоотношений между компанией и клиентами, а ERP – на уровне внутренней организации всего предприятия. Если предприятию необходимы возможности обеих программ, то еще на стадии выбора системы нужно принять решение, о том, какой из вариантов интеграции будет наиболее удобен.

Список литературы

1. Бочкова Е.В., Пищулина Д.С. Этапы организации и особенности работы интернет-магазина // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сб. науч. тр. 2018. – Вып. 17. – С. 112-121.
2. Данько Т.П. Управление маркетингом: учебник для вузов / Т.П. Данько. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 267 с.
3. Репин Владимир. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / Владимир Репин. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 505 с.
4. Самуйлов К.Е. Бизнес-процессы и информационные технологии в управлении современной инфокоммуникационной компанией / К.Е. Самуйлов, А.В. Чукарин, Н.В. Яркина. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 512 с.
5. Старовойтова Т.Ф. Информационные системы в бизнесе / Т.Ф. Старовойтова, А.Н. Лавренов. – М.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2015. – 150 с.
6. Мотышина М.С. Системный анализ: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2017. – 189 с.

© Размочаев Н.С., Сафарли М.С., 2019



УДК 339.37

И.В. Ряднова

РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ УЧЕТА И АУДИТА ОПЕРАЦИЙ ПО ДВИЖЕНИЮ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Аннотация. Статья посвящена раскрытию особенностей развития методики учета и аудита операций по движению товаров в розничной торговле; определены основные задачи ведения учета на предприятиях розничной торговли и выделен ряд требований к его осуществлению. Помимо этого, раскрывается суть аудита операций по движению товаров и его необходимость для предприятия розничной торговли.

Ключевые слова: розничная торговля, учет и аудит, движение товаров, управленческая деятельность, товар.

На сегодняшний день понимание управленческой деятельности и управленческих функций претерпевает значительные изменения. Так, ранее классический набор, который включал учет, анализ и контроль, расширен и учитывает так же текущее и перспективное планирование, прогнозирование,

организацию и координацию, регулирование и стимулирования и т.п. Такое функциональное понимание управленческой деятельности является формализованным и нормативно заданным, регламентированным по предмету, средствам и способам. Другими словами, предметом управленческой деятельности выступает взаимосвязь и согласованность материального, хозяйственного, а также социального характера, которые поддаются формальному, количественному и экономическому описанию. При этом следует заметить, что содержательная суть общих функций управления проявляется относительно объекта и предмета управленческой деятельности. Предметом в таком случае выступают процессы производственно-хозяйственной деятельности, а объектом являются элементы такой деятельности.

Та или иная деятельность в компании протекает в пределах двух систем. Первая из них – система хозяйственной деятельности представляет собой организационную систему, которая основывается на достижении заданных целей фирмы. Вторая представляет собой систему контроля, в которую входит политика компании, бюджет, правила и инструкции управления, система учета и отчетности, которые направляются, в конечном счете, на то, как компания будет достигать поставленных целей.

Каждый день на предприятии розничной торговли протекает большое число различных хозяйственных процессов и товарных операций, например, приобретение продукции у поставщика, доставка и прием товара, его разгрузка и хранение, продажа или списание. Поэтому для эффективного управления указанными процессами в розничной торговле широко используются возможности бухгалтерского учета.

Среди основных задач ведения учета на предприятиях розничной торговли выделяются следующие:

- отражение финансовых результатов предприятия;
- учет всего «имущества» предприятия в количестве и стоимости;
- учет источников, которые формируют доход предприятия;

- формирование информации о результатах деятельности предприятия.

Основываясь на полученные данные, грамотный управляющий планирует работу предприятия и принимает различные управленческие решения, направленные на обеспечение финансовой стабильности. Следует отметить, что учет товаров в розничной торговле должен отвечать ряду требований, среди которых следующие:

- учитывать все операции;
- отражать операции с товарами в постоянном режиме;
- сохранять правильное оформление, отвечающее требованиям законодательства.

Важным моментом является то, что розничная торговля представляет собой продажу определенных товаров штучно или небольшими партиями потребителям для личного применения. Поэтому эффективная работа такого предприятия предполагает отражение всех операций с товарами, своевременное осуществление учета поступающей продукции, ежедневное ведение статистики реализации товаров. Ведение такой деятельности ненадлежащим способом зачастую приводит к выявлению большого количества недостатков при инвентаризации.

Отмечается, что каждый магазин самостоятельно выбирает свою учетную политику и формирует ее. В розничной торговле принято использовать такой основной способ бухгалтерского учета товаров как учет по покупным ценам или по продажным ценам. Учет по покупным ценам представляет собой фактическую себестоимость товаров. Другими словами, та сумма денег, которая была потрачена на их покупку. Учет по продажным ценам равен сумме покупной стоимости товара и торговой наценки самого розничного предприятия.

В связи с этим, для того, чтобы магазин эффективно рассчитывал продажную цену товара, опираясь на покупную цену, важно составлять «реестр розничных цен». В том случае, если предприятие платит НДС, то расчет цен должен опираться на стоимость товаров у поставщиков, которые

освобождены от уплаты данного налога. Тем самым к стоимости товара без НДС прибавляется наценка и НДС для получения розничной цены товара. Таким образом, опираясь на один из двух способов, предприятие может организовать эффективный учет движения товаров.

Порядок учета реализации всех товаров обуславливается ценой ведения учета – покупной или продажной. Поскольку продажная цена представляет собой более распространённый вариант для магазинов, то следует охарактеризовать как производится учет реализованной продукции, определяясь продажной стоимостью товаров. Так, розничная торговля предполагает «заключение» договора купли-продажи в устной форме, когда право собственности на тот или иной товар покупатель получает в момент продажи после того, как продавец получает деньги. Такой «договор» становится заключенным в момент получения потребителем товарного или кассового чека, что выступает подтверждением оплаты продукции. Проведение расчетов с покупателями в нашей стране осуществляется посредством контрольно-кассовой техники. Показания такой техники позволяют выявлять размер выручки за день. Так, все деньги поступают в кассу, а сумма выручки отражается в книге кассира-операциониста. В случае реализации товаров в розничном магазине, необходимо также вести журнал учета отпуска товара, в котором будет отображаться вся информации о продукции (дата отпуска, наименование товара, количество, стоимость, подпись лица, которое выдало товар) [1].

Что касается значения аудиторской проверки товарных операций в предприятиях, то ее роль достаточно велика, поскольку в практике бухгалтерского учета бывают ситуации, при которых бухгалтеры допускают ошибки в учете товарных операций, что в свою очередь сказывается на искажении бухгалтерской отчетности и проявлению неправильно вычисления финансовых результатов деятельности предприятия.

Целью осуществления аудита товарных операций является проверка и подтверждение достоверности финансовой отчетности предприятия, а также

установление совершаемых им финансово-хозяйственных операций посредством нормативно-правовых актов, которые действуют в Российской Федерации.

Для реализации такой цели аудитору необходимо решать ряд задач, а именно:

- изучение положений учетной политики по тем направлениям, которые реализуются в каждом конкретном участке проверки;
- определение наличия товаров и их состав;
- ознакомление с условиями хранения конкретного товара;
- подтверждение правильности оценки товаров;
- оценка качества проводимой инвентаризации товаров.

Предполагается, что проведение аудиторской проверки должно начинаться с оценивания системы внутреннего контроля за операциями с товарами. В связи с этим необходимо изучить следующие положения:

- периодичность проведения инвентаризации активов, которая будет обеспечивать сохранность товаров;
- разработку и соблюдение графика документооборота;
- уровень автоматизации учета;
- своевременность отражения в регистрах учета операций по поступлению и продаже товарных запасов.

Место внутреннего аудита в хозяйственной деятельности предприятия состоит не только в том, что он является необходимым элементом управленческого контроля, который направляет деятельность фирмы в разные области, но также его роль заключается в том, что он способствует помощи для руководства решать разные стратегические задачи, начиная от обеспечения удовлетворения потребностей администрации по предоставлению контрольной информации и заканчивая поиском путей эффективного использования ресурсов с целью повышения качества, производительности и рентабельности предприятия розничной торговли [3].

Необходимо отметить, что основной задачей системы внутреннего контроля считается обеспечение сохранности имущества предприятий, изучение полноты и достоверности информации о хозяйственных операциях, которые совершаются на предприятиях, применение формы и методов контроля, обеспечивающие повышение эффективности хозяйственной деятельности компании.

Разработка и составление программы аудита является завершающей стадией планирования. Во время аудита учета товаров в розничной торговле члены аудиторской группы проводят указанные в плане и программе аудита проверочные процедуры. Эти процедуры выполняются в соответствии с требованиями правил (стандартов) аудиторской деятельности. Обобщив всю полученную информацию, аудитор формирует мнение о достоверности отраженных в бухгалтерском учете операций по движению товаров и выражает его в форме заключения [2].

Таким образом, системы управленческого учета и анализа получают в нашей стране все большее распространение. К сожалению, в розничной торговле они встречаются сравнительно редко. Во многом, это объясняется недостаточной разработкой теоретических и методологических вопросов организации и методик такого учета, в полной мере отражающих специфику розничной торговли.

В настоящее время учет товаров на предприятиях розничной торговли регулируется нормативными документами различного уровня, основным из которых является Положение по бухгалтерскому учету материально производственных запасов, в котором определен общий порядок учета материалов, готовой продукции и товаров, в том числе и товаров для перепродажи.

Список литературы

1. Мильруд Е.Д. Учет движения товаров на предприятиях розничной торговли [Электронный ресурс]. URL: <http://economy-lib.com/uchet-dvizheniya-tovarov-na-predpriyatiyah-rozничnoy-torgovli>
2. Соколов Б. Роль службы внутреннего аудита в компании // Финансовый директор. 2017. № 6. С. 13-17

3. Юцковская И.Д. Задачи и функции внутреннего аудита в компаниях / И.Д. Юцковская, А.А. Косарева // Финансовые и бухгалтерские консультации. 2016. № 12.

© Ряднова И.В., 2019



УДК 331.108.2

Ю.А. Скоблова

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА – ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Аннотация. Отличительной чертой современной экономики является постоянное изменение условий деятельности предприятий, обусловленное многими факторами. В таких, порой экстремальных условиях деятельности, особое значение имеет кадровая политика. В статье рассматриваются актуальные вопросы в области формирования целей и задач управления человеческими ресурсами и разработки кадровой политики для развития сотрудников организации, которая является неотъемлемой частью стратегии управления персоналом.

Ключевые слова: управление персоналом, кадровая политика, стратегия управления персоналом, закрытая и открытая кадровая политика, эффективность.

Совершенствование системы управления персоналом предприятий в условиях рыночных отношений представляет одну из актуальных задач современного развития экономики. Оптимизация системы формирования, распределения и использования персонала в рыночной модели экономики отдельного региона, так и для каждого предприятия, независимо от форм собственности является вопросом особой важности. Решение этой задачи диктуется потребностями производства в условиях конкуренции. Важнейшим направлением успешной работы системы управления предприятиями является развитие персонала, это особенно значимым в контексте быстрого устаревания профессиональных навыков и знаний, теряющих свою актуальность с существенной скоростью. Это создаёт условия для ускорения разработки кадровой политики предприятия. Для более эффективной работы сотрудников

и для определения специфических требований в организации разрабатывается кадровая политика, благодаря которой осуществляется реализация целей и задач управления трудовыми ресурсами компании. Кадровая политика понятие широкое, и в теории и практике управления данную категорию определяют как совокупность принципов, форм, организационных механизмов по выработке целей, задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание квалифицированного и высокопроизводительного сплочённого коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учётом стратегии развития организации [6, с. 90]. Формирование стратегии управления персоналом организации в первую очередь предусматривает кадровая политика. Следовательно кадровая стратегия находится в прямой зависимости от кадровой политики. Кадровую политику, существующую на конкретных предприятиях, можно классифицировать по двум принципам (рис. 1, рис. 2):

- уровень влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию в организации;
- ориентация на собственный или внешний персонал.

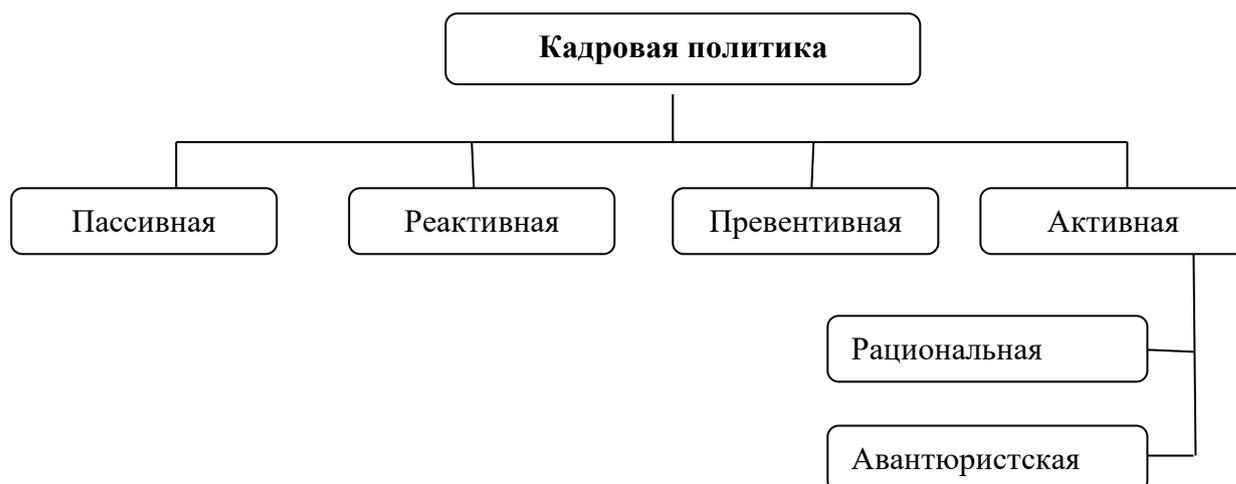


Рисунок 1. Виды кадровой политики организации в зависимости от уровня влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию [6]

Пассивная кадровая политика является актуальной, когда топ-менеджмент организации не имеет определенно выраженной программы действий в отношении своего персонала, а вся кадровая работа строится лишь на ликвидации возникающих негативных последствий. Руководство организации при пассивной кадровой политике принимает решения в режиме экстренного реагирования и конфликтные ситуации стремится погасить любыми средствами, как правило, без попыток понять причины и возможные последствия.

Реактивная кадровая политика направлена на мониторинг и контроль руководством негативных последствий работы с персоналом, причинами развития кризиса: отсутствие квалифицированного персонала для выполнения определённых задач, возникновение конфликтных ситуаций, неэффективная система мотивации, приводящая к уменьшению производительности труда. Руководство предприятия принимает быстрые меры по локализации кризиса. Кадровая работа направлена на понимание причин возникновения кадровых проблем [1, с. 109].

Превентивная кадровая политика реализуется руководством организации, когда имеются обоснованные прогнозы развития ситуации, но руководство организации, использующие превентивную кадровую политику, не обладает знаниями и средствами для влияния на нее. Службы управления персоналом строят кратко- и среднесрочные прогнозы потребности в кадрах, обосновывают качественные и количественные требования, формулируют задачи по развитию персонала. Ключевая проблема предприятий с превентивной кадровой политикой – отсутствие разработки дальнейших целевых программ.

Если менеджмент предприятия имеет не только прогнозные данные, но и инструменты воздействия на возникшую ситуацию, а кадровая служба способна разработать программы по развитию персонала, проводить постоянный мониторинг ситуации и корректировать исполнение политики в

соответствии с внешней и внутренней ситуацией, то можно сказать, что предприятие использует активную кадровую политику.

Но способы, которыми вправе пользоваться руководство при анализе, могут быть как рациональными, так и нерациональными (мало поддающимися алгоритмизации и описанию). В соответствии с этим можно выделить два подвида активной кадровой политики – рациональную и авантюристскую.

При использовании рациональной кадровой политики менеджмент организации имеет обоснованный прогноз развития ситуации и располагает средствами для влияния на нее.

При авантюристической кадровой политике предприятие не точного прогноза развития событий, но стремится влиять на них. Служба управления персоналом организации не располагает средствами для прогнозирования ситуации на рынке потенциальных сотрудников и диагностики персонала, однако в программы развития предприятия включены планы кадровой работы, как правило направленные на достижение общих целей развития предприятия, но не проанализированных с точки зрения постоянно меняющихся условий рынка [4, с. 251].

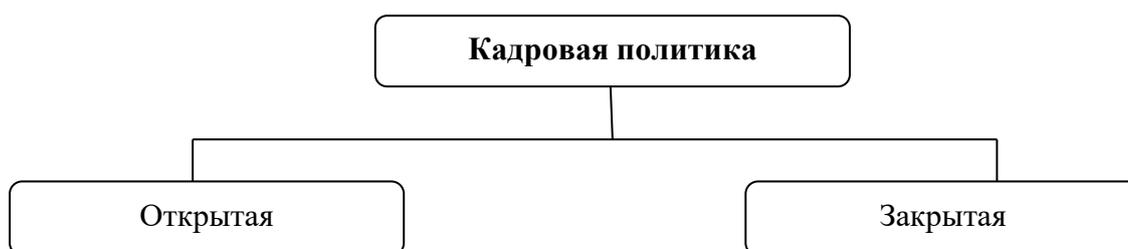


Рисунок 2. Виды кадровой политики в зависимости от ориентации на собственный или на внешний персонал [2]

При открытой кадровой политике на любом структурном уровне предприятие является «прозрачным аквариумом» для потенциальных кандидатов на вакантные должности. Сотрудник может устроиться не только на низовые должности, но и занять должность руководителя. Что является не

всегда позитивным фактором, так как у персонала теряется мотивация расти по карьерной лестнице, зная, что на места топ-менеджмента могут взять стороннего человека, абсолютно незнакомого с спецификой деятельности предприятия. Организация с открытой кадровой политикой готова принять на работу любого специалиста, обладающего соответствующей квалификацией.

Закрытая кадровая политика характерна тем предприятиям, которые выстраивают корпоративную атмосферу и дух причастности сотрудников к организации. Руководящие должности замещаются только из числа сотрудников фирмы, а включение нового персонала из вне производится на должности низших уровней. Данная политика укрепляет приверженность персонала к компании, повышая стремление расти и развиваться в ней как можно дольше.

Для построения эффективной кадровой политики необходимо выстроить представление о целях, задачах, нормах и способах осуществления мероприятий по управлению персоналом. Кадровые мероприятия – это совокупность действий, направленные на соответствие персонала общим целям и требованиям предприятия. Кадровая политика в целом предусматривает осуществление следующих мероприятий:

- количественное и качественное планирование персонала;
- регулярное донесение информации работникам об общих положениях стратегии и целях организации;
- предъявление современных требований к вакантным должностям и кадровому составу;
- адаптация вновь нанятых специалистов;
- развитие персонала и помощь в повышении квалификации работников;
- гибкая система мотивации сотрудников;
- планирование расходов на кадровый потенциал предприятия.

Система управления персоналом предприятия должны быть выстроена таким образом, чтобы приводить к желаемому результату в отношении любой проблемы. Для этого и необходимо разрабатывать кадровую политику, которая поможет повысить эффективность работы всего персонала организации. При формировании кадровой политики необходимо придерживаться следующих этапов:

1 этап: нормирование. Цель – согласование целей и задач работы с персоналом с целями и задачами стратегического развития предприятия. В рамках данного этапа важно изучить и проанализировать все особенности корпоративной культуры, составить план всех возможных изменений внешней и внутренней среды организации, спрогнозировать и разработать перечень компетенций для потенциальных сотрудников и определить цели развития кадрового потенциала.

2 этап: программирование. На данном этапе разрабатывается программа по достижению целей и задач работы с персоналом, учитывающая изменения конкурентной внутренней и внешней среды. Формируется комплекс кадровых процедур и мероприятий по достижению целей, своего, которые закрепляются в кадровой стратегии предприятия. Главное условие, оказывающий влияние на разработку таких программ, – использование приемлемых инструментов и способах воздействия, их согласование с ценностями компании.

3 этап: мониторинг персонала. Цель – разработка и реализация программ планирования и диагностики кадровой ситуации. На этапе «мониторинг персонала» необходимым условием является определение индикаторов состояния кадрового потенциала. Кроме того, разрабатывается и внедряется методика оценки эффективности разработанных кадровых программ [5, с. 41].

Итак, формирование кадров предприятия прежде всего связано не с однозначным решением, а с анализом всех возможных путей развития и выбором наиболее эффективного из них. Таким образом, будет правомерна постановка вопроса и о выборе кадровой стратегии с учетом всех факторов и

обстоятельств, характерных для настоящего и будущего организации. При выборе кадровой политики учитываются такие факторы, как:

- сфера деятельности и общая стратегия развития предприятия;
- финансовые возможности предприятия, которые определяют допустимый уровень расходов на управление человеческими ресурсами;
- ситуация на рынке труда (количественные и качественные характеристики предложения труда по профессиям предприятия, условия предложения);
- уровень заработной платы в экономике страны;
- требования трудового законодательства, принятая культура работы с наемным персоналом и т. д.

Таким образом, можно сделать вывод, что главным богатством и основой любой организации являются люди. Человек всегда представлял собой ключевой ресурс организации. Поэтому конкурентоспособное предприятие стремится максимально эффективно использовать возможности персонала, создавая для этого все необходимые условия. Основным инструментом при постановке целей и задач по совершенствованию кадрового потенциала организации является кадровая политика, в которой отражены основные положения развития персонала предприятия, способствующая эффективному использованию потенциала сотрудников для достижения организационных и личных целей. Взаимосвязь кадровой стратегии и кадровой политики заключается во взаимном влиянии целей организации, принципов кадровой политики и функций управления персоналом. Эффективная кадровая политика является залогом успешного функционирования предприятия на внешнем рынке.

Список литературы

- 1 Базарова Т.Ю., Ерёмкина Б.Л. Управление персоналом: Учебник для вузов /Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М: ЮНИТИ, 2018. —560 с.
- 2 Кондратьева Е.А. Содержание, задачи и методики формирования кадровой политики предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2016. № 7. С.38-44.

3 Маслова В.М. Управление персоналом. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: 2015. — 492 с.

4 Четыркина Т.Ю. Концептуальные аспекты взаимосвязи кадровой политики и стратегии развития организации // Теория и практика общественного развития. 2016. № 9. С. 249-253.

5 Щёкин Г.В. Основы кадрового менеджмента: Учебник. — 5-е изд., стереотип. — К.: МАУП, 2014. — 280 с.

6 Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. — 4-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 695 с.

© Скоблова Ю.А., 2019



СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Азатян Лиана Самвеловна – научный сотрудник Института экономики Национальной Академии наук Республики Армения, г. Ереван, Республика Армения.

Аксинина Ольга Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент Самарского государственного экономического университета, г. Самара.

Василиади Алина Михайловна – студент 1 курса магистратуры (группа ГМУ-м-о-191), Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», кафедра государственного и муниципального управления, г. Симферополь.

Вертинская Анастасия Андреевна – бакалавр 2 курса ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», г. Благовещенск.

Воронова Татьяна Андреевна – доктор экономических наук, профессор, профессор ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва.

Григорьева Анна Николаевна – кандидат экономических наук, доцент Тихоокеанского государственного университета, г. Хабаровск.

Гринёв Андрей Олегович – магистрант ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк.

Данилевская Виктория Георгиевна – магистрант Института управления, экономики и финансов Казанского федерального университета.

Дмитриева Екатерина Ивановна – Самарский государственный экономический университет, г. Самара.

Еремеева Татьяна Сергеевна – кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», г. Благовещенск.

Задорожная Ольга Анатольевна – кандидат исторических наук, доцент Сургутского государственного университета, г. Сургут.

Иванченко Евгений Сергеевич – кандидат экономических наук, доцент Тихоокеанского государственного университета, г. Хабаровск.

Иванченко Ольга Григорьевна – доктор экономических наук, профессор Тихоокеанского государственного университета, г. Хабаровск.

Кузнецова Юлия Олеговна – студент 2 курса Сургутского государственного университета, г. Сургут.

Кузьменко Светлана Сергеевна – старший преподаватель ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк.

Кузьмин Дмитрий Николаевич – кандидат педагогических наук, доцент Красноярского института железнодорожного транспорта Иркутского государственного университета путей сообщения, г. Красноярск.

Курьин Вячеслав Витальевич – бакалавр 4 курса ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», г. Благовещенск.

Лунюшкина Алёна Константиновна – студент Красноярского института железнодорожного транспорта Иркутского государственного университета путей сообщения, г. Красноярск.

Магомадов Арби Ибрагимович – студент 3 курса Исторического факультета ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», г. Грозный.

Максимова Юлия Игоревна – студент Красноярского института железнодорожного транспорта Иркутского государственного университета путей сообщения, г. Красноярск.

Маматова Ольга Михайловна – магистрант ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», г. Белгород.

Мануйлова Мария Максимовна – студент магистратуры направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», Российский государственный университет нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина, г. Москва.

Марданова Наталья Викторовна – магистрант 1 курса ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», г. Благовещенск.

Марданова Татьяна Александровна – магистрант 1 курса ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», г. Благовещенск.

Мельник Алина Сергеевна – студент 2 курса Сургутского государственного университета, г. Сургут.

Муратова Карина Равиловна – магистрант Башкирского государственного педагогического университета имени М. Акмуллы, г. Уфа.

Мухачева Регина Сергеевна – бакалавр 2 курса ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», г. Благовещенск.

Погосян Шогер Петровна – кандидат экономических наук, Научный сотрудник Института экономики Национальной Академии наук Республики Армения, г. Ереван, Республика Армения.

Попова Алина Олеговна – Самарский государственный экономический университет, г. Самара.

Порозов Роман Юрьевич – кандидат культурологии, доцент кафедры акмеологии и психологии среды Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург.

Порсева Екатерина Андреевна – студент 5 курса социально-гуманитарного факультета Башкирского государственного педагогического университета имени М. Акмуллы, г. Уфа.

Пуськова Анастасия Александровна – магистрант ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк.

Размочаев Никита Сергеевич – студент 2 курса Сургутского государственного университета, г. Сургут.

Ряднова Ирина Васильевна – магистр Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород.

Сафарли Мария Сергеевна – старший преподаватель кафедры менеджмента и бизнеса Сургутского государственного университета, г. Сургут.

Скоблова Юлия Александровна – магистрант Национального исследовательского Мордовского государственного университета имени Н.П. Огарева, г. Саранск.

Смяцкий Дмитрий Георгиевич – студент Пензенского государственного университета, г. Пенза.

Стародумова Марина Игоревна – документовед Управления научно-образовательной и проектной деятельности Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург.

Тюленева Татьяна Ивановна – кандидат экономических наук, доцент Тихоокеанского государственного университета, г. Хабаровск.

Харисова Фирдаус Ильясовна – доктор экономических наук, профессор Института управления, экономики и финансов Казанского федерального университета, г. Казань.

Шмаркова Анна Владимировна – студент Национального исследовательского Мордовского государственного университета имени Н.П. Огарева, г. Саранск.

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГУМАНИТАРНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК

**Сборник научных трудов
Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием
«АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГУМАНИТАРНЫХ
И ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК»**

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов

Технический редактор Игнатьева Т.А.

Подписано в печать 26.11.2019 г. Формат 60x84/16

Объем 25,5 п.л. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии ООО «Турусел»

197376, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова, д. 38, toroussel@mail.ru

Заказ № 14012 от 26.11.2019 г.
