Международная Объединенная Академия Наук

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

Рецензируемый научный журнал

Февраль 2021 г.

НОМЕР 70

ЧАСТЬ 3

Самара 2021

УДК 001.1

ББК 60

Т34

Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования». Февраль 2021 г. № 70, Часть 3 Изд. НИЦ «Л-Журнал», 2021. – 168 с.

DOI 10.18411/lj-02-2021-p3

В выпуске журнала собраны материалы из различных областей научных знаний.

Журнал предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов.

Все материалы, размещенные в журнале, опубликованы в авторском варианте. Редакция не вносила коррективы в научные статьи. Ответственность за информацию, размещенную в материалах на всеобщее обозрение, несут их авторы.

Информация об опубликованных статьях будет передана в систему ELIBRARY

Электронная версия журнала доступна на сайте научно-издательского центра «Л-Журнал». Сайт центра: ljournal.ru

УДК 001.1

ББК 60

<http://ljournal.ru>

Содержание

РАЗДЕЛ XVIII. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.....	6
Амельченко А.В. Социально-экономическое преобразование РФ в условиях глобализации.....	6
Антюфеева М.Д. Основные способы коммерциализации объектов интеллектуальной деятельности.....	16
Валяева В.Г., Измалкова И.В. Анализ эффективности использования основных средств на предприятии.....	19
Дубровина Л.В. Пандемия и ее влияние на розничную торговлю.....	23
Иневатова О.А., Овсянников Н.О. Проблемы развития букмекерского бизнеса в Российской Федерации.....	26
Кагарманова А.И., Филатенков К.С. Направления по укреплению финансового состояния предприятия.....	30
Кагарманова А.И., Голованов А.В. Собственный капитал предприятия: сущность, оценка и пути повышения эффективности использования.....	33
Килина А.А. Роль и место региональных органов государственной власти в привлечении денежных средств населения.....	36
Килина А.А. Современное состояние системы привлечения денежных средств населения на российском рынке.....	40
Крутов Р.А. Преимущества и недостатки кредитного скоринга как метода оценки кредитоспособности потенциального заемщика.....	45
Лосева А.С., Гриднева Ю.С., Дёмина В.О. Организация системы внутреннего контроля на предприятии.....	49
Лукичѳв П.М. Время труда и время отдыха: японский и датский подходы.....	52
Муравьева Е.К. Использование малотоннажных установок СПГ.....	55
Насыров Р. Управление земельными ресурсами в России.....	59
Павлов А.И., Брежнева О.В. Современные проблемы на российском рынке труда....	61
Редников Д.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и цели.....	64
Садыралиев Ж. Сопоставления понятий уровня и качества жизни: субъективное наполнение.....	67
Сайфидинов Б., Нистрянѳ Д.В. Теоретические основы занятости и безработицы.....	74
Сайфидинов Б., Абдуллин Е.Р. Необходимость особого внимания к оценке рисков компании на фоне возрастающей волатильности.....	77
Семеняк А.К. Проблемы устойчивого функционирования банковского сектора РТ....	82

Тменова Е.С., Калюгина И.В. Актуальные вопросы организации бухгалтерского учёта дебиторской и кредиторской задолженности на примере предприятия ООО "Павловскинвест" Павловского района Воронежской области..... 86

Уртенкова М.П. Принципы формирования финансовой информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности..... 91

Столбова Е.Д., Усачева Л.А., Щербакова Т.В. ФРС и ЦБ: методы борьбы с безработицей для стимулирования формирования сбережений населения 94

Умеренкова Е.А., Яновская О.Р. Применение цифровых технологий на рынке труда 100

РАЗДЕЛ XIX. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ..... 107

Абиева М.М., Дубаева М.С., Межиева А.И. Стратегия повышения финансовой грамотности населения 107

Калмыкова А.Д., Сыроижко В.В. Основы социальной защиты населения в Российской Федерации 110

Костина Д.Д. Мировой опыт государственных мер в области общественных финансов при нивелировании экономических последствий COVID-19 114

Мазур Е.В. Необходимость экологического мониторинга (на примере Мурманской области)..... 117

Махова А.В., Созонова Е.И. Анализ расходов на гражданскую науку в Российской Федерации в 2015–2019 гг..... 120

Полухина А.Н., Сыроижко В.В. Мероприятия налогового контроля и виды налоговых правонарушений 124

Тимофеев К.О. Формы государственной поддержки студентов на региональном уровне в Чувашской республике 127

Холодова К.С., Сыроижко В.В. Возможности повышения уровня бюджетной обеспеченности муниципальных образований..... 131

РАЗДЕЛ XX. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА..... 135

Буякова Ю.Л. Анимационный контент как инструмент рекламного воздействия..... 135

Иневатова О.А., Ремзов А.С. Рекламный маркетинг. Путь к успешной рекламной кампании 138

Каменская Д.Д. Возможности использования теории архетипов в брендинге 143

Попова В.Н. Роль бренд-айдентики во внутрикорпоративных отношениях на примере компании «Р.Д.Менеджмент сервисез» 148

Свирин В.А., Герасимов Д.Д. Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинговой деятельности 152

РАЗДЕЛ XXI. МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИКА..... 155

Мамытбек уулу Талгар, Айбашев М.Ж. Меняющиеся модели миграции в Кыргызской республике 155

РАЗДЕЛ XXII. СЕРВИС И ТУРИЗМ 162

Евдокимова А.А., Кусерова А.И. Сопровождение иностранных туристов в России. 162

РАЗДЕЛ XVIII. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Амельченко А.В.

Социально-экономическое преобразование РФ в условиях глобализации

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет

«ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)

(Россия, Санкт-Петербург)

doi: 10.18411/lj-02-2021-76

idsp: ljjournal-02-2021-76

Аннотация

В статье проанализированы тенденции изменений в товарной структуре экспорта-импорта России до и после вступления в ВТО, показана динамика ВВП, при этом отражена значительная роль сырьевого сектора в международной торговле. Выявлены направления, структура и причины перемещения капитала, в т. ч. прямых инвестиций. Освещены некоторые аспекты преобразований в сфере высшего образования России после присоединения к ВТО.

Ключевые слова: глобализация, внешняя торговля, ВТО, ВВП экспорт минеральных продуктов, инвестиционный климат, конкуренция, высшее образование, кадры.

Abstract

In the following article the trends of changes in export-import commodity composition of Russia before and after joining WTO are being analyzed; the dynamics of Gross Domestic Product is being shown; and also a significant part of base material sector in international commerce is reflected. The directions, structure and reasons for capital transfer including direct investments are shown. Several transformation aspects in the field of Russian higher education after joining WTO are highlighted.

Key words: globalization, international commerce, WTO, Gross Domestic Product, export of mineral resources, investment environment, competition, higher education, human resources.

Вступление России в мир глобализации, ее активное участие в международных структурах, в том числе и в ВТО (Всемирная торговая организация), требуют глубокого осознания сущности, истоков, перспектив и последствий этих процессов. Понимая под глобализацией, локомотивом которой являются США, всестороннюю экспансию, осуществляемую отдельными индивидуумами, государствами и межгосударственными объединениями, следует заметить, что глобализация затронула практически все сферы человеческого бытия: торговлю, финансы, промышленность, коммуникации, информатику, науку, технику, образование, здравоохранение, культуру, религию.

В то же время, принимая во внимание теорию внешней торговли можно констатировать, что развитие внешней торговли есть благо для любой страны, ибо в результате достигается повышение благосостояния нации, совершенствуются внутривозрастные пропорции, размещение и развитие производительных сил. С этой точки зрения присоединение Российской Федерации к Всемирной торговой организации (ВТО), завершившееся подписанием Федерального закона №126-ФЗ от 21 июня 2012 г. «О ратификации Протокола к присоединению Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 февраля 1994г.», можно считать положительным явлением в политико-экономической жизни страны. Собственно подписание данного закона стало лишь юридическим актом, закрепляющим завершение долгосрочного переговорного процесса, так как начинался

этот процесс еще во времена СССР, но в те годы это было невозможно в силу нерыночных условий ведения хозяйства.

Система целей, достижение которых планировалось в рамках ВТО, также выглядела достаточно перспективной и экономически целесообразной:

- достижение высоких темпов роста экономики страны, в т.ч. валового внутреннего продукта (ВВП);
- получение доступа на иностранные рынки за счет предоставления режима наибольшего благоприятствования;
- появление широкого ассортимента продукции;
- создание благоприятного инвестиционного климата;
- повышение конкурентоспособности отечественных товаров;
- получение доступа к передовым технологиям;
- участие в международном механизме разрешения торговых споров;
- рост доходов населения и повышение качества жизни;
- улучшение имиджа России в мире как полноправного участника внешнеторговых отношений.

Хотя с момента официального присоединения РФ к ВТО прошло не так много времени, но с учетом того, что в процессе переговоров о присоединении российская экономика последовательно проводила изменения в соответствии с требованиями ВТО, первые результаты уже можно оценить, по крайней мере, понять – какие качественные (коренные) изменения произошли в социально-экономической жизни страны и населения; и вообще – каковы перспективы достижения сформулированных целей.

Оценим динамику и структуру внешней торговли России. В табл. 1 и 2 приведены некоторые статистические данные, характеризующие структуру внешней торговли в период с 1995 г. по 2019 г. включительно [3; 4; 6].

Таблица 1

Товарная структура экспорта РФ (по данным таможенной статистики), %

	1995	2000	2005	2010	2015	2018	2019
Экспорт, всего в т.ч.	100	100	100	100	100	100	100
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье, (кроме текстильного)	1,8	1,6	1,9	2,2	4,7	5,5	5,9
Минеральные продукты	42,5	53,8	64,8	68,5	63,8	64,9	63,3
в т.ч. нефть сырая, нефтепродукты, газ природный	93,4	95,3	95,0	92,8	94,1	87,9	---
Продукция химической промышленности, каучуки	10,0	7,2	6,0	6,2	7,4	6,1	6,4
Металлы, драгоценные камни и изделия из них	26,7	21,7	16,8	12,7	11,9	11,9	12,5
Машины, оборудование и транспортные средства	10,2	8,8	5,6	5,4	7,4	6,5	6,7
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них; древесина и целлюлозно-бумажные изделия; текстиль, текстильные изделия и обувь; прочие товары	8,8	6,9	4,9	5,0	4,8	5,1	5,2

Анализ табл. 1 показывает, как менялась товарная структура экспорта России, начиная с 1995 г. (условно будем считать этот год началом активных переговоров о присоединении РФ к ВТО и, соответственно, последовательное приведение условий хозяйствования к аналогичным, существующим в этой организации).

Таблица 2

Товарная структура импорта РФ (по данным таможенной статистики), %

	1995	2000	2005	2010	2015	2018	2019
Импорт, всего в т.ч.	100	100	100	100	100	100	100

Машины, оборудование и транспортные средства	33,6	31,4	44,0	44,4	44,8	47,3	46,2
Продукция химической промышленности, каучуки	10,9	18,0	16,5	16,1	18,6	18,3	19,6
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье, (кроме текстильного)	28,1	21,8	17,7	15,9	14,6	12,5	12,2
Минеральные продукты; кожевенное сырье, пушнина и изделия из них; древесина и целлюлозно-бумажные изделия; текстиль, текстильные изделия и обувь; металлы, драгоценные камни и изделия из них; прочие товары	27,4	28,8	21,8	23,6	22,0	21,9	22,0

В первую очередь, в общей структуре экспорта следует отметить рост доли продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья: с 1,8% в 1995 г. до 5,9% в 2019 г., при этом в 2016 г. эта доля достигала даже 6%. В рамках данной группы экспортных товаров основное место занимает вывоз пшеницы и меслина: экспорт этих злаков возрос с 11,9 млн. тонн в 2010 г. до 44,0 млн. тонн в 2018 г. [4]. Однако, как представляется, столь значительный рост экспорта зерна является следствием значительного увеличения валового сбора зерновых: в последнее десятилетие валовый сбор пшеницы достиг и даже превысил рубеж в 100 млн. тонн. Но это скорее результат государственной поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, ибо поддержка аграриев осуществлялась вопреки рекомендациям ВТО.

Целесообразность присоединения России к ВТО, с точки зрения получения доступа на иностранные рынки, наиболее ярко проявляется на основе анализа изменения доли экспорта машин, оборудования и транспортных средств, а также продукции химической промышленности.

«Жалкое зрелище...» - ярко выраженная понижающая тенденция при низком уровне доли машин и оборудования: 10,2% в 1995 г. и 6,7% в 2019 г. Даже в СССР в 1985 г. доля этой товарной группы составляла 15,6% [2], а ведь именно эта товарная группа определяет и выражает инновационный характер продукции, ее конкурентоспособность на мировом рынке. Сопоставив данные результаты с изменением экспортной доли минеральных продуктов, получаем «душераздирающее зрелище». Доля минеральных продуктов в общей структуре экспорта России неуклонно возрастает: за анализируемый период рост составил более 22% - с 42,5% в 1995 г. до 63,3% в 2019 г. (В 1985 г. доля топлива и электроэнергии в общем объеме экспорта составляла всего 52,8%).

Чтобы исключить инфляционные моменты, а также разницу в темпах изменения цен на минеральные продукты в табл. 3 [3; 4] приведены данные по экспорту основных минеральных продуктов в натуральных единицах измерения.

Таблица 3.

Экспорт основных минеральных продуктов РФ

	1995	2000	2005	2010	2015	2019
Нефть сырая, млн. тонн	122,3	145	253	247	245	267
Нефтепродукты, млн. тонн	47,0	62,7	97,1	133	172	143
Газ природный, млрд. м ³	192,3	194	207	174	186	220

Из табл. 3 видно, что экспорт нефти сырой, включая газовый конденсат, увеличился с 122,3 млн. тонн в 1995 г. до 267 млн. тонн в 2019 г. (в 1985 г. экспорт нефти сырой составил около 140 млн. тонн); нефтепродукты – с 47 млн. тонн в 1995 г. до 143 млн. тонн в 2019 г. (1985 г. около 60 млн. тонн); газ природный с 192,3 млрд. м³ в 1995 г. до 220 млрд. м³ в 2019 г. И это при том, что именно нефтегазовая отрасль, ставшая главной отраслью и флагманом экономического роста России, заняв ведущие конкурентные позиции на мировом нефтегазовом рынке, подверглась жесточайшим

экономическим санкциям, включая запрет на экспорт в Россию технологий нефтедобычи и глубокой нефтепереработки, отказ от совместных проектов в нефтяной и газовой сфере и инвестирования перспективных проектов. При этом санкциям подверглась не только нефтегазовая отрасль, но и другие отрасли способные конкурировать на мировом рынке: атомная энергетика, оборонно-промышленный комплекс, авиационная и космическая промышленность, банковская сфера и прочие.

Сторонники вступления РФ в ВТО широко декларировали идею о том, что с помощью этой организации будут достигнуты высокие темпы роста экономики, в т. ч. ВВП, являющегося важнейшим индикатором результатов социально-экономических преобразований в стране. На основе официальной статистики [1; 2; 3;4] мы составили табл. 4, где представлены темпы прироста ВВП в сопоставимых ценах.

Таблица 4

Среднегодовые темпы прироста ВВП (в сопоставимых ценах; в среднем за год; в процентах)

1991-1995	1996-2000	2001-2005	2006-2010	2011-2015	2016-2019
-9,1	1,6	6,2	3,5	1,6	1,35
<i>Первый этап</i>		<i>Второй этап</i>		<i>Третий этап</i>	

Анализируя данные табл. 4, в динамике ВВП можно выделить несколько этапов.

Первый этап – 90-е годы прошлого века: очевидная понижающаяся тенденция, особенно в первой половине девяностых годов, когда среднегодовое снижение темпов прироста составило более 9%. Особо следует выделить период с 1992 г. по 1994 г.: 1992 г. – падение на 14,5% и 1994 г. – на 12,7%. Основными причинами такого спада темпов прироста ВВП стали развал страны и экономики; ликвидация предприятий; перераспределение собственности и т.п. Причем все эти процессы происходили не без помощи «западных партнеров». Кроме того, открытие таможенных границ позволило иностранным компаниям без особых затрат заполнить отечественный потребительский рынок товарами народного потребления, что также не способствовало выживанию российских предприятий в условиях «неожиданно» возникшей конкурентной борьбы и, соответственно, препятствовало росту ВВП. Однако в конце анализируемого периода уже наметился некоторый рост: 1999 г. – 5,4%, 2000 г. – 9%.

Второй этап – первое десятилетие XXI века. На этом этапе наметился достаточно устойчивый рост ВВП, так в период с 2001 г. по 2005 г. среднегодовые темпы прироста составили 6,2%. Наибольший прирост ВВП - 8,1% отмечен в 2007 г. Но уже в 2009 г., как результат мирового финансово-экономического кризиса, ВВП снизился на 13% по сравнению с 2008 г., что, собственно, и привело к снижению среднегодовых темпов прироста ВВП до 3,5% в 2006 – 2010 гг. Кроме того, данный кризис показал существенную зависимость экономики России от колебаний мировых цен, в т.ч. на энергоносители. Также негативно отразились на темпах роста экономики РФ отток капитала за рубеж и ужесточение условий внешних заимствований и, как следствие этого, резкое снижение котировок акций российских компаний. В то же время считаем, что углубление интеграционных процессов не является основной причиной падения темпов роста ВВП. Основной причиной, как представляется, стало усиление политической, экономической и военной мощи России, укрепление позиций РФ на мировых рынках, соответственно, относительное снижение роли США. Это стало причиной введения различных санкций, причем под надуманными предлогами, т.е. снижение темпов прироста ВВП России в этот период носил субъективный характер и определялся степенью ущемления интересов (снижением прибылей) транснациональных компаний.

Третий этап – второе десятилетие двухтысячных годов: снижение темпов прироста ВВП продолжается, сформировалась устойчивая понижающаяся тенденция. В первой половине анализируемого десятилетия среднегодовой темп прироста составил

1,6%, против 3,5% в 2006-2010 гг., а во втором - только 1,35%. В этот период в полной мере сказались ранее введенные санкции. Даже отмена некоторых, например поправки Джексона-Вэника в ноябре 2012 г., в соответствии с которой запрещалось предоставлять России режим наибольшего благоприятствования в сфере торговли, не изменили складывающейся негативной тенденции, ибо взамен одной поправки были введены многочисленные новые торговые и политические ограничения. При этом США распространили санкции не только против отечественных компаний, но и против зарубежных, сотрудничавших с российскими. Особенно ярко это проявилось и проявляется при строительстве газопровода «Северный поток-2». К этому следует добавить следующее: во-первых, экономический спад, произошедший в начале-середине девяностых годов, не преодолен до сих пор; во-вторых, падение темпов прироста ВВП будет продолжаться и дальше, этому способствуют неблагоприятные мировые процессы, в т. ч. и ситуация с COVID-19; в-третьих, участие в ВТО никоим образом не сможет изменить сложившуюся ситуацию.

Еще один аспект определяющий вступление России в ВТО это создание благоприятного инвестиционного климата и приток прямых иностранных инвестиций в российскую экономику. Анализ динамики иностранных инвестиций в экономику России на первый взгляд подтверждает их непрерывный рост. Так, например, за период с 2000 г. по 2018 г. поступление иностранных инвестиций увеличилось с 10958 млн. долл. США до 64124 млн. долл. США. При этом в 2016 г. был достигнут уровень инвестиций в 237511 млн. долл. США. Однако в структуре общего объема иностранных инвестиций четко прослеживается негативная тенденция, направленная на снижение доли прямых иностранных инвестиций и увеличение доли торговых и прочих кредитов. Так за период с 1995 г. по 2018 г. доля прямых инвестиций снизилась с 67,7% до 13,7%. При этом с момента вступления РФ в ВТО эта доля достигнув уровня 13-14%, стабилизировалась. Да и в структуре прямых иностранных инвестиций преобладают кредиты, полученные от совладельцев организаций - более 55%; около 40% составляют взносы в капитал. Основными странами – инвесторами остаются Франция и Нидерланды, а также Кипр, Виргинские острова, Багамы и Швейцария. Таким образом, несмотря на создание благоприятного инвестиционного климата, поток иностранных инвестиций в экономику России, достигнув определенного уровня, практически перестал расти.

В этой связи заслуживает внимания другой аспект, характеризующий зарубежные инвестиции, это получение доступа к передовым технологиям. Данное направление мы связываем с иностранными инвестициями в основной капитал, т. е. с инвестициями, направленными на строительство, реконструкцию (включая расширение и модернизацию) объектов, которые приводят к увеличению их первоначальной стоимости, приобретение машин и оборудования, транспортных средств, производственного и хозяйственного инвентаря, культивирование биологических ресурсов. Другими словами именно эта часть иностранных инвестиций позволяет получить доступ к передовым технологиям.

В табл. 5 представлена динамика иностранных инвестиций в основной капитал и их доля в общей сумме инвестиций в основной капитал.

Таблица 5

Иностранные инвестиции в основной капитал (в сопоставимых ценах)

	2000	2005	2008	2010	2012	2015	2017	2018	2019
Иностранные инвестиции в основной капитал, всего, млн. долл. США	427	5339	10358	5799	7188	4007	3510	2973	3033
Доля иностранных инвестиций в основной капитал, %	1,5	8,2	7,5	5,9	6,1	8,3	6,5	6,2	5,8

В абсолютном выражении максимальный уровень был достигнут в 2008 г. – 10,4 млрд. долл. США, после чего последовал резкий спад почти на 60% вызванный, главным образом, мировым финансовым кризисом. Да и в целом, до начала кризиса сформировалась непрерывная повышающая тенденция. Начиная же с 2012 г., с момента вступления России в ВТО, когда отмечался небольшой рост, объем иностранных инвестиций в основной капитал постоянно снижается: с 7,2 млрд. долл. США в 2012 г. до 3,0 млрд. долл. США в 2019 г., более чем в 2 раза. Конечно, не последнюю роль в этом негативном процессе играет и снижение валютного курса рубля по отношению к доллару США, и снижение уровня прямых иностранных инвестиций (хотя связь между объемом прямых иностранных инвестиций и иностранными инвестициями в основной капитал является умеренной, значение коэффициента корреляции составляет только 0,65), и экономические санкции, но вывод очевиден – вступление РФ в ВТО никоим образом не способствовало росту иностранных инвестиций в основной капитал российских организаций. Да и доля данного вида инвестиций в общей сумме инвестиций в основной капитал не превышает 8% (кроме 2005 г. – 8,2% и 2015 г. – 8,3%). К этому следует добавить, что введенный Федеральной службой государственной статистики (Росстат) с 2013 г. новый показатель «Инвестиции из-за рубежа в основной капитал» имеет среднегодовое значение доли таких инвестиций за период с 2013 г. по 2019 г. только 0,78%.

На наш взгляд большинство ответов на возникшие вопросы дает анализ инвестиций из России, т. е. анализ динамики вывоза капитала из РФ, табл. 6 [3; 4; 5; 6].

Таблица 6

Инвестиции из России за рубеж, млн. долл. США

	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2015	2018
Инвестиции за рубеж, всего	226	15154	31128	96222	151673	149905	201640	---	---
в т.ч. прямые, млн. \$/ %	$\frac{20}{8,9}$	$\frac{382}{2,5}$	$\frac{558}{1,8}$	$\frac{10271}{10,7}$	$\frac{10040}{6,6}$	$\frac{17246}{11,5}$	$\frac{76265}{37,8}$	$\frac{22085}{--}$	$\frac{31377}{--}$
торговые кредиты	35	2165	12246	75076	101160	104228	96680	---	---
банковские вклады	167	12558	16206	766	1148	1035	440	---	---
прочие кредиты	2	11	1407	9217	19139	20038	23814	---	---

Даже при наличии незначительного массива информации отчетливо прослеживаются сложившиеся тенденции. В первую очередь это касается суммарных инвестиций из России, где необходимо обратить внимание на статистику 2013 г. Если до этого времени приток иностранных инвестиций в Россию, как правило, превышал отток инвестиций из России, то в 2013 г. уже отток превысил приток на 31,5 млрд. долл. США. После чего Росстат перестал публиковать статистические данные об общем объеме вывезенного из России капитала. Исключением стали прямые инвестиции из России, объем которых сократился с 76,3 млрд. долл. США в 2013 г. до 31,4 млрд. долл. США в 2018 г. А ведь отличительной особенностью прямых инвестиций является участие инвестора в управлении объектом, в который вложен его капитал, т. е. прямые инвестиции ассоциируются с созданием и функционированием за рубежом собственных компаний, в т. ч. путем выкупа или поглощения существующей фирмы.

Поменялась и структура инвестиций: в начале двухтысячных годов превалировала доля банковских вкладов, например, в 2000 г. данная доля составляла более 80%, а к середине второго десятилетия акценты сместились в пользу торговых кредитов – более 50% и прочих кредитов – 15%. Интерес представляет и перечень стран-получателей российских инвестиций: Кипр, Виргинские острова, Швейцария,

Нидерланды, Австрия, Багамы, т. е. практически те же страны, из которых в Россию поступают инвестиции, хотя объем поступивших в РФ инвестиций составляет 17-20% от вывезенных в ту или иную страну инвестиций.

Таким образом, обобщая анализ международного движения капитала из России и в Россию, следует отметить следующее, во-первых, большая часть «инвестиций» из России вывозится в рамках так называемого «бегства» капитала - капитал «бежит» в те страны и территории, где ниже налоги и где больше возможности укрыть незаконно нажитые средства; во-вторых, вступление РФ в ВТО большей частью способствовало именно «бегству капитала», а не модернизации технологий и производств в России.

Оценивая вышесказанное можно сделать неутешительный вывод: цели, ориентированные на экономический рост страны, не достигнуты. Это и не удивительно. Мировому рынку, контролируемому транснациональными корпорациями, не нужен еще один мощный конкурент: получив после распада СССР новые рынки сбыта, увеличив торговый оборот и свои доли в структуре мирового рынка, они не хотят и не будут уменьшать свои прибыли, что, собственно, и показывает анализ внешней торговли (в т.ч. импорт машин и оборудования: рост с 33,6% в 1995 г. до 46,2% в 2019 г.). Им не нужен конкурент, обладающий высокотехнологичным и наукоемким производством, соответственно аналогичной продукцией, им нужен сырьевой придаток в виде поставщика ресурсов, в т. ч. дешевой рабочей силой.

Более того, предпринимая бесчисленные попытки разрушения научно - технического и военно - промышленного потенциала России, западные конкуренты не оставляют без внимания и глубинные, корневые причины успехов поступательного движения страны. Мы неоднократно обращались к проблемам образования и науки в Российской Федерации [1], затрагивая те или иные аспекты этого важнейшего процесса, определяющего, в конечном итоге, темпы инновационного развития экономики страны. Действительно, разработка и внедрение принципиально новых технологий становится главным условием успешной конкурентной борьбы, основным средством повышения эффективности производства и улучшения качества товаров и услуг. Решение же этой проблемы лежит в плоскости обеспечения предприятий и организаций высококвалифицированными кадрами, обладающими новейшими знаниями в области науки, техники и производства.

В целом такие положения закреплены в соответствующих документах: Федеральном законе «Об образовании в РФ», в Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы, в Федеральном государственном образовательном стандарте, в которых говорится о том, что миссия высшего образования заключается в подготовке интеллектуальной элиты общества, способной вывести страну на мировой научно-технический и экономический уровень. Но в действительности складывается несколько иная картина. Так, ключевые функции социального государства – образование и здравоохранение – по требованию ВТО были переведены в «услуги», что и было закреплено в Федеральном законе «О некоммерческих организациях», где сказано «Бюджетным учреждением признается некоммерческая организация...для выполнения работ, оказания услуг...в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также иных сферах». Аналогичные нормы содержатся и в Федеральном законе «Об автономных учреждениях».

Некоторые характеристики процесса подготовки «интеллектуальной элиты общества» приведены в табл. 7 [3].

Таблица 7.

Характеристика образовательного потенциала

	2000	2010	2018	2019
Число образовательных организаций высшего образования и научных организаций, осуществляющих образовательную	965	1115	741	---

деятельность по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, всего				
Численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, тыс. человек	4761	7050	4162	4068
Численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, на 10 000 человек населения	324	493	284	277
Численность профессорско-преподавательского персонала, тыс. чел.	279,6	261,0	236,1	229,3
Число организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам начального, основного и среднего общего образования, тыс.	68,8	50,8	41,3	---
в т.ч. в сельской местности	45,5	30,6	23,6	---
Выпуск по программам подготовки квалифицированных рабочих и служащих на 10 тыс. занятого населения	118	86	23	23

Из табл. 7 хорошо видны наметившиеся понижающиеся тенденции в системе образования. В первую очередь это касается количества вузов. На начало 2000/01 учебного года их было 965, в них обучалось 4761,0 тыс. студентов; на начало 2018/19 учебного года только 741 и 4162 тыс. студентов; на начало 2019/2020 учебного года количество студентов сократилось до 4068 тыс. Но, если обратиться к статистике прошлых лет, то становится очевидным значительное увеличение количества вузов. Так, например, в 1975 г. было 483 вуза и 2856,9 тыс. студентов; 1980 г. - 494-3045,7; 1985 г. - 502 – 2966,1; 1990 г. - 514 – 2824,5; 1994 г. - 553-2534,0, соответственно [5]. Мы вполне допускаем, что количественный рост вузов в первом десятилетии настоящего века связан с одним из законов диалектики, когда накопление незаметных, постепенных количественных изменений в определенный для каждого отдельного процесса момент с необходимостью приводит к существенным, коренным, качественным изменениям, к скачкообразному переходу от старого качества к новому. Однако начавшаяся ликвидация вузов говорит о других мотивах этого процесса: с одной стороны, это попытка устранить последствия коммерциализации обучения, как следствие недостаточного государственного финансирования высшей школы, и устранение конкурентов - с другой. Для чего был сформирован набор малопонятных критериев, с их помощью определяются так называемые неэффективные вузы, начинается процедура ликвидации.

Второй негативный вывод, вытекающий из анализа табл.7, это значительное сокращение общеобразовательных учреждений: в 2018/19 учебном году по сравнению с 2000/01 учебным годом почти на 40% и, главным образом, начальных - с 14994 в 2001/01 учебном году до 1651 в 2018/19 учебном году, т.е. более чем в 9 раз. Но здесь ответ более чем очевиден – переход на так называемое нормативное подушевое финансирование образовательных учреждений. При этом школы закрывались главным образом в сельской местности: с 45,5 тыс. в 2000 г. до 23,6 тыс. в 2018 г. Надо заметить, что школа в селе всегда представляла организационное начало, следовательно, закрытие школы равносильно ликвидации населенного пункта, а это уже подрыв основ культуры и государственности.

Третий вывод, который вытекает из табл.7 ставит под сомнение выполнение принятых программ и концепций социально-экономического развития страны в целом и, в частности, образования и науки. Речь идет о сокращении выпуска квалифицированных рабочих и служащих на 10000 занятого населения со 118 человек в 2000 г. до 23 человек в 2019 г., т.е. сокращение более чем в 2 раза. Это означает, что в отраслях народного хозяйства нет процесса замещения старых кадров новыми, высококвалифицированными. Каким образом в этом случае развивать

высокотехнологичные отрасли, в которых Россия обладает серьезными конкурентными преимуществами или претендует на их создание в среднесрочной перспективе (авиационная и ракетно-космическая промышленность, судостроение, радиоэлектронная промышленность, атомный энергопромышленный комплекс, энергетическое машиностроение, информационно-коммуникационные технологии) и базовые отрасли промышленности (нефтегазовое, транспортное и тяжелое машиностроение, станкоинструментальную промышленность и горно-металлургический комплекс).

Да и структура выпускников с высшим образованием не соответствует поставленным задачам. Анализ статистических данных показывает, что в последние годы значительно вырос выпуск по группе специальностей и направлений экономика и управление – в настоящее время около трети от общего числа выпущенных бакалавров, специалистов и магистров. Но, как известно, темпы научно-технического прогресса определяют машиностроение, металлообработка, приборостроение, электроника. Увы, доля выпускников по этим группам специальностей не превышает 4-5%, что, на наш взгляд, создает и будет создавать существенные препятствия на пути формирования комплекса высокотехнологичных отраслей и расширения позиций на мировых рынках наукоемкой продукции, увеличения стратегического присутствия России на рынках высокотехнологичной продукции и интеллектуальных услуг, да и модернизации традиционных отраслей экономики.

Отдельного внимания заслуживает внедрение навязанного и профинансированного Мировым банком «Инновационного проекта образования» (1997 г.) и, в частности, так называемой многоуровневой системы подготовки. Сторонники этой системы утверждали, что Болонская система позволит российскому образованию интегрироваться в «свободный демократический мир», повысит мобильность и студентов, и преподавателей. В табл. 8 приведена небольшая статистика, отражающая мобильность студентов. Из табл. 8 следует, что прирост обусловлен притоком студентов из стран СНГ и Азии, а не Европы. При этом азиатский контингент представлен главным образом гражданами Китая. Определенные вопросы вызывает весьма низкий выпуск иностранных студентов по отношению к приему: то ли это проблемы с языком, то ли трудности усвоения дисциплин, то ли попытка переменить место жительства.

Таблица 8.

Иностранные студенты, обучавшиеся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в образовательных организациях высшего образования и научных организациях РФ, тыс. человек

	2000/01		2010/11		2008/09	
	Обучалось	Выпуск	Обучалось	Выпуск	Обучалось	Выпуск
Иностранные студенты, всего	74,5	н/д	153,8	24,1	278,0	45,2
из них граждане стран СНГ, Балтии и Грузии	21,0	н/д	116,7	15,8	198,7	33,0
Европы	8,8	н/д	1,3	0,3	3,1	0,6
Азии	27,9	н/д	28,1	6,8	55,5	8,7

Следовательно, реформа высшего образования под стандарты ВТО в том виде, в каком она происходит сегодня, а также начавшееся «реформирование» науки это тупиковое направление и хорошо оно только с позиций тех, кто мечтает оставить Россию без образования и науки.

Итак, подводя некоторые итоги вступления России в ВТО, в первую очередь, следует отметить существенное снижение темпов социально-экономического развития страны, выражающееся в стабильно низких (зачастую отрицательных) темпов роста

ВВП, в т. ч. на душу населения. При этом доля населения РФ, живущего за чертой бедности, по данным официальной статистики [6] практически не снижается и в 2019 г. составила 12,3% или 18,1 млн. человек. Учитывая перманентный рост коэффициента естественной убыли населения, значение которого в 2019 г. достигло 2,2, можно сказать, что именно положительная динамика данного коэффициента позволяет незначительно снизить количество живущих за чертой бедности.

Далее, улучшение некоторых социально-экономических показателей, например характеризующих сельское хозяйство, вызвано поддержкой государством отраслевых предприятий и организаций, причем, как правило, вопреки рекомендациям ВТО. Большинство преференций, которые Россия могла приобрести после вступления в ВТО, так и остались благими пожеланиями, ибо многочисленные экономические и политические санкции, введенные после 2012 г. полностью их нивелировали. В таком возникает закономерный вопрос: что РФ делает в ВТО? Тем более на протяжении длительного времени и Советский Союз, и впоследствии Россия взаимовыгодно сотрудничали в рамках двусторонних договоров. Причем такие страны как Германия, Италия, Нидерланды остаются лидерами торговых отношений с РФ; значительные доли в торговом балансе имеют Великобритания, Республика Корея, США, Турция, Япония. Особое место занимает Китай, который за период с 2000 г. по 2019 г. увеличил торговый оборот с Россией более чем в 10 раз: в 2019 г. экспорт из России в Китай составил 56,8 млрд. долларов США, импорт – 54,1 млрд. долларов США. Кроме того, опыт Китая показывает, что политический строй не является помехой социально-экономическому росту страны и повышению благосостояния народа.

Конечно, не подлежит сомнению необходимость реформирования не только экономики страны, но и отраслей, в т.ч. и образования, и здравоохранения, и науки. Россия не может оставаться в стороне от процессов, происходящих во всех сферах, ибо меняются условия хозяйствования предприятий и организаций, а именно они являются главными заказчиками «услуг», предоставляемыми высшей школой и научными организациями. Начавшаяся реформа институтов развития подтверждает данный тезис (особенно в условиях отсутствия экономического роста при наличии нескольких десятков институтов развития, существующих за счет бюджетных средств). Но какие преобразования и в какой последовательности проводить? Исходя из системной методологии принятия управленческих решений, в первую очередь, следует сформулировать четкие, ясные и понятные исполнителям цели, имеющие конкретный срок исполнения и измеримые результаты; краткосрочные и долгосрочные, причем увязанные со стратегическим развитием страны в целом. Только постановка таких целей позволит преодолеть «организационный разброд и идейные шатания...» [7] в рядах и реформаторов, и исполнителей. Наличие же стратегических целей значительно упрощает задачу построения путей достижения целей, т.е. решения различных проблем, возникающих на этом пути.

1. Амельченко А.В., Погожева С.Ю. Проблемы образования в системе формирования человеческого капитала. Вестник ИНЖЭКОНА. Серия экономика, выпуск 1 (60), 2013. С. 124-129.
2. Народное хозяйство СССР в 1985 г.: Статистический ежегодник/ЦСУ СССР.- М.: Финансы и статистика, 1986.- 795 с.
3. Российский статистический ежегодник. 2019. Электронная версия. www.gks.ru.
4. Российский статистический ежегодник. 2009: Стат. сб./Росстат.- М., 2009- 795 с.
5. Российский статистический ежегодник. Стат. сб./Госкомстат России.- М., 1995.- 976 с.
6. Россия в цифрах.2020: Крат. стат. сб./ М., Росстат-М, 2020.- 550 с.
7. Ленин В.И. Что делать? ПСС, 5 изд., т.6, с.1-192.

Антюфеева М.Д.

Основные способы коммерциализации объектов интеллектуальной деятельности

Финансовый университет при Правительстве РФ
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/lj-02-2021-77

idsp: ljjournal-02-2021-77

Научный руководитель
Капранова Л.Д.

Аннотация

В статье проанализированы основные способы коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности, которые позволяют расширить конкурентные преимущества и найти новые способы развития деятельности организации. Многие компании сталкиваются с проблемами, связанными с тем, что объекты интеллектуальной собственности не приносят ожидаемой прибыли. Многим компаниям нужно развивать не только внутренние источники знаний, но и уделять активное внимание внешним аспектам. Следовательно, основной проблемой, которая рассмотрена в данной статье, является построение оптимальных бизнес-моделей, которые позволяют получать большее экономическое выгоды, а также изучение основных инструментов, позволяющих эффективно управлять интеллектуальной собственностью.

Ключевые слова: коммерциализация, интеллектуальная собственность, интеллектуальная деятельность, лицензионная торговля.

Abstract

The article analyzes the main methods of commercializing the results of intellectual activity, which allow expanding competitive advantages and finding new ways to develop the organization of activities. Many companies face problems related to the fact that intellectual property objects do not bring the expected profit. Many companies need more than internal sources of knowledge. Therefore, the main problem, which is considered in this article, is the construction of optimal business models that allow you to obtain large economic benefits, as well as the study of the basic tools that allow you to manage intellectual property.

Key words: commercialization, intellectual property, intellectual activity, licensed trade.

В связи с тем, что процесс коммерциализации на сегодняшний день превратился в самостоятельную форму предпринимательства, для которой конечной целью является производство и продажа товаров с максимальной экономической выгодой.

Интеллектуальная собственность позволяет обеспечить доступ к новшествам, что развивает применение новых технологий и стимулирует принятие управленческих решений, но с другой стороны это может привести к монопольной прибыли за счет приобретения прав на новые технологии. Во многих странах мира наблюдается высокая степень коммерциализации интеллектуального капитала, например, в США 60-70% продуктов относятся к инновациям. В Российской Федерации на текущий момент этот показатель не превышает 10%.

Существует три наиболее популярных способа коммерциализации инновационной деятельности, а именно:

1. за счет собственных материально-технических, кадровых и финансовых ресурсов с привлечением авторов, являющихся правообладателями продукта;

2. путем создания временного творческого коллектива для коммерциализации интеллектуального продукта с использованием собственных и привлеченных средств;
3. учреждением дочернего предприятия, которое будет заниматься разработкой технической документации с участием авторов, производством и продвижением инновационной продукции на рынок.

Продажа лицензий является широко распространенным способом коммерциализации объектов интеллектуальной собственности в мировой практике. Объектом сделки является промышленный образец или товарный знак и т.д.

Для того, чтобы объект интеллектуальной собственности был доведен до состояния товара, в него следует вложить немалые денежные средства.

Так же известны другие пути коммерциализации объектов интеллектуальной собственности (рис.1):

1. Способ коммерциализации через продажу прав на объект интеллектуальной собственности, как инновационного продукта.
2. Способ опосредованной коммерциализации путем продажи инновационного продукта, в производстве которого использованы объекты интеллектуальной собственности.

Рис.1 Способы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности

В текущих рыночных условиях применяются такие способы коммерциализации как инжиниринг, промышленная кооперация, передача технологий в рамках совместного предприятия, техническая помощь, франшиза, лизинг и т.д.

Инжиниринг – это совокупная проектная и практическая работа, которая относится к инженерно-технической области. Примером таких работ выступает перечень технологических услуг, направленных на предоставление заказчику технологий. Промышленная кооперация – это процесс интенсивного технологического обмена. Деятельности направлена на получение взаимной выгоды после покупки или

продажи объекта интеллектуальной собственности. Причинами кооперации могут быть:

1. Желание разделить технические знания;
2. Желание найти новые рынки сбыта;
3. Желание снизить производственные издержки.

Передача технологий в рамках совместных предприятий осуществляется тогда, когда заинтересованные партнеры из разных стран объединяют усилия, знания и опыт в производстве новой для данного рынка продукции с разделением совместного риска.

Техническая помощь – это совокупность технических услуг и технической помощи, которые формируются двумя способами, а именно: техническая помощь – это главный предмет соглашения; техническая помощь описывается в соглашении о передаче технологий или поставках оборудования.

Франшиза – это мобильный и гибкий способ передачи технологий, где основными преимуществами являются выход на новые рынки, наиболее быстрые способы внедрения, не требуются значительные инвестиции.

Лизинг – способ передачи оборудования с рассрочкой платежа.

Специфика лизинга состоит в следующем:

- аренда прав и технологии;
- опасность риска, связанного с нарушением прав третьих лиц. В большинстве лизинговых сделок патентные риски являются ответственностью арендодателя, если в контракте нет «патентной оговорки», регламентирующей взаимоотношения сторон в случае предъявления арендатору патентных претензий и исков от патентовладельца или исключительного лицензиата;
- арендатор имеет право использовать переданное ему ноу-хау по окончании срока аренды оборудования и технологии, если в контракте нет соответствующей оговорки;
- возможен лизинг лицензий: арендодатель покупает право использования патента на определенный срок и на определенной территории с правом предоставления сублицензии и по лизинговому контракту передает это право в аренду арендатору. То есть купленная лизинговой компанией лицензия передается арендатору в форме своеобразной сублицензии. Такие соглашения могут заключаться в пакете с лизинговым контрактом на технологическое оборудование и самостоятельно.

Известно, что существуют две основные модели внедрения инноваций: закрытого типа и открытого типа, а именно модель «открытых инноваций» и модель «закрытых инноваций».

Специалисты в области инновационной экономики и ИС предполагают, что в современных условиях эффективной моделью для компании и экономики в целом может быть модель «открытых инноваций». Она противопоставляется модели «закрытых инноваций». Компании с «закрытыми» моделями на всех стадиях процесса управления интеллектуальной собственностью ограничивают взаимодействие с внешними субъектами рынка.

Модель «закрытых инноваций» опасна тем, что может негативно влиять на развитие компании и тормозить процессы в ней. Внутренние исследования могут обойтись дороже и быть менее эффективными, так как не позволяют проанализировать внешнюю среду.

Модель «открытых инноваций» характеризуется взаимодействием внутренней среды фирмы и внешней среды. Это взаимодействие происходит на разных этапах жизненного цикла разработки инновационного продукта или услуги.

Компании взаимодействуют с другими компаниями (поставщиками, конкурентами, покупателями и др.) посредством сети официальных и неофициальных контрактов.

По мнению Г. Чесбро, «закрытость» компаний может приводить к дублированию инновационных разработок и растрачиванию ресурсов, а также к потере существенной доли прибыли. Модель «открытых инноваций» предполагает максимально эффективное распределение интеллектуальной собственности между компаниями. В случаях, когда результаты интеллектуальной деятельности не востребованы внутри компании, она их коммерциализирует.

Заключение

Отсутствие понимания того, как грамотно распоряжаться имеющимися объектами интеллектуальной собственности является актуальной проблемой для российских компаний. Исходя из изученного материала становится понятным, что большее конкурентное преимущество имеют компании, которые ведут открытую стратегию, нежели компании, которые используют закрытую стратегию. Важно проводить тщательный аудит существующих объектов интеллектуальной деятельности, описывать портфель интеллектуальной собственности. Совокупный анализ всех изложенных компонентов позволит обеспечить такую стратегию, которая будет приносить дополнительную экономическую выгоду за счет результатов коммерциализации и не будет препятствовать использованию объектов интеллектуальной собственности в рамках внутренней деятельности компании.

1. Близнец И.А. Интеллектуальная собственность в современном мире. М.: Проспект, 2017.
2. Глазунова К.Д. Секьюритизация как эффективный способ коммерциализации интеллектуальной собственности // Журнал суда по интеллектуальным правам. 2018. № 19. С. 71-74.
3. Полавская Н.В. Проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности и способы их преодоления в компании, 2018.
4. Чесбро Г. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент. М.: Поколение, 2008.
5. Чесбро Г. Открытые инновации. Новый путь создания и использования технологий. М.: Поколение, 2007.
6. Innovative S&T indicators combining patent data and surveys: Empirical models and policy analyses (InnoS&T) // Archive of European Projects [Электронный ресурс]. URL: <https://www.up2europe.eu/european/projects/innovative-s-t-indicators-combining-patent-data-and-surveys-empirical-models-and-policy-analyses-3444.html> (дата обращения: 20.01.2021).

Валяева В.Г., Измалкова И.В.

Анализ эффективности использования основных средств на предприятии

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Липецкий филиал)
(Россия, Липецк)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-78

idsp: ljjournal-02-2021-78

Аннотация

В данной статье рассмотрены вопросы анализа основных средств и эффективности их использования на предприятии, изучены особенности аналитического обеспечения управления основными фондами, рассмотрена методика анализа основных средств, приведен основной перечень показателей эффективности использования основных фондов, а также исследованы основные направления повышения эффективности использования основных средств.

Ключевые слова: экономический анализ, основные средства, управленческий учет, анализ основных средств, фондоотдача, фондоемкость, фондорентабельность, фондовооруженность.

Abstract

This article discusses the analysis of fixed assets and the effectiveness of their use in the enterprise, studies the features of analytical support for the management of fixed assets, considers the methodology for analyzing fixed assets, provides the main list of indicators of the efficiency of using fixed assets, and also investigates the main directions of increasing the efficiency of using fixed assets.

Keywords: economic analysis, fixed assets, management accounting, analysis of fixed assets, capital productivity, capital intensity, return on assets, capital – labor ratio.

В современных условиях развития рыночной экономики проблема повышения эффективности производства занимает центральное место в деятельности любого хозяйствующего субъекта, независимо от формы собственности. Долгосрочная устойчивость и успех организации во многом определяется эффективностью использования имеющихся ресурсов, в том числе и основных фондов, так как они определяют производственную мощность предприятия и образуют его производственно – техническую базу. Основные средства непосредственно связаны с обеспечением производственного процесса в течение длительного времени, эффективностью использования трудовых ресурсов, затратоемкостью продукции и уровнем ее доходности. Следовательно, анализ состояния и эффективности их использования играет существенную роль в работе организации.

Для нормального и рационального обеспечения своей хозяйственной деятельности предприятия должны располагать соответствующей материально – технической базой, основу которой составляют основные средства. В их состав, согласно ПБУ 6/01 «Учет основных средств», включаются активы, предназначенные для использования в течение длительного времени в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг, для управленческих нужд организации или для предоставления организацией за плату во временное владение и пользование, если не предполагается их последующая перепродажа, в течение периода, превышающего 12 месяцев, и способные приносить организации экономические выгоды в будущем.

Основные средства принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости, которая включает в себя сумму фактических затрат организации на приобретение, сооружение и изготовление данных объектов, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов.

Восстановительная стоимость основных средств представляет собой стоимость, по которой они учитываются после произведения их переоценки. Она обеспечивает единую оценку объектов, произведенных в разные годы.

В бухгалтерском балансе основные средства отражаются по остаточной стоимости, которая представляет собой первоначальную или восстановительную стоимость за вычетом начисленной амортизационной суммы.

Основные средства являются одним из самых значимых факторов, определяющих эффективность производства любого предприятия. Анализ использования данных внеоборотных активов позволяет определить обеспеченность хозяйствующего субъекта и его структурных подразделений основными фондами, уровень их использования, производственную мощность предприятия, а также выявить и оценить внутренние резервы улучшения структуры основных средств и повысить эффективность их использования.

Анализ эффективности использования основных средств производится в несколько этапов и представляет собой решение таких задач, как: определение обеспеченности основными средствами предприятия и его структурных подразделений; расчет и оценка обобщающих и частных показателей, характеризующих уровень использования основных средств; изучение влияния факторов изменения показателей использования основных фондов; комплексная оценка интенсивности использования

основных средств; оценка влияния изменения в динамике показателей использования основных средств на финансовые результаты предприятия; выявление резервов повышения экстенсивности и интенсивности использования основных средств; разработка мероприятий, направленных на повышение эффективности использования основных средств на предприятии.

Данные аналитические задачи позволяют дать оценку структуры, динамики и эффективности использования основных средств на предприятии. Определяющим для выбора и формирования задач являются конкретные потребности управления и содержание принимаемых управленческих решений.

Достоверность и полнота результатов анализа эффективности использования основных средств непосредственно зависят от степени совершенства бухгалтерского учета на предприятии, глубины ведения и разработки регистров аналитического учета, полноты заполнения первичной учетной документации, правильности отнесения объектов к учетным классификационным группам, достоверности инвентаризационных описей.

При анализе эффективности использования основных средств на предприятии используются специальные показатели, которые раскрывают взаимосвязь между стоимостью основных фондов и размером полученной прибыли. Данные показатели также представляют собой соотношение стоимости промышленного оборудования и темпов роста производительности.

Одним из самых значимых показателей интенсивности использования основных средств является фондоотдача, которая характеризует общий объем выпуска продукции, работ или услуг, приходящейся на рубль среднегодовой остаточной стоимости основных фондов. В экономическом плане данный показатель дает наиболее точный результат, но при этом его стоит рассматривать в динамике. Динамика фондоотдачи позволяет выявить, насколько целесообразно были сделаны капитальные вложения с точки зрения роста выпуска продукции, работ или услуг, и рассчитывается с помощью формулы:

$$\Phi_o = O_{\text{вп}} / \overline{C_{\text{ос}}} \quad (1)$$

где $O_{\text{вп}}$ – объем выпущенной за год продукции (работ, услуг); $\overline{C_{\text{ос}}}$ – среднегодовая стоимость основных средств.

Сопоставление темпов изменения фондоотдачи по различным видам основных средств позволяет определить направления совершенствования их структуры. Рост фондоотдачи дает возможность, не меняя общего объема накапливаемой части дохода, повысить долю средств, направленных на развитие производственной сферы.

Обратным фондоотдаче показателем, отражающим среднегодовую стоимость основных средств, необходимых для производства одного рубля продукции (работ, услуг), является фондоемкость. Данный коэффициент наиболее точно показывать потребность предприятия в основных фондах, который рассчитывается как:

$$\Phi_e = \frac{\overline{C_{\text{ос}}}}{O_{\text{вп}}} = 1/\Phi_o \quad (2)$$

Существует обратная взаимосвязь между фондоотдачей и фондоемкостью: чем эффективнее используются основные средства, тем выше фондоотдача и ниже фондоемкость.

Наиболее обобщающим показателем использования основных средств является фондорентабельность, которая отражает прибыльную эффективность основных фондов и представляет собой отношение чистой прибыли организации к среднегодовой остаточной стоимости основных средств, выраженное в процентах:

$$\Phi_p = \frac{\text{ЧП}}{C_{\text{ос}}} * 100\% \quad (3)$$

Фондорентабельность основных средств находится в прямой зависимости от фондоотдачи и рентабельности деятельности предприятия.

Одним из основных показателей эффективности использования основных фондов также является коэффициент фондовооруженности, который показывает степень обеспеченности работников предприятия основными средствами производства и представляет собой среднегодовую стоимость основных средств, приходящихся на одного рабочего.

$$\Phi_v = \overline{C_{OC}} / ЧР_{сп} \quad (4)$$

где $ЧР_{сп}$ – среднесписочная численность работников, занятых на производстве.

Коэффициент фондоотдачи находится в определенной зависимости с обеспеченностью персонала организации основными производственными средствами, а улучшение фондовооруженности, в свою очередь, способствует повышению производительности труда. Данная взаимосвязь осуществляется при помощи расчета коэффициента производительности труда:

$$K_{прт} = O_{вп} / ЧР_{сп} \quad (5)$$

Между коэффициентами фондоотдачи, фондовооруженности и производительности труда существует взаимосвязь:

$$\Phi_o = K_{прт} / \Phi_v \quad (6)$$

Следовательно, на изменение фондоотдачи влияют изменения в фондовооруженности и производительности труда. Данное влияние определяется с помощью приема цепных подстановок. При этом фондоотдача рассчитывается отношением производительности труда за отчетный период и базисной фондовооруженности.

Для решения задач повышения эффективности использования основных средств на предприятии разрабатываются конкретные мероприятия, направленные на улучшение использования основных фондов, применение которых позволит использовать на практике имеющиеся резервы повышения их эффективности и определить существенные факторы, способствующие этому.

Повышение использования основных фондов может производиться двумя способами: интенсивным и экстенсивным. Интенсивный способ ведения хозяйственной деятельности характеризуется систематическим ростом фондоотдачи за счет повышения производительности оборудования и их мощностей, оптимальной загрузки основных средств, сокращения их простоев, внедрения современных технологий, а также совершенствования производственных основных фондов. Экстенсивный путь заключается в повышении продолжительности работы, увеличении коэффициента сменности, бесперебойном снабжении сырьем и материалами, устранении причин неравномерной работы предприятия, а также сокращении потерь рабочего времени.

Исходя из вышеперечисленного, повышение выпуска продукции (товаров, услуг) посредством увеличения эффективности использования основных средств требует работы над управленческими решениями руководства в сфере финансовых вопросов и маркетинга. При разработке данных решений необходимо учитывать не только внутренние, но и внешние факторы, которые непосредственно влияют на конечные результаты деятельности хозяйствующего субъекта в целом.

Таким образом, рациональное и эффективное использование основных фондов способствует улучшению всех технико – экономических показателей организации, в том числе: увеличение выпуска продукции, снижение ее себестоимости и трудоемкости производственного процесса. Следовательно, для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо совершенствовать и модернизировать технические характеристики основных средств, осуществлять постоянный контроль за их состоянием и использованием. Это обуславливает необходимость осуществления комплексного анализа данных внеоборотных активов, целью которого является повышение их использования и выявление резервов улучшения их внутривидовой структуры. Мероприятия по улучшению эффективности использования основных

средств определяются положением хозяйствующего субъекта, обусловленным влиянием внешних и внутренних факторов среды его функционирования.

1. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01). Утв. приказом Министерства Финансов РФ от 30.03.2001 N 26н [Электронный ресурс]// СПП «Консультант Плюс»
2. Баканов, М. И. Теория экономического анализа. Учебное пособие: моногр./М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2018. 264 с.
3. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности/Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА – М, 2016. 320 с.
4. Климова, Н. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Учебный модуль/Н.В. Климова. – М.: Феникс, 2018. 272 с.
5. Шадрина, Г. В. Экономический анализ: учебник и практикум для вузов/Г. В. Шадрина. 2 – е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. 431 с.

Дубровина Л.В.

Пандемия и ее влияние на розничную торговлю

*ИПТД – филиал ГБОУ ВО НГИЭУ
(Россия, Нижний Новгород)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-79

idsp: ljjournal-02-2021-79

Аннотация

Каждый сегмент торговли предъявляет свои требования к информационным системам. И рынок информационных технологий в полной мере удовлетворяет их. Программные продукты для построения информационных систем управления торговыми предприятиями учитывают лучшие практики отечественного и мирового бизнеса.

Ключевые слова: CRM-систем, мобильных приложений и CMS, сервис «Самокат», финансовые результаты компания.

Abstract

Each trade segment has its own requirements for information systems. And the information technology market fully satisfies them. Software products for building information systems for managing commercial enterprises take into account the best practices of domestic and global business.

Keywords: CRM systems, mobile applications and CMS, service "Scooter", financial results company.

В настоящее время нам не нужно доказывать полезность и выгоду внедрения в различные сферы человеческой деятельности достижений в области обработки информации, тем более, если речь идет об использовании информационных технологий в торговле. В последнее время торговля по темпам внедрения и объемам инвестиций в информационные технологии опережает другие отрасли отечественной экономики. Основным из них сегодня как по доступности, так и по объему предоставляемых сведений является Интернет.

Сотни компаний, специализирующихся на создании и внедрении информационных продуктов, размещают на своих сайтах информацию о последних разработках, их особенностях и достоинствах, приводят примеры их успешного внедрения в предприятия торговли. Информационные агентства регулярно проводят опросы ведущих специалистов и публикуют их мнения, комментарии и прогнозы относительно тех или иных аспектов процессов автоматизации торговли.

Если решение о покупке принимается на основании информации, представленной в Интернете, то такое действие относится к онлайн-торговле. При этом не имеет принципиального значения, как торговая сделка была подготовлена: было ли это сделано на сайте интернет-магазина, или покупатель по телефону сообщил продавцу о своём желании купить товар, после чего получил счет.

Начнем с того, что законодательное регулирование в этой области сильно отстает от запросов рынка. Несмотря на то, что этот вид торговли существует уже несколько лет, а в последнее время и вовсе переживает настоящий бум, специального закона, содержащего систематизированный свод требований и правил, который охватывает все аспекты функционирования онлайн-торговли, пока что нет. Более того, только недавно были сняты ограничения с онлайн-продаж определенных групп товаров. Ювелирные украшения были допущены к интернет-продажам в ноябре прошлого года, а поправки, разрешающие дистанционную реализацию лекарственных препаратов, принимались в спешке в самый разгар периода самоизоляции. Особенно слабо разработана область регулирования вопросов продвижения: даже по такому принципиальному вопросу, что из наполнения интернет-магазина является информацией о товаре, а что — их рекламой, есть только разъяснительные письма ФАС. Таким образом, на сегодняшний день владельцу такого магазина необходимо обеспечить соблюдение требований целого ряда разрозненных законодательных и подзаконных актов из разных отраслей права.

Итак, вот список основных документов и требований, которые регулируют деятельность интернет-магазинов в России:

Закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1

Правила продажи товаров дистанционным способом, утвержденные Постановлением Правительства РФ 27.09.2007 № 612

Письмо Роспотребнадзора «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» № 0100/10281-07-32 от 12.10.2007

Письмо Роспотребнадзора «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» № 0100/2569-05-32 от 08.04.2005.[1]

Торговля в режиме онлайн практикуется и в сегменте B2C, и в сегменте B2B. Но их требования к информационным системам различаются. Для B2B важны взаимоотношения с клиентами, которые строятся на основе нормативных документов и законодательных актов.

Отличным решением этой задачи является использование CRM-систем, интегрированных с корпоративным сайтом, что позволяет контролировать весь цикл продажи от первого обращения клиента до превращения его в постоянного покупателя, анализировать эффективность рекламных кампаний в Интернете, рассчитывать стоимость привлечения клиента.

В сегменте B2C продавцы большую часть своих сил тратят на поисковую оптимизацию и продвижение своих сайтов. Оставшиеся силы направляются на повышение юзабилити, удобство работы пользователей. Сейчас мало кто разрабатывает сайты с нуля, есть множество готовых систем управления содержимым сайта (CMS — Content management system) как коммерческих, так и свободных. Практически у каждой из них есть модули для организации онлайн-торговли и интернет-магазина.

В сегменте B2C продавцы большую часть своих сил тратят на поисковую оптимизацию и продвижение своих сайтов. Оставшиеся силы направляются на повышение юзабилити, удобство работы пользователей.

Разумеется, сайт должен быть интегрирован с бэк-офисом, а он — представлять собой традиционную товароучетную систему, используемую в классической торговле. Особое внимание тут уделяется автоматизации службы доставки: планирование, диспетчеризация и даже спутниковый мониторинг.

По данным аналитических исследований в 2011-2019 годах объём рынка онлайн-торговли увеличивался в среднем на 28%. Если перевести проценты в цифры, получится громадная сумма: объём продаж вырос с 235 млрд до 1,72 трлн рублей. На это повлиял стремительный рост активных пользователей сети и изменение их потребностей. 2020 называют годом тяжёлых испытаний и проверкой на прочность. После распространения нового коронавируса и введения ограничительных мер, стало ясно, что рынок онлайн-торговли ждут большие изменения. Во-первых, изменится механизм доставки. Во-вторых, покупатели пересмотрят свои потребности и сконцентрируются на товарах первой необходимости.

Команда CMS AdvantShop проанализировала внутреннюю статистику платформы и выяснила, что онлайн-торговля в России значительно наращивает обороты по сравнению с предыдущим годом. Россияне заказывают продукцию через интернет, чтобы защититься от негативных последствий.

Статистика по Топ-100 онлайн-магазинам в России

В качестве источника данных выступает статистика по Топ-100 онлайн-магазинам с наибольшим количеством заказов. Благодаря методике подсчёта видны не только изменения в период самоизоляции, но и общий тренд по сравнению с 2019 годом.[7]

Сегмент онлайн-торговли растёт и развивается в немалой степени за счёт стремительного развития мобильного сектора Интернета, востребованности мобильных приложений и CMS, адаптированных для планшетов и смартфонов.

В период пандемии локализация стала популярнее — многие потребители отдают предпочтение местным брендам, привычным кафе, переключившись с посещения на доставку, чтобы поддержать их в непростой период. Актуальна и безопасность продуктов: зачастую маленьким брендам в этом пункте потребители оказывают гораздо больше доверия.

Сервис «Самокат» выполнил более 1 млн заказов в апреле, рассказали “Ъ” в компании. Это почти вдвое больше, чем у «Пятерочки» и «Перекрестка» (входят в X5 Retail Group) за тот же период. В январе «Самокат», представленный в Москве и Санкт-Петербурге, выполнил 400 тыс. заказов. Финансовые результаты компания не раскрывает. По собственным данным, за последний месяц средний чек в «Самокате» вырос в полтора раза. Месяцем ранее стало известно, что 75,6% в компании купит совместное предприятие Сбербанк и Mail.ru Group. У «Самоката» насчитывается 167 точек в двух городах.

Сервис экспресс-доставки «Яндекс.Лавка» в апреле в среднем выполнял 26 тыс. доставок в день, или около 780 тыс. в месяц, сообщили в пресс-службе «Яндекс.Такси».

Оборот сервиса, работающего в Москве, Санкт-Петербурге и городах Подмосковья, в апреле вырос на 550% в сравнении с декабрем. Количество точек «Яндекс.Лавки» – около 100 на конец апреля.

6 мая X5 Retail Group сообщила, что стала лидером рынка онлайн-продаж продуктов питания. По ее собственным данным, в апреле оба ее сервиса выполнили совокупно около 520 тыс. заказов, а их оборот составил 1,7 млрд руб. Таким образом, X5 Retail Group обошла «Утконос», который был лидером рынка все предыдущие годы.

По прогнозам Data Insight рынок электронной коммерции в России будет стремительно наращивать обороты в ближайшие 4 года. Основные факторы роста — растущее количество онлайн-покупателей и повышенный спрос на товары первой необходимости в интернете.

Факторы, которые повлияют на рост онлайн-продаж в 2020-2024 годах:

Популяризация удалённой работы. Из-за коронокризиса и самоизоляции люди вынуждены были срочно менять уютный офис на работу за домашним компьютером. Опираясь на данные аналитиков за последний год, в рамках карантина по коронавирусу в интернете появляются все новые покупатели.

Возрастная категория становится старше, ассортимент продукции расширяется. Предприниматели, которые даже не рассматривали переход в онлайн, поняли, что будущее в интернете. Они вкладывают деньги в рекламу и развитие цифровой инфраструктуры.

1. Закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1
2. Правила продажи товаров дистанционным способом, утвержденные Постановлением Правительства РФ 27.09.2007 № 612
3. Письмо Роспотребнадзора «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» № 0100/10281-07-32 от 12.10.2007
4. Письмо Роспотребнадзора «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» № 0100/2569-05-32 от 08.04.2005.
5. <https://upside.pro/lab/pravovoe-regulirovanie-internet-torgovli.html>
6. <https://cms-rating.ru/chto-i-kak-pokupayut-v-internete>

Иневатова О.А., Овсянников Н.О.

Проблемы развития букмекерского бизнеса в Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

(Россия, Оренбург)

doi: 10.18411/lj-02-2021-80

idsp: ljjournal-02-2021-80

Аннотация

Данная статья является кратким анализом букмекерского бизнеса в России, раскрывает основные проблемы и особенности данной деятельности. Выводы и

микровыводы, сделанные в данной статье сформированы на основе имеющейся в открытом доступе информации.

Ключевые слова: легальные букмекеры, букмекерская индустрия, нелегальные букмекеры, государственное регулирование, азартные игры.

Abstract

This article is a brief analysis of the betting business in Russia, reveals the main problems and features of this activity. The conclusions and conclusions made in this article are formed on the basis of publicly available information.

Key words: legal bookmakers, betting industry, illegal bookmakers, government regulation, gambling.

На протяжении последнего десятилетия букмекерская отрасль в России стремительно развивается: объем букмекерского рынка растет с каждым годом, увеличивается количество букмекерских контор, а их рекламу можно увидеть как в частных средствах массовой информации, так и на государственных телеканалах. Однако со стороны тех же СМИ данному сегменту рынка уделяется не так много внимания, а детальное изучение букмекерского бизнеса и взаимодействие с ним со стороны государства произошло лишь в последние несколько лет. В данной статье рассматриваются причины того, с чем связан подобный парадокс. Помимо этого, затрагиваются причины, по которым букмекерский бизнес в России развивается такими быстрыми темпами, а также главные проблемы развития букмекерской индустрии в России и возможность решения этих проблем в обозримом будущем, и то, какую роль в этом процессе будет занимать государство.

Первое, что важно понимать при рассмотрении данного вопроса, это то, что весь букмекерский бизнес в целом является разрешенным на территории Российской Федерации и регламентируется законом N 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр (от 29.12.2006., ред. от 30.07.2020.)», а также статьей 29 Налогового кодекса РФ. Барьеры входа на рынок букмекерских контор на сегодняшний день высокие, так как требования со стороны государства являются довольно жесткими:

- 100 млн. р. собственных средств в уставном фонде;
- 1 млрд. р. чистых активов;
- 500 млн. р. банковской гарантии;
- минимальный взнос в компенсационный фонд саморегулируемой организации (СРО) в размере 30-ти млн. р.

Однако конкретно в онлайн-сегменте букмекеры делятся на легальные, имеющие государственную лицензию на занятие своей деятельностью и на нелегальные, которые, соответственно, данной лицензией не располагают.

Крайне важно понимать: рост объема букмекерского рынка стал возможен именно благодаря онлайн-сегменту. С каждым годом доля онлайн-сегмента растет, а доля офлайн-сегмента падает. Данную тенденцию можно проследить как в политике букмекеров: с начала 2018-го число пунктов приема ставок (ППС) в России сократилось на 8,8 %, так и в опросах респондентов. Исследование среди активных игроков показало, что практически все респонденты (95 %) делают ставки в интернете. Каждый третий игрок (33 %) делает это в ППС. При этом исключительно в интернете ставки делают 2/3 опрошенных (64 %), а исключительно офлайн – только 3 %. По сравнению с результатами исследования букмекерского рынка 2017 года, доля игроков в ППС осталась прежней (около 30 %), а доля игроков онлайн выросла на 10 % (с 85 % до 95 %) [1].

Исходя из вышеперечисленной статистики, можно сделать вывод, что онлайн-сегмент является наиболее привлекательным для букмекеров. Однако именно здесь

возникает одна из самых главных проблем: нелегальные букмекерские конторы. Они не могут подвергаться налогообложению со стороны государственных органов и не попадают под регулирование со стороны российского законодательства, так как являются оффшорными и официально зарегистрированы за пределами РФ. Сайты таких букмекеров подвергаются блокировке, однако фактически продолжают существовать и развиваться наравне с легальными букмекерскими конторами, так как существуют различные методы обхода подобных блокировок. Более того, реклама нелегальных букмекерских контор в сегменте онлайн-видео в интернете не может быть запрещена. К примеру, реклама нелегальной букмекерской конторы 1xBet в сегменте онлайн-видео в первом квартале 2019-го составила 2,4 % от общего числа – третий показатель среди всех рекламодателей. Что касается пользователей нелегальных букмекерских контор, то их деятельность не запрещена российским законодательством, а ответственность за пополнение и вывод средств со счетов в таких букмекерских конторах отсутствует.

Безусловно, легальные букмекерские конторы и государство имеют общую цель: выдвинуть нелегальных букмекеров с сегмента азартных игр. Однако, в краткосрочной перспективе возможно лишь замедлять развитие нелегальных букмекеров, тем самым снижая их долю от общего рынка. Одним из шагов к этому, в декабре текущего года, стало решение ЦБ РФ запретить платежной системе Qiwi, наиболее популярной при зачислении средств на счета в букмекерских конторах, переводить денежные средства в адрес иностранных интернет-магазинов, так как именно с помощью этого инструмента оффшорные нелегальные букмекеры получали деньги. При условии, что легальные букмекеры и государственные структуры предпримут общие усилия, возможно снизить влияние нелегальных букмекеров в сегменте азартных игр до минимума, но это возможно только в долгосрочной перспективе.

Стремительный рост букмекерских контор имеет колоссальные масштабы. К примеру, годовой объем рынка букмекерской индустрии РФ в 2017-м году составил 650 млрд. рублей, а уже в 2018-м году – 1,15 трлн. рублей. То есть, годовой рост составил 70 %. Кроме того, по прогнозам аналитиков рынок букмекерских контор до 2022-го года будет продолжать расти с ежегодным приростом не менее 7 %.

Рисунок 1 – Ожидаемый рост объема рынка БК, трлн. р. [2]

Одним из главных факторов роста в 2018-м стало проведение в России чемпионата мира по футболу. Общемировой объем ставок на этот турнир составил 10 трлн. рублей, из них, на долю России пришлось 250 млрд. рублей. Если говорить о чистой выручке (и легальных, и нелегальных букмекеров в сумме), то в 2019-м она составила 137.5 млрд. рублей, в то время как годом ранее – около 70 млрд. рублей. Если же говорить об общемировой индустрии букмекерского бизнеса, то следующий график наглядно показывает ежегодный рост индустрии.

Рисунок 2- Развитие букмекерского бизнеса в России [3]

Еще одним важным фактором, развивающим отрасль, являются рекламные соглашения, достигнутые между легальными букмекерскими конторами и телеканалами, транслирующими спортивные события (по законам РФ, реклама букмекерских контор разрешена только во время спортивных соревнований). Кроме того, немаловажным фактором является сотрудничество букмекерских контор со спортивными клубами или даже целыми спортивными федерациями, которые предоставляют возможность размещать рекламу на стадионах, баннерах, форме спортсменов и т.д.

Отсюда вытекает еще одна проблема: столь быстрый рост отрасли стимулирует государственные структуры, ответственные за деятельность букмекерских контор, оперативно реагировать на подобные изменения, а также своевременно совершенствовать законодательство в данном направлении. При этом даже легальные букмекерские конторы зачастую, по различным причинам, не готовы к подобным преобразованиям. К примеру, в декабре текущего года был одобрен законопроект о реформе регулирования букмекерского рынка, который предполагает создание монополистической структуры учета ставок, все отчисления планируемой управляющей структуры будут в пользу спортивных федераций. В то время как Ассоциация Букмекерских Контор (АКБ), объединяющая около половины всего букмекерского рынка в России, предложила обязать букмекерские конторы направлять отчисления в пользу спортивных федераций не через центр учета ставок, а через системно значимые государственные банки, что позволило бы установить прозрачность денежных расходов и отчислений букмекеров. Подобный конфликт интересов не идет на пользу отрасли, создавая в ней определенный коллапс. [4]

В ближайшие годы индустрия букмекерского бизнеса, несомненно, будет развиваться, и продолжать расти. Важным фактором является то, что в России рынок букмекерского бизнеса принял заданные государством правила игры и взял курс на полную легализацию этой отрасли. Нелегальные букмекеры являются главной проблемой отрасли, однако положительная тенденция очевидна: 2013-м году доля нелегальных букмекеров составляла 60-70 %, в 2018-м уже 40 %, а в 2019-м – около 30 %. При этом, стоит отметить, что букмекерский бизнес в России имеет огромный потенциал, так как данная отрасль является довольно молодой, а сотрудничество букмекеров со спортивными структурами длится всего пару лет, в то время как во многих европейских странах подобная практика ведется на протяжении 10-ти лет.

1. Петр Кондаков, Исследование «Рейтинга букмекеров» (<https://bookmaker-ratings.ru/news/bukmekerskij-ry-nok-rossii-2018-vse-ob-issledovanii-rejtinga-bukmekerov/>)
2. Тенденции на рынке букмекерских контор России (<https://betterwinner.ru/razvitie/franshiza-bukmekerskoj-kontory-betsiti.html>)
3. Аналитической обзор букмекерского рынка за 2017-ый год (<https://rub90.ru/bookie/analytics/analiticheskie-obzory/analiticheskiy-obzor-bukmekerskogo-rynka-za-2017-god/>)
4. Новый госрегулятор букмекерского рынка (<https://букмекеры.рф/sport-prognoz/131781-novyi-gosregulyatora.html>)

Кагарманова А.И., Филатенков К.С.

Направления по укреплению финансового состояния предприятия

*ФГБОУ ВО «Бакирский государственный университет» Стерлитамакский филиал
(Россия, Стерлитамак)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-81

idsp: ljjournal-02-2021-81

Аннотация

Гарантом стабильности хозяйствующего субъекта является устойчивое финансовое состояние предприятия. В экономической литературе не разработано единой трактовки и методического подхода к оценке финансового состояния предприятия. Наличие большого количества взглядов подтверждает сложность и многоаспектность данной категории. В данной статье раскрываются меры по улучшению финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние, экономическая оценка, управление, аналитическое исследование, управленческое решение.

Abstract

The guarantor of the stability of an economic entity is a stable financial condition of the enterprise. The economic literature has not developed a single interpretation and methodological approach to assessing the financial condition of an enterprise. The presence of a large number of views confirms the complexity and versatility of this category. This article describes measures to improve the financial condition of the company.

Keywords: financial condition, economic assessment, management, analytical research, management decision.

Финансовое состояние - это совокупность экономических и финансовых показателей, характеризующих способность предприятия устойчиво развиваться и выполнять свои финансовые обязательства [1].

Финансовое состояние предприятия может быть стабильным, докризисным и кризисным. Если предприятие успешно развивается, поддерживает сбалансированность активов и пассивов, регулярно поддерживает платежеспособность и инвестиционную привлекательность, все это свидетельствует о стабильном финансовом состоянии предприятия, и наоборот.

Руководители бизнеса, заинтересованные в его развитии, регулярно оценивают финансовое состояние компании. Поскольку эта оценка в некоторой степени является диагностикой состояния предприятия. Во-первых, по полученным результатам можно принимать результативные управленческие решения, во-вторых, определить наиболее успешное и прибыльное направление развития, в-третьих, разработать аргументированный бизнес-план предприятия. По результатам анализа определяется потенциал и возможности предприятия, а также его сильные и слабые стороны в финансовом состоянии.

Оценка экономического состояния предприятия проводится для разных целей, таких как:

- переоценка финансовых активов;
- инвестирование;
- кредитование;
- реорганизация или ликвидация предприятия;
- страхование и т.д. [2]

В условиях нестабильной экономической ситуации важно проводить более тщательный анализ финансового состояния, поскольку финансовый кризис отечественной экономики вызывает серьезные проблемы. Основная из них -

финансовая несостоятельность предприятий. Кроме того, можно добавить и другие причины, такие как неэффективный менеджмент и маркетинг, а также низкая платежная дисциплина контрагентов. [3].

Все субъекты хозяйствования должны постоянно контролировать свое финансовое положение, анализировать его и тем самым выяснять сильные и слабые стороны своей деятельности, находить причины, приводящие к ухудшению их финансового состояния, и вовремя устранять их.

Результаты оценки финансового состояния предприятия представляют интерес не только для руководителей предприятий, но и для других лиц, которые взаимодействуют с ними или планируют это сделать: контрагентов, кредиторов, инвесторов, аудиторов и других заинтересованных юридических лиц и структур.

Этапы оценки финансового состояния предприятия:

1. Сбор данных и получение информации. На этом этапе специалисты проверяют достоверность предоставленных данных.
2. Изучение информации. На этом этапе специалисты изучают полученную информацию и на ее основе составляют аналитические таблицы.
3. Расчет финансовых коэффициентов, отражающих финансовое положение (коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент рентабельности, коэффициент платежеспособности и другие);
4. Сравнительный анализ путем сравнения с общепризнанными и среднеотраслевыми показателями.
5. Выявление существующих тенденций финансовых показателей и подготовка отчета для оценки финансового состояния предприятия.
6. Разработка направлений улучшения финансовых показателей [4].

Механизм управления финансовым состоянием организации основан на финансовом анализе. Анализ финансового состояния предприятия позволяет определить такие аспекты, как текущий уровень финансового состояния, перспективы его развития, состав источников формирования бюджета компании и возможность минимизации кредиторской задолженности.

Также анализ позволяет определить «слабые» места предприятия. Для устранения таких мест необходимо разработать определенные меры. Если у компании стабильное финансовое состояние, это не значит, что нет необходимости принимать какие-либо меры и оставлять все как есть. В этом случае необходимо провести анализ применительно к конкурентам и экономике страны в целом.

В процессе реализации финансовой стратегии предприятия большое внимание следует уделять направлениям улучшения финансового состояния предприятия, повышения ликвидности, финансовой устойчивости и платежеспособности.

Основная мера по улучшению финансового состояния компании - это оптимизация или снижение затрат. Самый действенный механизм - это создание системы эффективного контроля затрат предприятия. Кроме того, желательно проанализировать организационную структуру, чтобы исключить уровни управления и снизить трудозатраты.

Реорганизация запасов подразумевает, что запасы классифицируются в соответствии с их важностью для повышения устойчивости бизнеса. Следует сократить объемы тех видов запасов, которые не являются необходимыми для функционирования предприятия.

В то же время необходимо активизировать деятельность в области заказов на поставку за счет внедрения более эффективных процедур контроля, таких как централизация хранения и выпуска товаров, улучшение документооборота, перераспределение площадей хранения. Залежавшиеся запасы целесообразно продать со скидками с тем, чтобы получить дополнительные денежные средства.

Получение дополнительных денежных средств от использования основных средств. После этого можно определить наиболее подходящие каналы коммуникации

для эффективного донесения до участников рынка предложений о продаже или аренде недвижимости.

Имущество, которое нельзя сдать в аренду, необходимо законсервировать, составить акт консервации и подать в налоговую, что позволит исключить это имущество из расчета налоговой базы.

Еще одна мера по улучшению финансового состояния предприятия - взыскание долгов с целью ускорения оборачиваемости денежных средств. Взыскание долгов с клиентов может поощряться специальными скидками. В то же время необходимо создать систему оценки клиентов, которая суммировала бы все риски, связанные с ними как с деловыми партнерами. Для каждого клиента вы можете установить формальные кредитные лимиты, которые будут определяться общими отношениями с ним, потребностями компании в денежных средствах и оценкой финансового положения конкретного клиента. В некоторых случаях можно попробовать продать банку, который обслуживает фирму, ее дебиторскую задолженность. Изменение структуры долговых обязательств предполагает подробный анализ этих обязательств и возможных вариантов их погашения с целью увеличения ликвидности в будущем. При невозможности погашения данных обязательств возможны варианты изменения структуры (перевод долгосрочных обязательств в краткосрочные или наоборот).

Дифференциация выплат кредиторам по приоритетам. Этот метод предполагает сокращение оттока денежных средств путем ранжирования поставщиков по их важности. В приоритете должны находиться критически важные поставщики.

Также есть возможность пересмотреть капитальные планы - это средство увеличения денежного потока. Этот метод направлен на минимизацию затрат. Особенно в условиях угрозы кризиса имеет смысл отказаться от вложений в капитальное строительство, расширение сети продаж, покупку нового оборудования и так далее. Также необходимо отказаться от тех капитальных вложений, которые не могут обеспечить немедленную отдачу предприятию.

Увеличение потока средств из заинтересованных источников неторгового финансирования предполагает оказание помощи со стороны основных групп поддержки - банков, акционеров или собственников.

Увеличение объемов производства и продаж обеспечивает увеличение денежных средств, полученных от реализации продукции, то есть увеличение абсолютно ликвидных активов. В этом случае необходимо выделить группы товаров, приносящих наибольшую прибыль, проанализировать цену и объем реализуемой продукции, чтобы определить наиболее разумный компромисс.

Следовательно, изучение финансового состояния компании считается одним из важнейших направлений экономической оценки в предприятии. Оценка финансового состояния предприятия - это прежде всего набор методов, позволяющих определить состояние дел предприятия на основе изучения результатов ее деятельности. Финансово-экономическое состояние предприятия отражает его жизнеспособность, конкурентоспособность, надежность, а также эффективность инвестированного собственного капитала организации.

1. Диденко, А. В. Оценка финансово-экономического состояния предприятия и пути его улучшения // Молодой ученый. — 2018. — № 42 (227). — С. 125-128. — URL: <https://moluch.ru/archive/226/52928> (дата обращения: 12.12.2020).
2. Пирожкова, Н. В. Совершенствование подходов и методик анализа финансового состояния предприятия // Молодой ученый. — 2018. — № 14 (125). — С. 121-123. — URL: <https://moluch.ru/archive/128/35435> (дата обращения: 12.12.2020).
3. Родин, Е. А. Проблемные вопросы оценки финансового состояния предприятия в условиях возникновения риска банкротства // Молодой ученый. — 2018. — № 11.6. — С. 54-56. — URL: <https://moluch.ru/archive/116/31653> (дата обращения: 12.12.2020).
4. Урманбекова, И. Ф. Улучшение финансового состояния предприятия // Молодой ученый. — 2017. — № 18 (161). — С. 295-297. — URL: <https://moluch.ru/archive/151/41335> (дата обращения: 12.12.2020).

Кагарманова А.И., Голованов А.В.
Собственный капитал предприятия: сущность, оценка и пути повышения
эффективности использования

*ФГБОУ ВО «Бакирский государственный университет» Стерлитамакский
филиал
(Россия, Стерлитамак)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-82

idsp: ljournal-02-2021-82

Аннотация

В статье рассмотрена сущность собственного капитала, методика анализа, а также раскрыты направления, способствующие повышению эффективности его использования. В частности, определено, что на современном этапе формирование и эффективность использования собственного капитала имеет важное значение, поскольку его величина оказывает прямое влияние на основные показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия.

Ключевые слова: собственный капитал, источники финансирования, оптимизация, уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал.

Abstract

The article considers the essence of equity capital, the methodology of analysis, and also reveals the directions that contribute to improving the efficiency of its use. In particular, it is determined that at the present stage, the formation and efficiency of the use of equity capital is important because its value has a direct impact on the main indicators that characterize the financial condition of the enterprise.

Keywords: equity, capital structure, optimization, authorized capital, additional capital, reserve capital.

Капитал является одной из важнейших экономических категорий, используемых в финансовом управлении, так как именно этот показатель характеризует масштабы деятельности организации, успешность ее функционирования, а в сравнении с другими показателями – её финансовое положение.

Собственный капитал характеризует общую стоимость средств предприятия, принадлежащих ему на праве собственности и используемых им для формирования определенной части активов. Эта часть активов, сформированная за счет инвестированного в них собственного капитала, представляет собой чистые активы предприятия.

Собственный капитал играет важнейшую роль во всех сферах экономики, активно участвует в современных преобразованиях глобального хозяйства, затрагивающих экономическую и политическую среду, а также технологический уровень и организационную структуру [2, с.87].

Являясь одним из ключевых источников формирования имущества (активов) организации, собственный капитал представляет собой совокупность средств хозяйствующего субъекта, находящихся в его собственности.

Исходя из этого, можно определить основную цель управления собственным капиталом как удовлетворение организационных потребностей в приобретении активов, необходимых для деятельности компании, а также оптимизацию структуры совокупного капитала компании с целью минимизации его стоимости и максимизации рыночной стоимости компании при сохранении приемлемого уровня риска.

Собственный капитал в настоящее время функционирует в различных формах: уставный, добавочный и резервный капитал, нераспределенная прибыль, а также переоценка внеоборотных активов предприятия. [4, с.119].

Для каждого текущего периода устойчивые темпы роста зависят от роста собственного капитала, источником которого является нераспределенная прибыль. Из всех источников финансовых ресурсов прибыль является постоянно воспроизводимым ресурсом.

Структура капитала организации представляет собой совокупность источников финансирования этой организации, то есть ее заемных и собственных средств, предназначенных для поддержания жизнедеятельности компании в долгосрочной перспективе. Такое сочетание является результатом профессиональной деятельности руководителей компании или ее собственников, их управленческих решений в области финансов, и такой результат является в лучшем случае разумным и обдуманным выбором, а не случайным решением [3, с.89].

Анализ собственного капитала проводится в следующей последовательности:

1. Анализ состава, структуры и динамики собственного капитала

В ходе анализа динамики определяются абсолютные и относительные отклонения. Анализ структуры направлен на определение доли отдельного элемента в общей величине. Оценку целесообразно проводить за предшествующие 3-5 лет.

2. Анализ эффективности использования собственного капитала предприятия.

Основным методом анализа эффективности использования собственного и заемного капитала является коэффициентный анализ, который объединяет систему показателей: рентабельность собственного капитала, коэффициент оборачиваемости собственного капитала, коэффициент соотношения собственного и заемного капитала, коэффициент обеспеченности источниками финансирования и т.д. (см. таблицу 1).

Таблица 1

Коэффициенты для расчета эффективности использования собственного капитала

Показатель	Расчетная формула	Экономический смысл
Рентабельность собственного капитала (ROE)	Коэффициент рентабельности собственного капитала = Чистая прибыль/Собственный капитал	Оценивает эффективность использования собственного капитала, во-вторых, степень риска предприятия.
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала ($K_{обск}$)	Выручка от реализации / Среднегодовая стоимость собственного капитала	Показывает скорость оборота собственного капитала.
Коэффициент соотношения собственного и заемного капитала ($K_{соотн}$)	Заемный капитал / Собственный капитал	Характеризует степень зависимости организации от внешних займов (кредитов).
Коэффициент обеспеченности источниками финансирования ($K_{обесп}$)	(Собственный капитал - Внеоборотные активы) / Оборотные активы	Показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных средств
Коэффициент финансирования ($K_{фин}$)	Собственный капитал / Заемный капитал	Показывает, насколько предприятие независимо от внешних источников финансирования.
Коэффициент финансовой независимости (автономии) ($K_{авт}$)	Собственный капитал / Совокупные активы	Показывает долю активов организации, которые покрываются за счет собственного капитала.
Коэффициент маневренности собственного капитала ($K_{ман}$)	Собственные оборотные средства / Собственный капитал	Показывает, способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников.

3. Факторный анализ коэффициентов эффективности использования собственного капитала

На данном этапе предлагается проводить факторный анализ по наиболее значимым коэффициентам, используя стандартную или расширенную модель.

Заключительным этапом является поиск и подсчет резервов повышения эффективности использования собственного капитала предприятия.

Среди мер, направленных на повышение эффективности использования собственного капитала предприятия, можно выделить следующие:

- модернизация бухгалтерской отчетности для учета собственного капитала. Например, раскрытие подробной информации в примечаниях к финансовой отчетности заинтересованным пользователям;
- заключение договоров страхования на случай упущенной выгоды, что позволяет минимизировать финансовые риски;
- ускорение оборачиваемости капитала за счет сокращения сроков погашения дебиторской задолженности;
- при анализе финансового и имущественного состояния предприятия необходимо учитывать интенсивность использования основного капитала, которая является показателем эффективности деятельности предприятия;
- финансирование предприятия исключительно из собственного капитала не всегда полезно, это следует учитывать при выборе учетной политики;
- руководству компании необходимо найти компромисс при выборе подхода к финансированию активов компании.

Таким образом, анализ собственного капитала требует особого внимания, так как имеет исключительно важное значение в оценке деятельности предприятия, поскольку величина собственного капитала оказывает влияние на финансовое состояние предприятия. Повышение уровня эффективности использования собственного капитала требует от руководства и главного бухгалтера применения специальных знаний в области финансового анализа, управления и бухгалтерского учета.

1. Приказ Минфина России от 28.08.2014 N 84н (ред. от 27.11.2020) «Об утверждении Порядка определения стоимости чистых активов» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.10.2014 N 34299).
2. Гнусарев З. Ю. Проблемы формирования капитала организации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 1–1(59). – С.86–88.
3. Лазарева О. В. Собственный капитал и проблемы оптимизации структуры капитала организации / О. В. Лазарева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 89–92.
4. Мерцалова Л. С., Ильина И. В. Оценка эффективности использования собственного капитала предприятия // Молодой ученый. – 2020. – № 5(295). – С.118–120.
5. Солиева Ч. У. Управление собственным капиталом предприятия // Фундаментальные научные исследования. Сборник научных трудов по материалам XX Международной научно–практической конференции. – 2020. – С.27–33
6. Задорова Т. В. Управление собственным капиталом предприятия // Механизмы взаимодействия власти, бизнеса и общества в контексте реализации национальных проектов. Материалы XI Всероссийской научно–практической конференции. Чебоксарский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». – 2020. – С.86–92.

Килина А.А.

**Роль и место региональных органов государственной власти в привлечении
денежных средств населения**

doi: 10.18411/lj-02-2021-83

idsp: ljournal-02-2021-83

Аннотация

В целях развития экономики Российской Федерации, отдельных субъектов федерации в частности, а также преодоления кризисных влияний, которые негативно влияют на риски нестабильности внешней экономики, важным направлением является привлечение денежных средств населения. Данная статья направлена на исследование действующей системы привлечения денежных средств населения, а также формирование оптимальной системы влияния региональных органов государственной власти на систему привлечения денежных средств населения.

Ключевые слова: денежные средства, Центральный банк, региональные органы власти, коммерческие банки, население, банковская система, сбережения, привлечение средств.

Abstract

For the development of the Russian economy, as well as its individual subjects, it is important to ensure the attraction of funds from the population. This allows, as a rule, to overcome crises that negatively affect the stability of the economy. This article is devoted to the study of the system of attracting money from the population. It includes a scheme of the influence of regional government bodies on the system of attracting funds from the population.

Keywords: cash, Central Bank, regional authorities, commercial banks, population, banking system, savings, fundraising.

В рамках российской действительности, роль государства является крайне высокой, причем в последнее время она становится все более значимой с учетом усиления влияния кризисных явлений и в условиях проблем территориального развития отдельных регионов страны. В России с начала 90-х годов развивается рыночная экономика, которая характеризуется институциональной системой развития, включая обеспечение прав собственности, их передачу, а также политические, правовые, а также экономические механизмы принятия решений.

Рассматривая денежно-кредитную систему, развивающуюся в рамках рыночной экономики, можно сказать, что ее функции являются достаточно узкоспециализированными. При этом основным органом в рамках данной системы является Центральный банк РФ. Другим элементом системы является целая система коммерческих банков, ведущих свою деятельность на территории России. В рамках данной системы происходит фактически процесс привлечения денежных средств.

Отметим, что Центральный банк РФ представляет собой независимое учреждение, основанное правительством и контактирующее напрямую с коммерческими банками, а не населением. Основная функция деятельности Центрального банка заключается в сохранении стабильности денежно-кредитной системы, защиты от кризисов и регулирование денежного предложения на основе изменения экономической ситуации в стране [5, с. 63].

В свою очередь, коммерческие банки на основе лицензии Центрального банка фактически осуществляют прямой контакт с населением и предприятиями, принимая у последних денежные средства на процентные вклады и выдавая кредиты под проценты заемщикам. Основная цель деятельности коммерческих банков отличается от Центрального банка. В данном случае коммерческие банки преследуют цель –

получение максимально возможной прибыли, ввиду чего банки значительно стараются расширить состав оказываемых услуг. От основной деятельности прибыль банки получают как разница между полученными и выплаченными процентами.

Кроме кредитных операций, банки также реализуют платежно-расчетные операции, которые, как правило, являются самыми масштабными в рамках их хозяйственной деятельности. Также не меньшую долю занимают и прочие услуги, включая следующие: управление ценными бумагами физических и юридических лиц, консультирование, бюджетное и налоговое планирование, а также прочие услуги, которые также приносят дополнительный доход банкам.

Основа обеспечения деятельности денежно-кредитной системы связана с динамикой показателя денежного мультипликатора, который отражает в себе потенциал увеличения банками собственных кредитных ресурсов, то есть расширения денежной массы. Основная необходимость эмиссии денежных средств и привлечения денежных средств населения состоит в том, что прирост сумм депозитов в банке позволяет в свою очередь расширять его деятельность путем выдачи еще больших объемов кредитов. При получении (при проведении собственных хозяйственных операций, смены владельцев денежных средств) новых кредитов в виде денежных средств, они, по своей сути, могут быть также направлены в депозит в другой банк, который затем повторив данные операции получит возможность выдать новые кредиты и так далее.

Законодательно установлено в целях стабилизации денежно-кредитной системы обязательное наличие резервов банками, которые отчисляются за счет средств, внесенных на банковские счета и не выданных в качестве кредитов. Данное обязательство обуславливается требованиями Центрального банка РФ.

Избыточные резервы банка представляют остаточную наличность банка после отчислений обязательных резервов. Именно данная сумма банком может быть выдана заемщикам в качестве кредита. Тем самым, можно сделать вывод, что обязательные резервы представляют собой инструмент, при помощи которого Центральный банк РФ реализует функцию управления коммерческими банками и влияет на их способность к выдаче кредитов. Важно отметить, что обязательные резервы не представляют собой дополнительный вид ликвидности для коммерческих банков, которыми они могут в любой момент воспользоваться, а выступают именно в качестве показателя их устойчивости и стабильности денежно-кредитной системы в целом.

Государство напрямую оказывает влияние на предложение денег в экономике и осуществляет регулирование денежной массы. Таким образом, с учетом вышесказанного, в организации предложения денежных средств в России участвуют [3, с. 286]:

- 1) Центральный банк;
- 2) коммерческие банки;
- 3) население.

Центральный банк РФ, занимая главенствующее положение, осуществляет непосредственное регулирование и контроль предложения денег через их эмиссию. Также Центральный банк управляет так называемой ключевой ставкой, увеличивая предложение кредитных денежных средств снижая уровень ставки, или наоборот, сокращая предложение, увеличивая уровень ставки.

В случае если представить в качестве денежной массы всю сумму наличных денег и имеющихся депозитов (включая все остатки на счетах), то модель денежного предложения может быть выражена следующим образом. В составе экономики, кроме наличных денег, часть доходов экономические субъекты переводят во вклады (депозиты) коммерческим банкам. В свою очередь, банки непосредственно получая денежные средства, направляют их на выдачу кредитов заемщиков, обеспечивая при этом процесс мультипликативного прироста денежной массы.

Сумма денежного предложения находится в прямой зависимости от суммы денежной базы, а также одновременно находится в обратной зависимости от коэффициента депонирования и нормы резервирования. В частности, последние два показателя представляют оценку избыточных резервов и являются фактически убывающими функциями от непосредственной ставки процента (ввиду того, что увеличение процентных ставок приводит к сокращению уровня избыточных резервов ввиду улучшения привлекательности кредитов для коммерческих банков). В рамках населения, увеличение процентной ставки соответственно увеличивает привлекательность депозитов и снижает долю наличных денежных средств.

В свою очередь, спрос на денежные средства отражает собой желание населения обладать в текущий момент времени определенной суммой денег. Тем самым спрос на деньги является достаточно фиксированной величиной. В рамках теоретических и практических особенностей анализа денежного спроса отдельными учеными-экономистами вырабатываются различные методики, основывающиеся на концепциях спроса на деньги. Наиболее известными из них можно выделить следующие [1, с. 361]:

- 1) классическая концепция;
- 2) теория Дж. М. Кейнса;
- 3) модели У. Баумоля – Дж. Тобина.

Вторая и третья модели предполагают, что спрос на деньги должен исследоваться со стороны возможностей оптимизации денежного запаса экономического субъекта. В свою очередь, также существуют портфельные теории, в которых спрос на деньги связывается напрямую со спросом на остальные важнейшие виды активов. В данной части наиболее значимым направлением анализа спроса является монетаризм. Первым из ученых-исследователей теории спроса на деньги непосредственно функцию денежного спроса предложил М. Фридман. Согласно автору, спрос на денежные средства – это функция включающая в себя набор следующих переменных: уровня цен, доходности по акциям и облигациям (за вычетом значения инфляции), совокупного богатства, которое исчисляется в соответствии с концепцией перманентного дохода. В свою очередь, оценка влияния на денежный спрос может быть охарактеризована следующим образом: увеличение уровня цен влечет к увеличению суммы спроса на реальные денежные остатки, и наоборот. При этом увеличение динамики инфляции приводит, наоборот, к сокращению реальной ценности денег и увеличению ценности реальных благ, что в свою очередь влечет к так называемому «бегству от денег».

Спрос на денежные средства в некоторой степени является также значением спроса на деньги как средства сбережения. Деньги население и организации могут направлять в различные финансовые активы: в финансовые инструменты (акции, облигации и прочие), наличные деньги, вклады. При этом хранение денег сопровождается также с их постепенной потерей ввиду снижения их покупательской способности, что в свою очередь определяет издержки упущенных возможностей. При этом можно выделить следующую зависимость: чем более высокой является процентная ставка по текущим вкладам, тем менее выгодным является хранение денежных средств как запаса наличных.

То есть в случае, если спрос на деньги для сделок является достаточно устойчивой величиной, не зависящей от процентных ставок, то спрос на деньги для сбережений напрямую зависит от ставки процента. Причем чем выше ставка, тем более дорогим становится хранение запасов денежных средств и тем ниже становится спрос на денежные средства.

Спрос и предложение на денежные средства со стороны населения объединяется на так называемом денежном рынке. На данном рынке, в частности, устанавливается денежное равновесие, подобное товарным рынкам, когда происходит пересечение кривой спроса на денежные средства и линии их предложения. Само пересечение

определяет равновесную ставку процента, которая и представляет фактическую стоимость денег.

С учетом вышеприведенного, можно сделать вывод, что денежные средства населения в своей совокупности представляют собой часть денежно-кредитной системы, эффективность функционирования которой находится в прямой зависимости от объема и скорости их оборачиваемости в деловом обороте.

Процесс совершенствования денежного обращения в России способствуют ее активному развитию в соответствии с парадигмой рыночной экономики. В данной части все более самостоятельных функций передается регионам и органам местного самоуправления. При этом до сих пор является достаточно значимой проблемой недостаток финансовых ресурсов для должного управления денежным обращением конкретно в регионах и в сферах обязанностей органов местного самоуправления.

На основании приведенной информации предложим рекомендуемую схему влияния региональных органов государственной власти на систему привлечения денежных средств населения на рисунке 1.

Рисунок 1 – Рекомендуемая схема влияния региональных органов государственной власти на систему привлечения денежных средств населения

По нашему мнению, основная цель региональных органов государственной власти в привлечении денежных средств населения заключается в организации наиболее благоприятной среды в целях повышения эффективности оборачиваемости денежных средств. В данной части, предполагается, что органы государственной

власти должны осуществлять поиск решений проблем, включая, например, обеспечение благоприятных внешних условий для эффективного использования денежных средств, их оборачиваемости, объема денежной массы. Региональная финансовая система выступает как система управления денежными средствами целой цепочки взаимосвязанных хозяйствующих субъектов и оборотом денежных средств населения региона. Здесь свою регулирующую роль должны играть региональные и местные органы власти. В частности это - поддержание интеграции хозяйственных интересов по «цепочкам приращения стоимости» регионально значимых продуктовых направлений с целью максимальной эффективности производства такой продукции. Еще одним важным моментом является создание положительной репутации в обществе от улучшения внешней среды и качества жизни населения.

В случае если основной спектр задач по управлению денежным обращением будет переложен на региональные органы власти, то это может обеспечить высокую вероятность того, что поддержка региональных предпринимателей, находящихся в кризисном положении, будет осуществляться более оптимально и обоснованно. Ввиду этого эффект от привлечения денежных средств региона будет кумулятивным за счет отсутствия ситуации, когда денежные средства будут задерживаться во владении посредников, не занимающихся напрямую производственной деятельностью. Это позволит в конечном итоге обеспечить развитие всего региона в целом и в конечном итоге улучшить положение самого населения.

1. Галанов В.А. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / В.А. Галанов. — 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 414 с.
2. Гояев А.М. Современная проблематика инструментов привлечения денежных средств населения во вклады коммерческих банков // Научная дискуссия: инновации в современном мире. - 2017. - № 11. - С. 41-46
3. Колпакова Г.М. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / Г.М. Колпакова, Ю.В. Евдокимова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 609 с.
4. Сафиуллин А.Р. Формирование благосостояния населения: современные тенденции и Россия: Монография / А.Р. Сафиуллин – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 215 с.
5. Стародубцева Е.Б. Основы банковского дела: учебник / Е.Б. Стародубцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 288 с.

Килина А.А.

Современное состояние системы привлечения денежных средств населения на российском рынке

doi: 10.18411/lj-02-2021-84

idsp: ljjournal-02-2021-84

Аннотация

На сегодняшний момент у России имеется достаточно четко сформированная финансовая система. В тоже время сохраняется проблема трансформации денежных средств в инвестиционные проекты и их своевременное привлечение в развитие экономики РФ. Ввиду этого, в статье рассмотрено современное состояние системы привлечения денежных средств населения, а также дана оценка ее возможности дальнейшего развития.

Ключевые слова: денежные средства, Центральный банк, коммерческие банки, население, банковская система.

Abstract

Today, Russia has a fairly well-formed financial system. At the same time, the problem of transforming funds into investment projects and their timely involvement in the development of the Russian economy remains. In view of this, the article examines the

current state of the system for attracting funds from the population, as well as an assessment of the possibilities for further development.

Keywords: cash, Central Bank, commercial banks, population, banking system.

Многие коммерческие банки в России некоторое время назад концентрировали свою деятельность на основе привлечения денежных средств в первую очередь коммерческих организаций. Это характеризовалось тем, что за обслуживание платежеспособных, финансово-устойчивых организаций, имеющих значительные денежные обороты, шла серьезная конкурентная борьба. В тоже время сбережениям населения уделялось несколько меньшее внимание. В настоящее время данная ситуация значительно меняется, что предопределяется в первую очередь рыночной конъюнктурой российской экономики. Актуальность роста внимания к привлечению денежных средств населения, в частности, выросла ввиду необходимости повышения инвестиционных ресурсов на рынке, снижение темпов роста инфляции, важность пополнения банковского капитала, обеспечение роста уровня жизни населения.

Важно отметить, что на сегодняшний день депозитный рынок в сфере банковских услуг является одним из самых развивающихся направлений и в первую очередь это связано с развитием рынка вкладов в первую очередь населения. При помощи активной работы коммерческих банков, денежно-кредитная система России имеет возможность оптимально аккумулировать сбережения населения и перераспределять их, используя их в качестве инвестиционных ресурсов. Важно отметить, что вклады для населения являются одним из самых распространенных видов инвестиций, хотя зачастую и он не превышает по доходности даже уровня инфляции. Согласно макроэкономической статистике, в последние пять лет заметно значительное увеличение объемов вкладов населения в коммерческих банках, в частности, долгосрочных вкладов.

Данная ситуация является позитивной для денежно-кредитной системы страны, поскольку привлечение средств населения является одним из наиболее значимых и существенных механизмов обеспечения оборачиваемости выпущенных в обращение наличных денежных средств. В соответствии с этим, стимулирование банками деятельности по привлечению сбережений населения можно определить как наиболее приоритетную в области развития денежно-российской денежно-кредитной системы.

При этом необходимо отметить, что с учетом основной цели коммерческого банка – получение прибыли, последним выгодно большую долю иметь срочных вкладов, а также вкладов до востребования, ввиду того, что такие вклады являются наиболее дешевой ресурсной базой. Процент по таким вкладам, как правило, низкий, либо вообще отсутствует. Несмотря на то, что данные средства в любой момент времени могут быть изъяты со счетов, у банков имеются в любой момент времени необходимый объем ресурсов для выдачи данных средств (при условии обеспечения нормальной платежеспособности). Статистику в разрезе структуры депозитов населения в российских банках отразим в таблице 1.

Таблица 1

Анализ динамики и структуры средств населения в банках, млрд. руб. [5]

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Средства клиентов, всего	19729592	23171691	26455846	27523647	31286296	33952306
В том числе до востребования	6632980	7055140	8232141	7983793	9207010	9289151
Доля	36,65	30,45	31,12	29,00	29,43	27,36

Важно отметить, что в последние годы доля вкладов до востребования как наиболее выгодных для банков снижается. Это в свою очередь обуславливает

необходимость развития депозитной политики со стороны банков, а также инструментов по привлечению денежных средств.

Увеличение значимости процесса привлечения денежных средств населения банками обуславливается также трудностями, которые в последние годы испытывала банковская отрасль. В частности, по различным причинам, в том числе и ввиду отсутствия достаточной доли капитала, отсутствия платежеспособности, ликвидности, число действующих коммерческих банков в России снижается. Например, за 2018 год данное число сократилось на 62 финансовых учреждения. Центральный банк РФ при этом только ужесточает требования, которым должны соответствовать коммерческие банки. В таблице 2 представим динамику действующих банков в России за 2010-2018гг.

Таблица 2

Динамика действующих банков в России за 2010-2018гг. [5]

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число банков	1058	1012	978	956	923	834	733	623	561

Наличие проблем у бизнес-сообщества, усиление влияния зарубежных санкций, иных внешних факторов снижает эффективность осуществления предпринимательской деятельности в стране. Согласно статистическим данным, на конец 2019 года кредитный портфель банков в малом и среднем бизнесе снизился на 20% от уровней конца 2018 года, а доля просроченной задолженности достигла 15-20%. Это напрямую влияет на состояние инвестиционного климата страны, возможностей ее развития. При этом возместить риски непогашения выданных кредитов, повышая ставки кредитов банки не могут, поскольку они и так по некоторым оценкам являются завышенными для населения и предпринимателей, что будет только снижать их прирост деятельности.

Ввиду этого депозитные операции банков являются наиболее важным ресурсом для банка, который может компенсировать потенциальные потери от кредитования, обеспечить стабильную величину капитала и платежеспособность.

Отдельного внимания актуальность привлечения денежных средств населения также обуславливается такими факторами, как: законодательство, состояние и развитие финансового рынка, макроэкономические показатели (среди которых основным является ключевая ставка). В рамках особенностей финансового рынка необходимо выделить следующие аспекты: недостаток реальных экономических и политических предпосылок для стабилизации и оживления экономики, увеличение инфляционных ожиданий, снижение реальных доходов населения, непрогнозируемая девальвация, упадок доверия к экономическим институтам. Учитывая выделенные нами аспекты, можно сделать вывод, что ими обуславливается сокращение числа банковских учреждений, что в свою очередь привело к ограничению некоторых возможностей по удовлетворению потребностей реального сектора экономики в заимствованиях за счет внутренних ресурсов.

В рамках развития привлечения денежных средств населения должны в обязательном порядке учитываться непосредственно интересы самого населения не только в разрезе совершенствования их социального уровня, но также и по качеству предоставления финансовых услуг по хранению и преумножению денежных средств. В данной части коммерческие банки должны учитывать то, что на практике различаются различные группы и виды населения, которые имеют различный социальный уровень и возможности по размещению вкладов. В свою очередь, основной целью депозитной политики коммерческих банков должно быть также привлечение оптимального объема денежных ресурсов населения, который был бы достаточен для успешного функционирования российской экономики, финансовых и производственных рынков в частности с учетом нормального уровня издержек. В данной части выделяются, как

правило, следующие варианты инструментов для достижения целей депозитной политики банка [1, с. 42]:

- 1) открытие и ведение счетов юридических и физических лиц, предполагающее поступление на эти счета денежных средств;
- 2) открытие и ведение счетов других банков, предполагающее поступление на эти счета денежных средств;
- 3) выпуск и продажа банковских векселей;
- 4) открытие на банк лимитов со стороны других банков, позволяющее привлекать ресурсы в форме межбанковских кредитов.

В рамках привлечения банками сбережений населения важно отметить, что значительный объем внимания для обеспечения конкурентоспособности уделяется в первую очередь скорости и простоте оформления вкладов, это позволяет банкам становится более клиентоориентированными. Это особенно актуально в условиях снижающегося числа банковских учреждений.

При этом на результативность обеспечения денежно-кредитной системы также влияет и уровень доходов населения, который является по сути одним из наиболее важных показателей социально-экономического положения страны. Важно отметить, что чем более высоким является уровень экономического развития в стране, тем выше будут значения номинальных и реальных доходов граждан, которые необходимо перераспределять внутри денежно-кредитной системы. И с ростом доходов населения данный процесс перераспределения будет осуществляться более оптимально. Современные статистические данные о динамике доходов населения свидетельствуют о некотором росте номинальных доходов при одновременном отсутствии положительных результатов динамики индекса реальных доходов населения за 2015-2018гг. Представим их в таблице 3.

Таблица 3

Среднемесячная начисленная заработная плата работников в РФ за 2014-2018гг. [4]

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Номинальная среднемесячная заработная плата, руб.	32 495	34 030	36 746	39 482	42 307
Темп роста реальной среднемесячной зарплаты (индекс, %)	101,2	91,0	100,7	102,7	101,9

Можно сделать вывод, что текущая динамика реальной и номинальной заработной платы населения изменяется под влиянием в первую очередь кризисных явлений, как в российской, так и мировой экономик. Это также влияет на склонность к сбережению среди населения и формирует проблемы по привлечению денежных средств населения в денежно-кредитную систему России.

Кроме указанных выше проблем, требующих выработки определенных решений, также можно отдельно выделить проблему инфляции. Предполагалось, что сокращение инфляционных процессов позволит создать основу, которая сможет способствовать росту экономического положения России, а также обеспечит инвестиционную привлекательность экономики. Но фактически, меры, при помощи которых государство достигло снижения инфляции, носили, по своей сути, разнонаправленный характер. В рамках финансовой и денежно-кредитной политики это выражалось в снижении расходов бюджета, а также политики Центрального банка РФ по повышению ключевой ставки. В конечном итоге данные меры не позволили обеспечить должный рост реальных доходов населения и фактически ограничили платежеспособный спрос, что еще в большей мере актуализировало процесс привлечения денежных средств населения.

Текущая ситуация, характеризующаяся низкими темпами роста реальной заработной платы, влияет негативно на темпы увеличения ВВП, что выражается

фактически тем, что при отсутствии роста реальной заработной платы снижается емкость внутреннего рынка. Чем меньше спрос на рынке, тем меньшим будет объем производства. Кроме того низкий платежеспособный спрос не благоприятствует также развитию инвестиционного потенциала страны.

В целях потенциального устранения указанных выше проблем в рамках привлечения денежных средств населения, на наш взгляд, необходимо в первую очередь обеспечить приемлемую доходность в рамках накопления денежных средств в банковской системе при условии одновременной минимизации рисков утери средств. Последнее также остается проблемой, особенно в условиях сокращения числа банков. При ликвидации коммерческого банка вклады населения хоть и застрахованы государством, но сумма страхования составляет лишь 1 400 000 руб. по одному вкладу. То есть при накоплении на счете сверх указанной суммы, при наступлении страхового случая население получит средства не выше указанной суммы.

По нашему мнению необходимо продолжить развитие системы страхования вкладов, а также усилить интеграционные процессы по участию банка в качестве посредника на финансовом рынке, а также более оптимальному контролю деятельности банков для предупреждения возникновения их неплатежеспособности.

Текущее исследование актуальности привлечения денежных средств населения, в конечном итоге, характеризуется следующими аспектами:

1) сокращение объемов вкладов в условиях низкого уровня роста реальных доходов населения, что соответственно выражается в низкой покупательной способности населения и недостаточном получении доходов для покрытия текущих потребностей;

2) увеличение объемов вкладов населения позволяет сделать вывод, что население в ущерб текущему потреблению формирует собственные сбережения. Это в первую очередь подтверждает негативный прогноз со стороны населения, как собственного благосостояния, так и перспектив развития страны.

На основе вышеприведенного можно сделать вывод, что значимость привлечения денежных средств населения является важной для денежно-кредитной системы, а также экономики в целом. Важная роль в данной части лежит на системе страхования вкладов населения, а также депозитной политике коммерческих банков. Но учитывая значимость совершенствования данного механизма важным является обеспечение развития банковской системы в целом, поскольку текущая динамика их совершенствования носит несколько неоптимальный характер. Число банковских учреждений сокращается, Центральным банком ужесточаются правила ведения деятельности при одновременном ухудшении макроэкономических показателей. Тем самым является актуальной выработка более оперативных и точных методов привлечения денежных средств населения, которые позволят повысить результативность российской экономики в целом и увеличить благосостояние населения.

1. Гояев А.М. Современная проблематика инструментов привлечения денежных средств населения во вклады коммерческих банков // Научная дискуссия: инновации в современном мире. - 2017. - № 11. - С. 41-46
2. Сафиуллин А.Р. Формирование благосостояния населения: современные тенденции и Россия: Монография / А.Р. Сафиуллин – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 215 с.
3. Стародубцева Е.Б. Основы банковского дела: учебник / Е.Б. Стародубцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 288 с.
4. Россия в цифрах. 2018. По материалам Росстата РФ, 2018. URL: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/rusfig/rus18.pdf / (дата обращения: 06.03.2020)
5. Количество банков в России - динамика за 2007-2018 годы, уставной капитал и количество банков в разрезе регионов URL: <https://bankirsha.com/kolichestvo-bankov-v-rossii-na-konec-goda-finansovyi-krizis-ustavnoi-kapital-i-chislennost-bankov.html> / (дата обращения: 06.03.2020)

Крутов Р.А.**Преимущества и недостатки кредитного скоринга как метода оценки кредитоспособности потенциального заемщика***Финансовый университет при Правительстве РФ
(Россия, Москва)**doi: 10.18411/lj-02-2021-85**idsp: ljjournal-02-2021-85***Аннотация**

В процессе кредитования наиболее серьезным этапом является оценка кредитоспособности. Именно грамотное определение кредитоспособности своих клиентов позволяет банкам преждевременно регулировать и минимизировать кредитные риски. Банки с течением времени применяли в целях определения кредитоспособности физических лиц и субъектов малого и среднего предпринимательства различные методики, все они обладают своими преимуществами и недостатками, но на сегодняшний день с развитием информационных и компьютерных технологий наиболее популярной и эффективной стала скоринговая методика.

Ключевые слова: кредитный скоринг, кредитоспособность, оценка кредитоспособности, скоринговые методики, преимущества и недостатки скоринга.

Abstract

The most important stage in the lending process is the assessment of creditworthiness. It allows banks to prematurely regulate and minimize credit risks. Over time, banks have used various methods to determine the creditworthiness of individuals and small and medium-sized businesses, all of them have their own advantages and disadvantages, but today, with the development of information and computer technologies, the scoring method has become the most popular and effective.

Keywords: credit scoring, creditworthiness, credit rating, scoring techniques, advantages and disadvantages of credit scoring.

Кредитная деятельность для любого коммерческого банка является основополагающей и, с одной стороны, приносит значительную часть доходов, а с другой – может привести при неблагоприятных условиях к банкротству кредитного учреждения в связи с невозвратом высокой доли кредитов, особенно крупных. Проблема существования кредитного риска приводит к тому, что коммерческие банки должны искать различные способы и методы снижения воздействия этого риска во избежание потери прибыли и понесения чрезмерно больших убытков вследствие превращения кредитного риска в реальные невозвращенные кредиты. Здесь большое значение начинает иметь понятие кредитоспособности заемщика и необходимость ее определения коммерческими банками.

Оценка кредитоспособности представляет собой один из этапов процесса управления кредитным риском, являясь качественной оценкой способности заемщика рассчитываться по своим обязательствам с банком. Кредитные учреждения при проведении оценки кредитоспособности потенциальных заемщиков своей конечной целью ставят определение возможности и готовности кредитополучателя погашать все свои обязательства перед кредитной организацией в соответствии с условиями кредитного договора. Но помимо достижения этой конечной цели, кредитные учреждения путем проведения оценки кредитоспособности стремятся также решить следующие задачи:

- Изучение финансового состояния заемщика и определение факторов, способных впоследствии каким-либо образом повлиять на качество финансового состояния в лучшую, или, что важнее, в худшую сторону;
- Предупреждение и минимизация потерь денежных средств, выданных в кредит, в результате нежелания и/или неспособности заемщика выплатить сумму основного долга и начисленных процентов;
- Определение конкретного результативного показателя кредитоспособности заемщика, позволяющего сравнивать заемщиков друг с другом, анализировать принятые на себя кредитные риски и корректировать кредитную политику.

Существует достаточно большое количество различных методик, позволяющих оценить кредитоспособность заемщика (см. Таблицу 1). Здесь стоит отметить, что Центральный банк Российской Федерации на сегодняшний день никакими нормативными документами не утверждает в обязательном порядке применение конкретной методики определения кредитоспособности, поэтому российские банки занимаются созданием собственных методик, опираясь на опыт зарубежных банков и адаптируя их под российскую реальность.

Таблица 1.

Группа методик	Примеры методик
Рейтинговые методы	Скоринговые (Д. Дюрана)
	Матричные (Модель Г.В. Савицкой)
Методы прогнозирования банкротств	Множественный дискриминантный анализ (Z-модели Альтмана, Лиса, Тафлера, Бивера, Фульмера, М.А. Федоровой, Г. Спрингейта, Р.С. Сайфулина и Г.Г. Кадыкова, О.П. Зайцевой, Л.В. Донцовой и Н.А. Никифоровой, Модель R; PAS – коэффициенты); Логит-модели (модели Чессера, Г.В. Савицкой)
Регрессионные методы	Метод Аргенти (А-счет)
	Регрессионные деревья (CART)
Методики качественного анализа	CAMPARI, PARTS, правила «пяти Си» и «шести Си», PARSER, CAMEL, COPF, методика АРБ.

Таким образом, становится возможным сделать следующий вывод: оценка кредитоспособности заемщика необходима для коммерческих банков, поскольку позволяет говорить об уровне финансовой стабильности и устойчивости кредитополучателя, а значит, сделать вывод о том, сможет ли он погасить все свои обязательства в срок, и не возникнет ли в дальнейшем такой ситуации, когда банку придется окончательно смириться с фактом потери выданных в кредит денежных средств; кроме того, грамотная оценка финансового состояния и кредитоспособности заемщика позволяет правильно определить категорию качества выданной заемщику ссуды и создать необходимый резерв на возможные потери по этой ссуде. Оценка кредитоспособности – это важнейший этап системы управления кредитным риском, позволяющий впоследствии принять верные решения в целях минимизации этого риска, а поскольку кредитный риск является наиболее значимым в деятельности любого банка, то пренебрежение качеством и эффективностью его управления на отдельных этапах может привести к последствиям различного масштаба.

В конечном счете, несмотря на то, какую конкретно методику оценки кредитоспособности заемщика применяет коммерческий банк, в результате оценки кредитное учреждение должно вынести правильное заключение о надежности потенциального кредитополучателя, не упуская в процессе принятия решения влияние различных деталей и множества факторов, способных в той или иной степени изменить финансовое состояние заемщика и привести к образованию проблемных кредитов.

При определении кредитоспособности потенциального заемщика необходимо учитывать все аспекты, которые исходят из принципов кредитования – платности,

срочности и возвратности. Таким образом, необходимо обращать внимание не только на то, что заемные средства должны быть возвращены заемщиком полностью и в установленный кредитным договором срок, но и на то, что помимо суммы основного долга необходимо выплатить и проценты по кредиту. Далее необходимо учесть все детали, характеризующие способность заемщика покрыть все свои обязательства по кредиту.

При этом, если мы говорим о традиционных экспертных подходах к оценке кредитоспособности, они несмотря на свою относительно достаточную работоспособность и эффективность, одновременно с этим, имеют ряд проблем:

- Мнение специалистов, проводящих оценку, субъективно. Таким образом, точность оценки и её качество сильно зависит от знаний, опыта и профессионализма кредитных специалистов.
- Сотрудники физически неспособны обрабатывать огромные объемы информации, а значит – это приводит к проблеме ограниченности числа рассматриваемых банком кредитных заявок.
- Квалификация сотрудников, проводящих анализ кредитоспособности потенциального заемщика, должна быть достаточно высока; такие навыки должны быть высоко оценены в вопросе заработной платы, что приводит к значительным расходам банка.

В связи с обозначенными выше проблемами, становится понятной и очевидной позиция коммерческих банков, заинтересованных в создании таких систем классификации кредитов и анализа кредитоспособности заемщиков, которые могли бы позволить свести к минимуму участие экспертов в принятии решений в области кредитного анализа, и таким образом, уменьшить влияние человеческого фактора.

В такой ситуации на помощь коммерческим банкам приходит скоринговая методика оценки кредитоспособности, позволяющая оценить не только реальное финансовое состояние заемщика, но и его кредитный потенциал. Важное отличие кредитного скоринга от экспертной оценки заключается в том, что работа скоринговой системы основана на математическом и статистическом анализе кредитной истории «прошлых» заемщиков банка, при этом лишена субъективности, присущей человеку.

Упрощенно, скоринг – это начисление очков или баллов за конкретный критерий и выведение общего кредитного рейтинга на основе суммы всех начисленных баллов, позволяющего сделать вывод о возможности выдачи или невыдачи кредита. Любая скоринговая система подразумевает в своей работе три основных этапа: сбор информации, её анализ и выдача результата по итогам анализа. Сбор информации – это введение всех необходимых данных, критериев и параметров, присущих заемщику на основе предоставленных им документов, заполненной анкеты и информации из бюро кредитных историй и некоторых государственных органов. Анализ подразумевает начисление баллов за каждый критерий с учетом веса, то есть с учётом важности конкретного критерия для коммерческого банка. И наконец, на последнем этапе все баллы суммируются и выводится кредитный рейтинг, характеризующий кредитоспособность заемщика и дающий возможность принять решение о выдаче кредита клиенту. В модели существуют числовые границы, в рамках которых вычисляется кредитный рейтинг, а также присутствует так называемая линия отсечения. Для того, чтобы получить кредит в банке, необходимо набрать баллы выше линии отсечения, таким образом банки и отсекают ненадежных, по их мнению, заемщиков.

Таким образом, коммерческие банки, применяя скоринговую систему оценки кредитоспособности заемщиков, решают следующие проблемы, которые возникают при использовании традиционных подходов:

- субъективизм;
- негибкость и нестабильность;
- отсутствие системы обучения и накопления знаний;
- ограничение числа рассматриваемых заявок, которое обусловлено объективно ограниченными физическими ресурсами человека.

Помимо существующих преимуществ кредитного скоринга, у него имеются и свои недостатки. Одна из проблем связана с тем, что для построения качественной скоринговой модели необходимо обладать относительно большим количеством данных о поведении клиентов. При этом использовать уже имеющиеся данные, но принадлежащие другим банкам, или только данные, полученные из свободных источников, не совсем правильно, так как в этом случае возникает проблема сопоставимости и качества исходных данных, поскольку поведение заемщиков в разных банках может сильно отличаться, тем более в тех случаях, когда речь идет о банках разной клиентоориентированности в разных городах и регионах. Таким образом, модель, составленная на основе данных о работе с клиентами в одном банке, вероятно, не будет также эффективно работать в другом банке. Соответственно, банки, не обладающие собственной большой клиентской базой, не смогут с высокой долей вероятности разработать и внедрить собственную качественную и работоспособную скоринговую систему, не прибегая к помощи сторонних фирм, работающих в области кредитного скоринга.

Вторая серьезная проблема применения кредитного скоринга заключается в том, что все знания, представленные в виде скоринговых моделей, не имеют четкой логики, поскольку само их построение основано лишь на поиске статистических закономерностей. Модель, основанная на таких технологиях, будет находить и отражать все найденные статистические закономерности, однако при попытке рационально объяснить корреляцию между признаками перед программистом или кредитным специалистом в лучшем случае возникнут существенные трудности, а в худшем – задача окажется нерешаемой. На сегодняшний день технологии машинного обучения усугубляют эту ситуацию, и ни одна модель, основанная на технологиях с применением искусственного интеллекта и машинного обучения, никогда не сможет объяснить почему она конкретному заемщику присвоила один класс кредитоспособности, а второму – другой.

Тем не менее несмотря на имеющиеся недостатки и на то, какие технологии применяются непосредственно в самой модели кредитного скоринга, любой коммерческий банк, внедряя скоринговые методики, рассчитывает на получение нескольких преимуществ по сравнению с прочими методами оценки кредитоспособности:

- возможность минимизировать затраты и снизить операционные риски за счёт автоматизированного процесса оценки кредитоспособности и принятия решения о кредитовании;
- сокращение временных затрат при обработке кредитных заявок;
- увеличение величины обрабатываемых заявок;
- отсутствие влияния субъективных факторов при принятии решения.

Таким образом, скоринговые методики являются на сегодняшний день наиболее эффективным решением в области определения кредитоспособности как физических лиц, так и субъектов малого и среднего предпринимательства. Грамотное использование банками кредитного скоринга выводит их на более высокий конкурентоспособный уровень на российской и международной арене, позволяет минимизировать отток «хороших» клиентов и наиболее быстрым способом избавляться

от «плохих», а также это открывает новые возможности в будущем в рамках внедрения ЕСИА и ЕБС и развития полноценного дистанционного банковского обслуживания.

1. Положение Банка России от 28 июня 2017 г. № 590-П «Положение о порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности» (с послед. изм.) // СПС КонсультантПлюс.
2. Ачкасов А.И. Активные операции коммерческих банков / А.И. Ачкасов. - М.: Консалт-Банкир, 2009. - с. 35
3. Кирисюк Г.М. Оценка банком кредитоспособности заемщика // Деньги и кредит. - 2010. - № 4. - с.32;
4. Лаврушин, О.И. Банковское дело: Учебник. - 11-е изд., перераб. и доп. / Под ред. О.И.Лаврушина. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 672с;
5. Сахарова М.О. К вопросу о кредитоспособности предприятия // Деньги и кредит. - 2009. - №3. - с. 20;
6. Севрук В.Т. Анализ кредитоспособности СП // Деньги и кредит, - 2009. - №3. - с. 43.

Лосева А.С., Гриднева Ю.С., Дёмина В.О.
Организация системы внутреннего контроля на предприятии

*ФГБОУ ВО Мичуринский государственный аграрный университет
(Россия, Мичуринск)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-86

idsp: ljjournal-02-2021-86

Аннотация

В статье рассматриваются особенности организации и функционирования системы внутреннего контроля на предприятиях с учетом влияния конкурентной среды. Показаны компоненты внутреннего контроля, обоснована внутренняя организационная структура центра внутреннего контроля на предприятиях. Определены основные направления действия внутреннего контроля на предприятии, проявляющиеся по его ключевым объектам, планируемым мероприятиям и контрольным процедурам.

Ключевые слова: контроль, система внутреннего контроля, внешняя среда, внутренняя среда, контрольные процедуры

Abstract

The article examines the features of the organization and functioning of the internal control system at enterprises, taking into account the influence of the competitive environment. The components of internal control are shown, the internal organizational structure of the internal control center at enterprises is substantiated. The main directions of the internal control at the enterprise, which are manifested in its key objects, planned activities and control procedures, have been determined.

Key words: control, internal control system, external environment, internal environment, control procedures

В современных условиях хозяйствование любое предприятие независимо от своей организационно-правовой формы представляет собой открытую систему, имеющую безусловную хозяйственную независимость и функционирующую в условиях жесткой конкурентной среды.

Внутренним контролем называют особую организационную структуру, содержащую совокупность методов, приемов, способов, установленных руководством с целью устойчивого и динамичного развития хозяйствующего субъекта с условием соблюдения требований всех законодательных и нормативных актов [2].

По своей сути, контрольная среда представляет собой осознание руководством организации ценности важности системы внутреннего контроля, а также воздействия руководства организации по укреплению и поддержанию этой системы на конкретной предприятии [1].

В контрольную среду экономического субъекта входят:

- основные принципы управления;
- организационная структура;
- распределение ответственностей и полномочий;
- кадровая политика;
- порядок подготовки финансовой (бухгалтерской) отчетности;
- порядок осуществления внутреннего управленческого учета и подготовки внутренней отчетности для целей управления [3];
- поддержание соответствия хозяйственной деятельности организации требованиям законодательства [5].

Организацию внутреннего контроля на предприятии необходимо нацелить на повышение эффективности хозяйствования, совершенствование поставленных задач, а также окупаемость вложенных ресурсов [4].

Система внутреннего контроля предприятий представляет собой достаточно нелегкое устройство, которое олицетворяет собой функционально организационную совместность контрольной среды, имеющей объекты, субъекты контроля, конструктивные порядки информационного снабжения, в представлении показанной бухгалтерским учетом и внутренней отчетностью, и его методы действий, объединяющего надлежащие приемы и методы исследования объектов контроля с применением в потребление важной номенклатуры учетно-контрольных процедур. Систему внутреннего контроля можно представить таким образом (рис.1):

Система бухгалтерского учета	Контрольная среда (система мониторинга)	Способы (методы) контроля
<ul style="list-style-type: none"> • Совокупность форм и методов, применяемых экономическим субъектом для организации и ведения бухгалтерского учета и подготовки бухгалтерской отчетности 	<ul style="list-style-type: none"> • Практические действия руководства экономического субъекта, направленные на установление и поддержание системы внутреннего контроля, а также сведения, которыми оно владеет 	<ul style="list-style-type: none"> • Конкретные процедуры, установленные руководством экономического субъекта на отдельных участках хозяйственной деятельности для обеспечения эффективного и надежного управления ею

Рис. 1. Компоненты системы внутреннего контроля на предприятии

Внутренний контроль, как наиболее важная часть системы регулирования сельскохозяйственных предприятий, особенно часто специализирован для того чтобы: поставить систему бухгалтерского учета в части достоверности коммуникационных данных; заверить соблюдение законодательства; сохранность и действенность потребления средств; результативность потребления собственных и заемных источников [7].

Предлагаемая организационная структура центра внутреннего контроля на предприятиях представлена на рисунке 2.

Рис. 2. Предлагаемая организационная структура центра внутреннего контроля на предприятиях

Если внутренний контроль считать основным процессом, то внутренний аудит - это конкретная составляющая (функция) по достижению данного процесса [6].

Роль и значение организации и функционирования внутреннего контроля обширна. Направления его действия проявляются по его ключевым объектам и по планируемым мероприятиям и процедурам; а также оказания поддержки руководителям в совершении функций, направленных на продвижение готовой продукции, использования совокупности технологических процессов с применением информационно-консультативных технологий; выработки четких рекомендаций по совершенствованию системы менеджмента, в том числе и по управлению внутрихозяйственными рисками.

Следовательно, система внутреннего контроля, которая формируется руководством предприятия или его владельцем, плодотворна, если она может решать поставленные цели: гарантирует защиту предприятия от возможных рисков; абсолютная сохранность имущества собственников и его приумножение; объективное распределение прибыли и социальная защита работающих [8].

Чем сложнее структура внутренней среды функционирующего предприятия, тем больше требуется фактической и прогнозной информации для принятия действенных в смысле эффективности управленческих решений, в том числе и по соблюдению внешних и внутренних нормативно – правовых актов. В связи с этим, проблемы системы внутреннего контроля всегда следует изучать вместе с проблемами организации бухгалтерского учета.

Преградой более широкого и эффективного использования внутреннего контроля в управлении экономической безопасностью коммерческих организаций являются следующие причины:

- отсутствие однозначно трактуемой понятийной основы системы внутреннего контроля, а также неопределенность функций, целей и задач, которые стоят перед внутренним контролем [10];
- неимение научно обоснованной методологической почвы формирования информации для исполнения внутреннего контроля, учитывающей отраслевые особенности и специфику организаций [11];
- неясность и недооценка руководством организаций степени важности информации, формируемой для внутренних целей [9].

Предпосылкой данных проблем служит некорректное позиционирование и неполное понимание основных стратегических и тактических задач системы внутреннего контроля, последствием чего является не достоверные результаты внутреннего аудита, усугубление денежного состояния организации и эффективности работы предприятия в целом.

1. Лосева А.С., Фецович И.В. Внутренний аудит и анализ готовой продукции коммерческих организаций агропромышленного комплекса // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 55-9. С.75-78
2. Лосева А.С., Мегаева С.В. Современные проблемы бухгалтерского учета в организациях АПК: учеб. пособие., Мичуринск: Издательство Мичуринского ГАУ, 2019. - 119 с.
3. Фецович И.В., Лосева А.С. Оценка качества учетной информации в рамках системного подхода к аудиту // Наука и образование. 2019. Т2. №2. С.101
4. Лосева А.С., Чернышова Ю.И., Кузнецова В.В. Аудит как инструмент финансового контроля // Наука и образование. 2019. Т2. №2. С.19
5. Лосева А.С., Фецович И.В. Использование системного подхода к оценке качества информации в бухгалтерском учете и аудите // Наука и бизнес: пути развития. 2019. №5 (95). С.95-97
6. Лосева А.С., Фецович И.В., Попова В.Б. Современные аспекты бухгалтерского учета основных средств // Агротехнологии XXI века. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 100-летию высшего образования на

- Урале, Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова, 2010. С.60-64
7. Лосева А.С. Роль финансового контроля в обеспечении экономической безопасности на предприятиях АПК / Инновационные достижения науки и техники АПК. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, 2018. С. 511-514.
 8. Лосева А.С. Совершенствование методики аудита основных средств в коммерческих предприятиях // Kant.2018. № 1 (26). С.195-199
 9. Лосева А.С., Коробкина А.В., Копылова Е.С. Внутрихозяйственный контроль и оценка рисков в системе обеспечения экономической безопасности на предприятиях АПК // В сборнике: НАУСНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ И ОТКРЫТИЯ 2017. Сборник статей III Международного научно-практического конкурса. 2017. С.89-92.
 10. Лосева. А.С., Фецович И.В. Развитие экологического учета на предприятиях масложировой промышленности // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания. - 2017. №2 (16). С.92-99
 11. Фецович И.В., Лосева А.С. Развитие экологического учёта и анализа на предприятиях агропромышленного комплекса / в сборнике: Лучшая научно-исследовательская работа 2017. Сборник статей победителей VI Международного научно-практического конкурса. 2017. С.69-72.

Лукичёв П.М.

Время труда и время отдыха: японский и датский подходы

*БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова
(Россия, Санкт-Петербург)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-87

idsp: ljjournal-02-2021-87

Аннотация

Проанализирована эволюция ценности времени труда для работников и работодателей. Выявлены два ведущих подхода к ценности времени и показаны способы достижения баланса между гибкостью и безопасностью на современном рынке труда.

Ключевые слова: время труда, «датский путь», модель flexicurity, «японский путь»

Abstract

The evolution of the value of labor time for employees and employers is analyzed. Two leading approaches to the value of time are identified and ways to achieve a balance between flexibility and safety in the modern labor market are shown.

Key words: labor time, "Danish way", flexicurity model, "Japanese way"

Каждый человек проводит на работе самую значительную часть своей жизни. Тем не менее термин «работа» практически не встречается в экономических учебниках и почти не обсуждается в исследованиях экономистов. Фактически мы судим о работе через призму её отсутствия, - безработицу. Сложившееся в развитых странах и в России отношение к времени труда (к ценности труда) представляет собой результат значительной эволюции взглядов общества. Сегодня, в период пандемии COVID-19 ценность времени, особенно при удалённой занятости, претерпевает серьёзные изменения. Поэтому важно проанализировать два основных сложившихся подхода к сопоставлению времени труда и времени отдыха.

И древнее общество, и средневековое общество, и вплоть до середины XIX века считали время отдыха значительно более ценным для человека, чем время труда. Не случайно Макс Вебер в «Протестантской этике и духе капитализма» [1] отмечал, что , что типичный промышленный рабочий XVIII века – первой половины XIX века при повышении оплаты труда будет работать меньше, поскольку дополнительные деньги привлекают его меньше, чем сокращение работы. На протяжении XX века идеал

«тяжёлой работы» стал преобладающим в большинстве стран мира, породив в итоге концепцию «человеческого капитала».

«Понятие «человеческий капитал» превратило человека в предпринимателя для самого себя. И это мысленное допущение сегодня воспринимается как данность. Господствующий в экономической политике неолиберализм решает конфликт между работой и капиталом простым превращением человека в капитал человека, а человеческую жизнь в ряд инвестиций, которые человек делает для увеличения собственной рыночной стоимости. Мы считаем, что ты должен насыщать себя сам. Мы в тебя верим. Мир бывает жестоким, но он создан для тебя. Альтернативы нет. Если воспринимать такую точку зрения всерьёз – а её сейчас воспринимают серьёзней некуда, – то надо признавать, что понятие «быть человеком» полностью изменилось [2].

Для объективной оценки времени труда и времени отдыха надо чётко определить понятие «время» в экономике. Время мы можем охарактеризовать двумя показателями: «абсолютный показатель времени» и «относительный показатель времени» [3]. Первый характеризует удлинение периода жизни, и, особенно, этапа активной трудовой деятельности современных людей. Второй определяется увеличением объёмов и доступности информации, получаемой и обрабатываемой каждым работником, ростом интенсивности труда, учащением покупок товаров и услуг в среднем нашими современниками по сравнению с тем, что было раньше.

Со второй половины XX века и по настоящий период ежегодное время труда в развитых странах упало в 1,5-2 раза при постоянном росте производительности труда. Как следствие, изменение «абсолютного показателя времени» привело к качественному увеличению дохода и к расширению свободного времени среднего работника. «Относительный показатель времени» свидетельствует об интенсификации «проживания» рабочего и свободного времени средним индивидуумом.

Д. Калвин отмечал, что выполнение работы в течение длительного времени не гарантирует, что вы сделаете её хорошо. Более того, работая так, человек не сможет усовершенствовать свои навыки [4].

На современном рынке труда сложились два принципиально разных подхода к ценности времени труда. Первый из них может быть назван «датский путь», второй – «японский путь».

В основе «датского пути» лежит цель – время, которое является высшей ценностью к достижению которой стремятся все граждане страны. Для приближения этого в Дании было сделано многое: сокращение вдвое за прошедшее столетие количества рабочих часов на одного человека, и продолжительный отпуск, часто достигающий до 6 недель, и система flexicurity, возникшая в начале 1990-х и позволяющая уволенному получать пособие по безработице в размере до 90% предыдущего заработка в течение двух лет (а ранее – 11 лет). Модель flexicurity, сочетает в себе гибкие правила найма и увольнения для работодателей с гарантией дохода для сотрудников. В результате в Дании при сохранении высокой конкурентоспособности датских фирм безработица находится на низком и стабильном уровне. Особо подчеркнём роль государственного регулирования в этой модели. В триаде: работники → работодатели → государство, последнее стало играть активную роль. По сути, это вариант хорошо известного открытия, согласно которому, если в трёхсторонних отношениях присутствует пассивный игрок, пассивный игрок в конечном итоге несёт все расходы. Это имело место в Дании с середины 1970-х до середины 1990-х годов с высокой и постоянной безработицей и растущим обязательством по «трансфертам» наравне с государством всеобщего благосостояния. Опыт Дании также показывает, что, когда третья часть модели стала играть более активную, а не пассивную роль в смысле не только обеспечения поддержки дохода, но и сосредоточения внимания на поиске работы и занятости, модель стала функционировать лучше [5]. Главное, что удалось достичь государству в

регулировании датского рынка труда с помощью модели *flexicurity*, это обеспечение наилучшего сочетания интересов работников и работодателей. Гибкие правила найма и увольнения способствуют корректировке и изменениям, а щедрые системы социального обеспечения снижают индивидуальный риск за счёт совместного распределения рисков, снижая сопротивление работников изменениям и корректировкам.

Для современной Японии по-прежнему характерно стремление работников трудиться не 40 часов в неделю, как записано в Конституции страны, а больше. Особое место в японской культуре труда занимает презентеизм. Под этим термином понимается практика присутствия на рабочем месте в течение большего количества часов, чем требуется, особенно как проявление неуверенности в своей работе. Работник, опасаясь показать свою нелояльность по отношению к фирме, выходит на работу, чувствуя болезнь, слабость, или остаётся трудиться большее число часов, если его шеф ещё не ушёл домой. Это приводит к нескольким последствиям, ухудшающим, а не улучшающим, экономические показатели предприятий. В условиях презентеизма снижается производительность труда персонала по сравнению с обычными условиями работы. Во-вторых, здоровье японских работников становится хуже по сравнению с трудящимися в других странах мира. В частности, японские сотрудники с болями в пояснице в три раза чаще приходят на работу, чем в Британии. В результате эти работники с большей вероятностью будут испытывать боль и страдать от депрессии. В Японии это привело даже к тревожной тенденции «кароси» или смерти от переутомления. Опрос, проведённый среди сотрудников четырёх крупнейших японских фармацевтических компаний, показал, что потери работодателей от переработки в шесть раз на сотрудника больше, чем от невыхода работников (прогулов). Две из самых крупных статей расходов от хронических заболеваний были связаны с психическими расстройствами здоровья сотрудников и с заболеваниями опорно-двигательного аппарата [6].

Одно из возможных объяснений такого положения, скрыто на наш взгляд, в специфике системы найма и увольнений в Японии. Дело в том, что пенсионный возраст для японских работников составляет 60 лет, и он обычно является обязательным, хотя некоторые крупные компании предлагают сотрудникам возможность остаться ещё на пять лет, на 40 процентов от их старой зарплаты. Может быть этим объясняется и переработка в часах для сотрудников предпенсионного возраста. Они хотят быть нужными, зная о последующем вынужденном безделье на пенсии.

Ещё одно возможное объяснение связано с тем, что в японской трудовой культуре большое внимание уделяется добродетели труда. Этот подход был разработан в трудах Айн Рэнд. Предназначение человека – это продуктивный труд. Он предполагает «наиболее полное и целенаправленное использование рассудка». Добродетель гордости (результат самооценки), которая, как полагает Айн Рэнд, лучше всего описывается тем, что она именуется моральной ответственностью, в соответствии с которой «человек должен заслужить право считать себя самого наивысшей ценностью путём достижения морального совершенства...» [7].

«Датский» путь и «японский» путь представляют собой крайние направления в занятости на современном рынке. Между ними находятся все остальные подходы. Является ли «датский путь» идеалом, к которому должны стремиться все остальные страны? Наверно, нет. Поскольку он тоже имеет своих критиков. Burroni и Keune отмечают два несовершенства *flexicurity*: 1) не учитывается усиление позиций транснациональных компаний (ТНК) над рабочей силой, и что в значительной степени работодатели, менеджеры и финансовый капитал направляют и управляют новыми неопределённостями на глобальном постиндустриальном рынке труда; 2) работников и работодателей нельзя рассматривать как однородные группы: стратегии гибкости могут служить интересам некоторых работников или работодателей, но не других [8]. Во-

вторых, экономика каждой страны обладает своими институциональными особенностями, которые не позволяют ей «буквально» заимствовать успешный опыт других государств. В частности, для Японии политика достижения нового (современного) баланса между гибкостью и безопасностью на рынке труда возможна по «датскому пути» к защищённой мобильности только при соблюдении ряда предварительных условий. Прежде всего, необходимо создание доверия между постоянными сотрудниками, работодателями и государством при переходе от одной конфигурации уровней гибкости и безопасности к другой. Кроме того, нужно обеспечить создание и функционирование целого ряда служб социального обеспечения. Среди них: адекватные и общедоступные системы ухода за детьми, создание государственных систем профессионального обучения, улучшение системы доходов и социального обеспечения в целом [9].

Для Российской Федерации анализ возможностей усиления гибкости рынка труда по «датскому пути» является особенно важным для обеспечения конкурентной кооперации труда [10] в условиях современного кризиса.

1. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма = Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus / Макс Вебер ; [пер. с нем. М.И. Левиной]. - Москва : Бизнеском, 2013. – 321 с.
2. Марсал К. Кто готовил Адаму Смиту? Женщины и мировая экономика. - М.- Альпина Паблишер. – 2017. – 200 с.
3. Лукичёв П.М. Фактор времени и его роль в современном потребительском выборе//Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2013. № 31. С. 125-129.
4. Colvin G. Talent Is Overrated. New York: Portfolio. 2008. P. 3,4.
5. Andersen T. M., Svarer M. Flexicurity: labour market performance in Denmark\\ CESifo Working Paper. 2007. No. 2108, Center for Economic Studies and Ifo Institute (CESifo), Munich.
6. Nagata T., Mori K., Ohtani M., Nagata M., Kajiki S., Fujino Y. Total Health-Related Costs Due to Absenteeism, Presenteeism, and Medical and Pharmaceutical Expenses in Japanese Employers//Journal of Occupational and Environmental Medicine. 2018. Vol. 60(5): e273–e280
7. Рэнд А. Добродетель эгоизма. М.: Альпина Паблишер, 2015. – 220 с.
8. Burroni L., Keune M. Flexicurity: A conceptual critique//European Journal of Industrial Relations. 2011. Vol. 17(1). p. 75–91.
9. Bredgaard T., Larsen F. Comparing Flexicurity in Denmark and Japan. 2007. Japan Institute for Labour Policy and Training (JILPT). – 44 p.
10. Чекмарев О.П., Лукичёв П.М., Аверьянова Е.В. Современная кооперация: потенциал и проблемы развития: Монография/Под. ред. Чекмарева О.П. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – 188 с.

Муравьева Е.К.

Использование малотоннажных установок СПГ

*Российский государственный университет (НИУ) имени И.М. Губкина
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-88

idsp: ljjournal-02-2021-88

Аннотация

Исследуются проблемы и перспективы развития малотоннажного производства СПГ в России. Малотоннажные установки СПГ призваны обеспечить газификацию и электроснабжение удаленных регионов страны. Они способствуют монетизации запасов малых и средних месторождений природного газа, а также создают зоны доминирования отечественных производителей и обеспечивают им конкурентные преимущества.

Ключевые слова: газификация, малотоннажные установки СПГ, конкурентные преимущества, диверсификация поставок, зоны доминирования.

Abstract

The problems and prospects of the development of small-scale LNG production in Russia are investigated. Small-scale LNG plants are designed to provide gasification and power supply to remote regions of the country. They contribute to the monetization of small and medium-sized natural gas reserves, as well as create zones of dominance of domestic producers and provide them with competitive advantages.

Key words: gasification, low-tonnage LNG plants, competitive advantages, diversification of supplies, zones of dominance.

На данном этапе развития общемировой энергетический переход на более экологичные виды энергоресурсов сопряжен, во-первых, с диверсификацией спроса на энергоресурсы и, во-вторых, со значительным увеличением вариантов их предоставления. Например, в качестве одного из них, сегодня можно отметить тенденцию значительного роста производства СПГ, в том числе малотоннажного, которое имеет большие перспективы для своего роста на национальных и глобальных рынках.

Малотоннажные заводы СПГ в соответствии с международной практикой характеризуются объемом выпуска до 1млн.т./год. В малотоннажном сегменте СПГ Россией уже накоплен некоторый опыт инженерно-технических решений на основе отечественной техники и технологий вкупе с использованием зарубежных достижений.

Спрос на малотоннажные СПГ установки в РФ и мире зависит от ряда микро- и макроэкономических факторов. Для нашей страны к ним, безусловно, относится *необходимость газификации* регионов, удаленных от единой системы газоснабжения нашей страны. Строить газораспределительные сети в российскую глубинку зачастую сложно и нерентабельно. Автономное газоснабжение может стать решением проблемы газификации удаленных регионов, именно благодаря малотоннажным заводам СПГ. Малотоннажные установки производства СПГ позволят также *обеспечить энергоресурсами* эти удаленные малые города и поселки России путем преобразования энергии СПГ в электрическую с помощью дизель-генераторов или малых ТЭЦ.

Мини-СПГ установка успешно может быть использована для самостоятельного *наполнения резервного хранилища*. Она позволит резко сократить потери газа от испарения, что немаловажно в условиях изменчивости климата нашей страны. С вводом в эксплуатацию хранилищ СПГ реально *снижается нагрузка* на газопроводы в *пиковые* периоды их использования. Ведь наполнение хранилища может производиться в ненапряженные для потребления периоды, а хранение происходит без каких-либо ощутимых потерь газа.

Кроме того, компактная и мобильная мини-СПГ установка *способна увеличить круг использования доступных энергоресурсов* для теплоснабжения. Ведь она может быть смонтирована на любой котельной, имеющей газораспределительный узел. Это поможет обеспечить ее работу с помощью дешевого и качественного резервного топлива взамен мазута. Данные установки не только расширяют спектр используемых топливно-энергетических ресурсов, но и позволяют создавать необходимый резерв этих ресурсов в целях обеспечения ритмичности теплоснабжения. Вариантом является также производство СПГ и для негазифицированных котельных.

Кроме того, возможен и другие варианты реальной *диверсификации в использовании продукта* малотоннажных СПГ заводов, в частности, для заправки транспортных средств. Наглядным примером является перевод на газомоторное топливо парка лесовозов, работающих в Заполярье. Экономия при этом составляет не менее 75 руб./л. Возможно также внедрение технологий применения СПГ в качестве основного топлива вместо дров, дизтоплива, угля или мазута на территории малых населенных пунктов для бытового потребителя.

Спрос на мини СПГ обусловлен также необходимостью использования *бункерного* СПГ как топлива для судов. Данное направление особенно популярно в Северо-Западной Европе. Драйвером здесь служит не только прямая экономическая выгода отказа от нефтепродуктов, но и жесткие экологические нормативы, действующие в ЕС. Бункерный СПГ становится трендом и для российских компаний. Российский «Газпром» и совместно нидерландской фирмой «Gasunie» развивают направление SSLNG (Small-scale liquefied natural gas). Причем, для этого используется самая перспективная и выгодная зона – побережье Балтики.

Финансово-экономические санкции негативно сказались на инвестиционном климате нашей страны. Поэтому малотоннажные установки нередко *получают ряд преимуществ перед крупными заводами СПГ*. В условиях возросших рисков и неопределенности из-за санкций многие из больших заводов потенциально могут оказаться нерентабельными. Причем, не только в России, но и в мире существует проблема финансирования крупных нефтегазовых проектов, которые являются очень капиталоемкими. И в сложные времена на рынке энергоресурсов все компании стараются оптимизировать свои затраты. В этих условиях малые проекты СПГ предстают альтернативой крупным и капиталоемким СПГ проектам. Капиталовложения на одну метрическую тонну мощности СПГ обходятся в 500 долларов, что в 3 раза меньше аналогичного показателя по мега-проектам. Такие страны как КНР, США и Канада уже выступили пионерами в области малозатратных СПГ проектов. На подобную модель снижения затрат в производстве СПГ ориентированы заводы по сжижению газа на шельфовых месторождениях в Индонезии и «сланцевике» в Техасе.

Вообще производство СПГ может быть *сухопутным* или *прибрежным*. Сухопутное производство ориентировано на внутренне потребление. Этот вариант с успехом реализует Китай. В КНР количество мини установок СПГ достигает более 200 заводов. Прибрежное производство сжиженного газа ориентируется на экспорт и бункеровку. Здесь значительно преуспела Канада.

Что касается России, то ситуация с проектами мини-СПГ очень неоднозначна. С одной стороны, есть немало примеров становления малотоннажного производства СПГ. Еще в 1990гг. в Московской области создавались первые малотоннажные СПГ-заводы. В 2001г. усилиями ЗАО «Сигам-Газ» был запущен один из первенцев мини-СПГ. В дальнейшем в других регионах РФ также постепенно создавались малотоннажные производства, например, мини-СПГ в Пермском крае. Мощность этого завода невелика – всего 12,6 тыс. т./год. С другой стороны, производств даже столь небольшой мощности в России пока еще не очень много. Все мини-заводы СПГ разнятся не только по величине, регионально-производственным характеристикам, но и по ориентации на различных потребителей. Технологии позволяют реализовывать данные проекты, однако наряду с этим существуют определенные сложности в области государственного регулирования в данной сфере – налогового, таможенного и т.д.

В тоже время одним из неплохих примеров производства мини-СПГ могут служить заводы ЗАО «Криогаз» (дочки «Газпрома») мощностью 9-23 тыс. т./г. в Калининграде, Кингисеппе, а также в Пскове. В частности, в Калининградской области малотоннажная установка на ГРС была запущена еще в 2013 году. Создаваемые в регионе СПГ-терминалы ориентированы на поставки топлива потребителям Северо-Запада страны, а также на экспорт в Финляндию, Польшу, Германию.

На Балтике несколько лет назад стал развиваться перспективный проект плавучего «СПГ-Горская», который предполагает запуск трех линий мощностью по 0,4 млн. т./ год. Основным рынком сбыта получаемого продукта послужит бункеровка судов, находящихся на рейде в акватории Финского залива. Также предполагается наращивать экспортные объёмы в рамках традиционной логистической цепочки сбыта СПГ.

Большая часть проектов реализуются или лоббируются ПАО «Газпром». Например, ряд проектов, связанных с малотоннажным производством СПГ, реализует компания «Газпром газомоторное топливо». География обширна. Например, в Татарстане, компания строит сеть крио-АЗС. Кроме того, строительство мини заводов СПГ предусмотрено в Астраханской и Томской областях. В Томской области «Газпром» планирует реализовать проект автономной газификации, который предполагает строительство мини СПГ завода, а также узлов по приему, хранению и регазификации СПГ в четырех поселках данной области. Схожие проекты намечены к реализации в Вологодской и Кировской областях.

Проекты малотоннажных установок СПГ в РФ обусловлены в основном *рыночными факторами*. В их реализации и развитии в большей степени заинтересованы частные компании и отдельные регионы. Государство, в лучшем случае, выделяет только субсидии. Следовательно, пока еще не существует должной координации между государством, частными компаниями и региональными властями. В то же время малотоннажное производство СПГ в России будет развиваться благодаря ряду ощутимых своих преимуществ:

- низких капитальных затрат (CAPEX) в малые проекты СПГ при гарантированном качестве продукта;
- возможности размещения практически в любом месте, независимо от количества исходного сырья и доступа к глубоководным морским портам;
- возможности привлечения частных инвестиций в проекты, включая зарубежные (европейские, азиатские и пр.);
- наличия набора доступных технологий и производителей, что снижает финансово-технологическую зависимость и риски в условиях санкционного воздействия;
- короткого срока реализации – 1-2 года;
- независимости от логистической составляющей, гибкости и скорости поставок, т.к. доставка СПГ может быть осуществлена разнообразными видами транспорта.

В то же время проекты СПГ малой мощности при всех своих преимуществах *имеют ограничения по возможности получения прибыли за счет экономии на масштабе*. Однако при этом снижается потребность в дополнительной инфраструктуре и в специальном оборудовании на площадке, как в случае с крупными заводами. Это в свою очередь создает другой вариант экономии – экономии на транзакционных издержках.

Кроме того, на развивающемся рынке малого СПГ была разработана специальная модель, которая основывается на *модульном* исполнении СПГ-заводов. Такая модель максимально отвечает специфическим потребностям всей цепи распределения малых заводов. Положительной особенностью данной модели является возможность выбрать для строительства модулей наиболее экономически выгодные и пригодные для этой цели регионы.

Таковыми, в частности, в настоящее время являются регионы трансграничных стран Европы и Азии. Внедрение в практику на модульном исполнении мини-СПГ заводов позволит создать *зоны доминирования* российского СПГ как внутри страны, так и за рубежом. Ведь малотоннажные заводы СПГ вполне способны бороться за локальные рынки благодаря их гибкости и близости к потребителю. Снижение рисков и неопределенности в условиях санкций, возможности расширения круга потребителей и инвесторов в сегмент создают важные конкурентные преимущества для

малотоннажных заводов СПГ. При этом возникают потенциальные возможности для биржевой торговли, что позволит привлечь новые инвестиции и партнеров в сегмент.

1. Климентьев А., Коноплиник А., Митрова Т., Родичкин И. и др. – Возможности и перспективы малотоннажного СПГ в России. – Skolkovo_EneC_2018.07.23. pdf. – [Электронный ресурс]. Код доступа – <http://www.energy.skolkovo.ru>.
2. Малотоннажные российские заводы по производству СПГ захватывают свою долю европейского рынка. – [Электронный ресурс]. Код доступа – <http://www.energy.s-kon.ru>.
3. Спасов Я.Н. – Проблемы и перспективы использования малотоннажных установок СПГ. – Экономика России перед лицом вызовов глобальной конкуренции. Ч. 2: Сб. научных статей. /Под ред. Е.К. Муравьевой. – М.: Изд. центр РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина, 2018, с.
4. [Электронный ресурс]. – http://www.erisnpf.ru/Natural_Gas.htm.

Насыров Р.

Управление земельными ресурсами в России

*Бакирский государственный университет
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-89

idsp: ljjournal-02-2021-89

*Научный руководитель
Каюмова А.Ф.*

Аннотация

Автором рассмотрена роль земельной политики государства и значение оценки при её реализации, раскрыты особенности применения методов оценки недвижимости как важнейшей составной части механизма земельной политики, призванной обеспечить эффективное землепользование в современной России. Применение инструмента оценки земли оправданно в современных экономических условиях, характеризуется многообразием форм собственности на землю и рациональным землепользованием.

Ключевые слова: землепользование, земельная политика, инструмент, рынок земли, кадастровая стоимость, кадастровая оценка

Abstract

The author considers the role of the state's land policy and the importance of evaluation in its implementation, reveals the features of applying real estate valuation methods as an important component of the land policy mechanism designed to ensure effective land use in modern Russia.

The use of the land assessment tool is justified in modern economic conditions, characterized by a variety of forms of land ownership and rational land use.

Keywords: land use, land policy, instrument, land market, cadastral value, cadastral valuation

Развитие частной земельной собственности и земельных отношений во всех странах соответствовало смене общественно-экономических формаций и влекло за собой эволюционное изменение форм регулирования рынка земли.

Земля имеет особое значение среди доступных и используемых человечеством благ. Являясь важнейшей составляющей национального богатства, земельные ресурсы могут иметь различные понятия, вследствие чего земельные отношения формируются более сложно, чем экономические отношения с обязательным участием других средств производства.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью исследования такого инструмента в земельной политике России, как оценка земли.

В современной экономической политике России земля является одной из составляющей хозяйственного оборота, которая имеет рыночную стоимость, при этом «история экономики показывает, что предпринимательство является одним из основных факторов формирования и развития экономики с рыночным механизмом ведения хозяйства»[4, 32].

В нашей стране, учитывая огромные территории, рынок земли имеет большие перспективы для эффективного использования в интересах удовлетворения потребностей физических и юридических лиц.

В Российской Федерации землю следует рассматривать как природный ресурс, объект недвижимости и основное средство производства. В этой связи земля подлежит стоимостной оценке, которая служит основанием для проявления вещного интереса к ней.

Оценку земли следует охарактеризовать как расчётную (экспертную) стоимость, которая проводится специалистом, уполномоченным на её анализ и оценку.

Процесс оценивания представляет собой последовательность процедур, который включает в себя сбор и анализ данных об объекте оценивания, а также составление отчёта об оценке, которое юридически оформляет доказательную базу стоимости земли.

В России одной из экономико-правовых мер по управлению земельными ресурсами является кадастровая оценка земли. Результаты кадастровой оценки играют важную роль в вопросах налогообложения (земельный налог), формирования и эволюции рынка земли и в дальнейшем развитии территории страны [5].

Необходимо отметить, что у каждого субъекта Российской Федерации имеются свои особенности по управлению земельными ресурсами, в результате система кадастровой оценки земельных участков и системы управления земельными ресурсами становится очень актуальной. [3, 12-14]

В земельной политике государства осуществляется система мер регулирования, которая влияет на реализацию права собственности на землю и обеспечивает её наиболее эффективное использование для потребностей общества [2, 35-39].

Таким образом, земельная политика государства подтверждает высокую эффективность инструмента оценки земли, при этом методический подход позволяет:

- формировать процесс рыночного ценообразования;
- обеспечивать поступление средств земельного налога как одного из видов местных налогов в бюджеты муниципалитетов;
- объективно оценивать ущерб, упущенную выгоду и иные компенсационные выплаты в случаях недобросовестного использования земли собственниками (арендаторами);
- устанавливать сторонам договорные цены, включая арендную плату за землю, размер ипотечного кредитования.

Экономическая оценка земли включает в себя государственную кадастровую оценку земель, которая осуществляется в пределах границ административно-территориальных единиц и стоимостную оценку единичных объектов земельной собственности.

В заключение следует отметить, что процесс становления новых земельных отношений в России далек от завершения и продолжает развиваться. При этом необходимо учитывать главное: «создание регулируемого государством земельного рынка различных форм собственности (государственной, муниципальной, частной), сочетающего интересы всех субъектов земельных отношений, должно служить в

первую очередь общественным интересам, в этом случае потенциал земельных ресурсов будет задействован в полной мере» [1].

1. Вопрос о новой земельной политике. [Электронный ресурс].- Режим доступа - URL: <http://www.federalizm.rea.ru/jour/article/viewFile/106/107> (Дата обращения 10.01.2021);
2. Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель Российской Федерации в 2019 году. [Электронный ресурс].- Режим доступа - URL: <http://www.kadastr.ru> (Дата обращения 05.01.2021);
3. Качанов Г.В. Правовое регулирование кадастровой стоимости недвижимого имущества в России /Г.В. Качанов//Экономика. Налоги. Право. – 2016. - № 5, С. 35-39;
4. Каюмова А.Ф. Малый и средний бизнес в Российской Федерации: становление и проблемы развития/ А.Ф. Каюмова// Тенденции развития науки и образования. Научный журнал. – 2020. - № 62-6, С 32-35;
5. Об оценочной деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон № 135 от 29.07.1998. [Электронный ресурс].- Режим доступа - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc. (Дата обращения 10.01.2021).

Павлов А.И., Брежнева О.В.

Современные проблемы на российском рынке труда

*Стерлитамакский филиал Башкирского Государственного Университета
(Россия, Стерлитамак)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-90

idsp: ljjournal-02-2021-90

Аннотация

Современный этап общественного развития отводит трудовому рынку одно из центральных мест. Трудовой рынок относится к важнейшему системному фактору системы социально-экономического строя, эффективность действия которого в большей мере определяется направлениями и темпами развития государственной макроэкономики, а также качеством жизни населения страны. Сложившаяся в настоящее время ситуация на трудовом рынке является основополагающим аспектом, в отношении которого все остальные показатели социального и экономического развития государства выступают в роли производных. Занимаемая трудовым рынком особая позиция в государстве нуждается в проведении его анализа, построении прогнозов, а также в проведении эффективной политики по регулированию. В данной статье раскрывается понятие рынка труда, анализируются его характерные черты, а также приводятся ключевые проблемы в России. Кроме того, в ней раскрываются определенные направления решения данных проблем и отображается государственная политика в сфере регулирования рассматриваемого вопроса.

Ключевые слова: рынок, труд, рынок труда, трудовой рынок, занятость, трудоустройство, безработица.

Abstract

The modern stage of social development assigns one of the central places to the labor market. The labor market is one of the most important systemic factors of the socio-economic system, the effectiveness of which is largely determined by the directions and rates of development of the state macroeconomics, as well as the quality of life of the country's population. The current situation in the labor market is a fundamental aspect in relation to which all other indicators of the social and economic development of the state act as derivatives. The special position of the labor market in the state requires its analysis, forecasting, and effective regulatory policy. This article reveals the concept of the labor market, analyzes its characteristic features, and also identifies the key problems in Russia. In

addition, it reveals certain directions for solving these problems and reflects the state policy in the field of regulation of the issue in question.

Key words: market, labor, labor market, labor market, employment, employment, unemployment.

Современный трудовой рынок работает по идентичным рынку товаров и услуг принципам, однако, существует определенное его отличие от всех прочих рынков, состоящее в реализации на нем особенного продукта в виде рабочей силы.

Под рынком труда следует понимать комплекс отношений экономического типа, возникающих между работниками, являющимися носителями рабочей силы, и работодателями [3, с. 12].

Рынок труда относится к экономической категории, с помощью которой задается уровень занятости и средней заработной платы, которые регулируются соотношением предложения и спроса на рабочую силу. К отличительной черте трудового рынка и механизма его действия относится то, что объектом на нем выступает права найма рабочей силы и подбора кадров, обладающих необходимой квалификацией, знаниями и возможностями осуществления трудового процесса. В широком аспекте трудовой рынок подразумевает под собой комплекс как социально-экономических, так и юридических общественных отношений, институтов и норм, назначение которых состоит в обеспечении грамотного длительного процесса воспроизводства рабочей силы и эффективном применении трудовой силы.

Таким образом, трудовой рынок является важнейшим элементом системы экономики страны, так как от его состояния в большей мере зависят темпы роста государственной экономики. Одновременно с этим трудовой рынок относится к составляющей проводимой государственными органами социальной и экономической политики.

Этот рынок выступает в качестве показателя, от состояния которого зависит благополучие страны, ее стабильность, а также эффективность развития государства в социальной и экономической области.

Современное состояние российского рынка труда за последнее время очень сильно находится под влиянием событий и явлений, происходящих в экономике и политике вне зависимости от места их совершения – в рамках государства или за его границами.

На сегодняшний день рынок труда в России характеризуется большим числом очень серьезных проблем, которые нуждаются в своем оперативном и качественном разрешении.

К числу таких проблем относятся следующие:

- рост количества работающих людей в «теневом» секторе без официального трудоустройства, что в свою очередь не позволяет увидеть и провести анализ всей ситуации на рынке труда. Также данное обстоятельство занижает сумму налоговых отчислений в государственный бюджет;
- рост числа мигрантов и беженцев, нуждающихся в трудоустройстве, по причине сложившейся во всем мире политической обстановки. В свою очередь это способствует увеличению уровня рабочей силы, не имеющей квалификации;
- низкий уровень трудовой оплаты в большей части регионов России;
- увеличение уровня безработицы;
- возникновение так называемой скрытой безработицы, предполагающей возникновение серьезных отличий между официально зарегистрированными безработными и общей их численностью, не позволяющей в должной мере оценить положение трудового рынка;
- очень низкий уровень выплачиваемого пособия по безработице. По данным Министерства труда России до 27 марта 2020 года его

максимальный размер для граждан, признанным безработными, составлял 8 000 рублей, а минимальный – 1 500 рублей. И если после принятия Правительством страны Постановления № 346 от 27 марта 2020 года максимальный размер был увеличен до минимального размера оплаты труда в размере 12 130 рублей, то минимальное его значение осталось на неизменном уровне;

- избыточный уровень рабочей силы в связи с производственным сокращением;
- большое разделение занятости по территориальному признаку. В частности, степень безработицы в регионах, имеющих активную и депрессивную экономику, отличаются друг от друга в несколько раз [2, с. 25].

Итак, современный рынок труда в России характеризуется множеством проблем, к важнейшим из которых относится проблема безработицы, являющейся важнейшим элементом трудового рынка. Безработица выступает неотделимым элементом экономики любого государства независимо от степени его развития, играет роль только уровень государственного развития.

Уровень безработицы выражается отношением численности безработных к численности рабочей силы. Также она выражается отношением удельного веса занятых, которые каждый месяц теряют работу, к сумме данного удельного веса с удельным весом безработных, которые каждый месяц находят работу.

В соответствии с определением, данным Международной организацией труда, человек, находящийся в возрасте от 10 до 72 лет (а в России, согласно методике Росстата – от 15 до 72 лет), является безработным, когда на критическую неделю исследования населения в части проблем занятости соблюдаются сразу два условия:

- человек не имел работу;
- человек ищет работу и готов к ней приступить [3, с. 20].

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики за последние четыре года с 2017 по 2020 год безработица снижается с 5,6 % до 4,6 %, что характеризуется тенденцией улучшения по причине приспособления России к рыночным условиям экономики даже в условиях сложной геополитической ситуации, сильно воздействующей на российскую экономику.

Также уровень безработицы отличается между собой в различных социальных группах. Имеется определенная взаимозависимость между безработицей и уровнем образования населения. В частности, наибольший удельный вес в числе безработных занимают люди с образованием 11 классов (30 %), после – со средним профессиональным образованием (20 %), а уже только после этого – с высшим образованием (20 %), что подчеркивает особую роль образования в трудоустройстве.

Большая значимость в процессе улучшения положения на трудовом рынке отводится государственному участию, способному разными видами мероприятий урегулировать занятость в рамках всего государства.

К направлениям решения приведенных проблем на российском рынке труда можно отнести следующие:

- повышение числа рабочих мест посредством открытия новых организаций и активации работы ранее открытых;
- усовершенствование национального законодательства в части регулирования трудового рынка;
- повышение размера выплачиваемого пособия по безработице;
- обеспечительные меры по профессиональной и территориальной мобильности субъектов трудового рынка;
- улучшение качества профессионального образования, подготовки и переподготовки специалистов, профессиональных курсов для лиц, вставших на учет в центры занятости населения;

- повышение эффективности функционирования системы по осуществлению трудоустройства специалистов в молодом возрасте [1, с. 70].

Итак, в настоящее время российский трудовой рынок насыщен множеством остро стоящих проблем, включающие такие, как безработица, множество мигрантов и беженцев, не имеющих должной квалификации или вообще без нее, существенный объем «теневой» занятости и много других. Российским Правительством проводится активная политика в сфере поддержки граждан и оказания им помощи в вопросах, касающихся занятости и трудоустройства. В частности, Правительством Российской Федерации 15 апреля 2014 года была утверждена Государственная программа «Содействие занятости населения», в которую вошли самые разные мероприятия, способствующие оперативному решению трудового рынка. Реализация данной программы преследует достижение следующих целей: формирование условий для гибкости и эффективности работы трудового рынка; сокращение разрывов между общей и регулируемой безработицей; ежегодное формирование новых специальных рабочих мест для лиц, имеющих инвалидность; сокращение доли работников, трудящихся во вредных и опасных условиях; соблюдение прав граждан трудового характера; поддержка социальной общественной стабильности и так далее.

1. Багаева А.А., Алексеева Д.И. Государственное регулирование рынка труда в современной России: проблемы и перспективы // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы. – 2019. – С. 62-71.
2. Дробязко В.А. Основные проблемы рынка труда в современной России // Развитие науки и техники: механизм выбора и реализации приоритетов. – 2018. – С. 23-26.
3. Потапова И.С., Душкин А.Д. Рынок труда в России: актуальные проблемы занятости и безработицы // Некоторые аспекты экономики и управления на предприятиях и в организациях России. – 2020. – С. 12-22.

Редников Д.В.

Экономическая безопасность предприятия: сущность и цели

*БашГУ
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-91

idsp: ljjournal-02-2021-91

Аннотация

Ввиду складывающихся условиях нестабильности в мировой экономике приоритетной задачей для науки и практики является разработка и последующая реализация мер, обеспечивающих безопасность экономики предприятия. Данная статья раскрывает основные цели и факторы, влияющие на функционирование предприятия, а также понятие экономической безопасности в контексте предприятия.

Ключевые слова: система экономической безопасности, предприятие, эффективность, финансово-хозяйственная деятельность, угроза.

Abstract

Due to emerging conditions of worldwide economy instability one of the most important objective for the of economic science become development and further implementation of measures of the economic security. This article identified the main objectives and factors affecting the functioning the enterprise and the importance of the enterprise economic security concept.

Keywords: system of economic security, enterprise, efficiency, financial and economic activities, danger.

Актуальность темы обеспечения эффективной экономической безопасности возросла в последние несколько десятилетий, поскольку реализация обеспечения экономической безопасности позволяет предприятию не только стабильно функционировать, но и повышать эффективность финансово-экономической деятельности.

«Экономическая безопасность предприятия» – относительно новое понятие, которое включает в себя систему факторов, связанных с воздействием внутренней и внешней среды, с ее субъектами и объектами [1].

Выделяют два основных подхода к трактовке понятия «экономическая безопасность», которые представлены в схематичном виде (рис.1).

Рисунок 1 – Подходы, трактующие термин «Экономическая безопасность предприятия».

Анализ периодической литературы показал, что В. К. Сенчагов понимает под определением экономической безопасности предприятия «защищенность его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от различных прямых и косвенных угроз, связанных с внешними и внутренними факторами» (неблагоприятная внешняя среда, неэффективная научно-промышленная политика государства, и пр.). Таким образом, основным источником возникновения угроз являются различные процессы и проблемы [5].

Система экономической безопасности также появляется в трудах Е. Е. Камелемевой [3] где говорится: «экономическая безопасность предприятия – это такое состояние эффективного использования его ресурсов, при котором для субъектов экономики создается возможность предотвращать возможные угрозы, а также обеспечивать устойчивое развитие предприятия, организации или корпорации».

Данные подходы к трактовке экономической безопасности объединяет то, что состояние защищенности предприятия носит динамический характер; внутренние угрозы экономической безопасности опасны наравне с внешними, и чем эффективнее на предприятии функционирует система экономической безопасности, тем раньше она позволит обнаружить и предотвратить эти угрозы, а также уменьшить их отрицательное влияние на деятельность предприятия [4].

Существуют различные классификации угроз экономической безопасности предприятия. Внутренние угрозы в большей степени связаны с неумением находить разумный трудовой, ресурсный баланс, использовать противоречия и социальные конфликты для нахождения наиболее безболезненных путей развития общества. Чаще всего внутренние угрозы – это неспособность к самосохранению и саморазвитию.

К внутренним угрозам предприятия следует отнести:

- увеличение себестоимости продукции из-за низкой эффективности процессов управления и производства;

— медленное реагирование на изменения внешней среды, и т.д.

Основные внешние угрозы чаще всего проявляются в виде:

- политическая нестабильность в регионе, стране;
- экономический спад, кризис;
- изменение конъюнктуры рынка;
- обострение глобальных экологических проблем и т. д.

Главная цель экономической безопасности предприятия – обеспечить его эффективное и устойчивое функционирование, а также развитие и рост рыночной стоимости предприятия, организации или корпорации в будущем. То есть, система экономической безопасности схожа с такими системами, как стратегический и финансовый менеджмент, риск-менеджмент, что в совокупности определяет их общую цель – прирост рыночной стоимости.

Чтобы добиться такого состояния, в организации необходимо внедрить серьезную систему защиты от рисков и угроз.

Экономическая безопасность предприятия состоит из следующих основных подсистем:

Рисунок 2 – Система экономической безопасности предприятия

При этом важно помнить, что экономическая безопасность – это ответвление национальной безопасности. Последняя объединяет в себя все сферы жизнедеятельности человека, включая безопасность в области демографии, экологии, политики, социальной сферы, информации, и пр. (рис. 3).

Рисунок 3 – Экономическая безопасность как подсистема национальной безопасности

Финансовая составляющая экономической безопасности обладает двумя типами воздействия:

- 1) осознанные рискованные действия людей или организаций, некачественная работа сотрудников предприятия или его партнеров и прочие факторы внутренних рисков;
- 2) воздействия, причиной которых стали факторы внешних рисков, которые напрямую не связаны с деятельностью предприятия, однако могут косвенно повлиять на него.

В основном компания должна эффективно и своевременно осуществлять управление внутренними факторами рисков и услуг, подстраиваясь под условия внешней среды с помощью различных методов воздействия, нивелируя влияние угроз на хозяйственную деятельность предприятия в перспективе.

Технологическая составляющая представляет собой анализ собственного технологического оборудования, процессов, внутренних ресурсов, а также анализ результатов после принятия корректирующих мер.

Еще одной подсистемой, включенной в экономическую безопасность, является её информационная составляющая: выделяют группы злоумышленных и незлоумышленных воздействий (например, сотрудников организации, которые случайно упустили ту информацию из вида, которой могут воспользоваться конкуренты).

В совокупности все подсистемы экономической безопасности должны обеспечивать слаженную работу на предприятии или в организации, являться индикаторами возможных внешних и внутренних угроз, которые могут оказать негативное влияние на хозяйственную деятельность предприятия.

Таким образом, правильная, своевременная и эффективная разработка системы экономической безопасности на предприятии позволит заранее спрогнозировать угрозы и положительным образом воздействовать на общее финансовое состояние конкретного предприятия.

1. Вечканов, Г. С. Экономическая безопасность: Учебник для вузов / Г. С. Вечканов. — СПб.: Питер, 2007. — 384с. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29384757> (дата обращения: 11.12.2020).
2. Ильиных, А.С. Экономическая безопасность предприятия / А.С. Ильиных // Экономика и управление. — 2019. С. 101-103. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3/viewer> (дата обращения: 11.12.2020).
3. Калеменева, Е. Е. Механизмы и инструменты создания эффективной системы экономической безопасности предприятия / Е. Е. Калеменева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 34 (324). — С. 60-63. — URL: <https://moluch.ru/archive/324/73239/> (дата обращения: 11.12.2020).
4. Манохина, Н. В. Экономическая безопасность в современных условиях / Н. В. Манохина // Экономическая безопасность. — 2014. С. 96. (дата обращения: 11.12.2020). — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35033957> (дата обращения: 11.12.2020).
5. Сенчагов, В.К. Экономическая безопасность России: Общий курс: Учебник Под ред. В.К. Сенчагова. 2-е изд. - М.: Дело, 2005. — С. 896. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29808812> (дата обращения: 11.12.2020).

Садыралиев Ж.

Сопоставления понятий уровня и качества жизни: субъективное наполнение

*Джалал-Абадский государственный университет имени Б.Осмонова
(Кыргызская Республика, Джалал-Абад)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-92

idsp: ljjournal-02-2021-92

Аннотация

В статье анализируются и сопоставляются существующие в науке подходы к трактовке и содержанию категорий, характеризующих жизненную удовлетворённость,

такие как “качества жизни”, “уровень жизни” с целью их разграничения, выявления сущностных основ и различий. Систематизированы и классифицированы показатели качества и уровня жизни. Сделан акцент на выявление актуальных проблем в определении качества жизни. Критически осмыслены методологии оценки благосостояния. Сделан вывод о необходимости субъективного подхода к оценке смысла понятий уровня и качества жизни в Кыргызстане.

Ключевые слова: уровень жизни, качество жизни, измерение благосостояния.

Abstract

The article analyzes and compares the existing in science approaches to the interpretation and content of categories that characterize life satisfaction, such as «quality of life», «level of life» with a tendency to differentiate them, identify essential foundations and differences. The indicators of quality and standard of living are systematized and classified. The emphasis is placed (made) on identifying urgent problems in determining the quality of life. Welfare assessment methodologies are critically reviewed. The conclusion is made about the need for a subjective approach to the assessment of the concept of the level and quality of life in Kyrgyzstan.

Keywords: standard of living, quality of life, measurement of wellbeing.

Период времени, включающий в себе конец XX века и начало XXI века в социально-экономическом развитии мира характеризуется как начало крупного, глобального поворота. В рамках информационного общества создается новый тип общественного потребления и образа жизни. В таких условиях возникает необходимость новой парадигмы экономического роста. А это, в свою очередь, требует совершенно иного значения, иной краски сущности понятия «благосостояние», включая общественное и личное благополучие, и смежному к нему понятию «качество и уровень жизни», а также нового взгляда, который пересмотрит сложившихся ранее взгляды на ценности, источники и факторы концепции «экономический рост» и который выводит их на арену с новыми перспективами.

“Качество и уровень жизни” в концепции благосостояния является ее векторной составляющей, то есть характеризуется направленность развития благосостояния, охватывая уровень, образ и условия жизнедеятельности и отражая как объективные, так и субъективные их характеристики [1. С-13].

В последние годы понятия “уровень и качество жизни” заняли в общественном мнении и научном обороте прочное положение. Растущий интерес к проблематике качества жизни свидетельствует, что общество озабочено уже не столько проблемами самосохранения, сколько вопросами устойчивого социального развития и восстановления своей роли и места в мировом сообществе. Этот интерес обусловлен и процессами глобализации, которые диктуют необходимость создания достойных условий жизни не только для будущих, но и для ныне живущих поколений [1 С.-14]. Значимость проблемы уровня и качества жизни в Кыргызстане возрастает и в связи с тем, что высокий уровень рождаемости и относительно низкий уровень смертности сформировали в КР трудоизбыточность, при которой предложение рабочей силы превышает спрос на нее, основными причинами сохранения высокого уровня бедности выступают низкая занятость населения, миграция, ограниченность рабочих мест и источников получения доходов, неравномерность социально-экономического развития регионов и др.

В научной среде, в которой происходит активный процесс перераспределения дисциплинарных границ в условиях становления качественно нового общества, еще не сложился единый подход к содержанию понятия “качество жизни”, его отличию от

понятия “уровень жизни”. Нет общепризнанной методологии и методики измерения “качества жизни”. Последнее рассматривается и как общесоциологическое понятие. Одни исследования определяют его как уровень качества жизни, другие как качество уровня жизни, третьи считают эти понятия не связанными между собой и принадлежащие к различным областям научного знания [1 с.-14]. Результаты анализа, сравнивающий взгляды известных в данном направлении ученых на сущность и значение вышеперечисленных понятий, приведены в таблице 1.

Этот интерес обусловлен процессом глобализации, который принуждает о необходимости создания условий для достойной жизни не только будущим поколениям, но и нынешнему поколению. Для Кыргызстана проблема качества и уровня жизни очень важна, и она будет продолжать расти, поскольку человеческие ресурсы становятся одним из самых дефицитных ресурсов из-за быстрого старения, низкой продолжительности жизни, постепенного сокращения популяции населения и усилением миграции.

Из данных в таблице заметно, что трудно придумать одинаковое или одно общее определение, поскольку каждый из авторов дают свои собственные определения при определении и трактовке категорий. Тем не менее, целесообразно обобщить разные определения, чтобы сблизить границы этих двух понятий, уточнить взаимосвязь между их характеристиками и содержательными различиями. Сделана попытка сравнить систематически охарактеризованное содержание категорий и понятий, изучаемых ниже в таблице 2. Сравнение основных параметров двух категорий позволяет сделать следующий вывод. Качество жизни – категория, которая шире понятия уровня жизни, которая уточняет его, раскрывает его содержание, расширяет понятие «уровень жизни» и одновременно включает в себе несколько компонентов-индикаторов, показывающих удовлетворенность населения от своей жизни.

Таблица 1.

Обзор теоретических подходов к содержанию понятий «качество жизни» и «уровень жизни».

Источник	Трактовка понятия «уровень жизни»	Трактовка понятия «качество жизни»
Беляева Л.А. [2, с. 33-34]	«...определяется условиями существования человека в сфере потребления и измеряется через социально-экономические показатели общего благосостояния»	«комплексная характеристика условий жизнедеятельности населения, которая выражается в объективных показателях и субъективных оценках удовлетворения материальных, социальных и культурных потребностей и связана с восприятием людьми своего положения в зависимости от культурных особенностей, системы ценностей и социальных стандартов...»
Зубаревич Н.В. [5, с. 12-13]	«ядром является достигнутый уровень доходов и потребления материальных благ и услуг, а не развитие возможностей человека»	«способность индивида использовать ресурсы... для управления собственной жизнью, т.е. в терминах расширения возможностей выбора действий»
Бобков В.Н. [3, с. 26]	«представляет собой денежную оценку ресурсов, необходимых для обеспечения качества жизни личности, социальных групп и общества в целом»	«разнообразие способностей и удовлетворённых потребностей личности, социальных групп и общества в целом, предопределяющее их развитость и благосостояние»
Жеребин В.М., Романов А.Н. [4, с. 86-87]	уровень потребления материальных благ и услуг	обобщает понятие «уровня жизни», включая также удовлетворение духовных потребностей, здоровье, продолжительность жизни, условия среды, окружающей человека, морально-психологический климат, душевный комфорт»

Меньшикова М.А., Коптева К.В. [6; с. 5]	«условная количественная характеристика качества жизни, мера общего количества вещей, используемых индивидуумом в виде носителей благ»	«совокупность условий, обеспечивающих жизнь населения страны на каждом определённом этапе её развития...; мера структуры всех отношений человека, определяющая интенсивность его деятельности, возможность свободного и эффективного использования благ; гармония благ»
J. E. Stiglitz, Am. Sen, Jean- Paul Fitoussi [11; 10, 13, 41, 143]	делают акцент на том, что категория содержит ориентацию на экономическое производство, доходы, богатство и потребление	рассматривают как более широкое понятие, включающее весь спектр факторов, оказывающих воздействие на то, выходящее за рамки материального, что ценно для людей в жизни; ориентация на устойчивое, стабильное благосостояние настоящего и будущего поколений

Таблица 2.

Основные качественные характеристики понятий «качество жизни» и «уровень жизни»

Характеристика	Уровень жизни	Качество жизни
Объект оценки	Совокупных к потреблению объем доставки экономических благ: товаров и услуг	совокупность всех условий жизни и обширного комплекса влияющих факторов
Используемые методы и способы получения информации	классические методы экономической статистики, базирующиеся на документальном учёте фактов	Официальные статистические данные, опросы референтных групп, метод экспертных оценок
Наличие объективно-субъективного элемента в оценке	объективные, стандартизированные, рассчитываемые по определённой методологии	с высокой долей субъективизма, упорна индивидуальное, личностное психологическое восприятие с акцентом на институциональную среду
Круг показателей, применяемых для оценки понятия	показатели общераспространённые, их круг известен, обозначен и интерпретирован математической и социально-экономической статистикой	отсутствие строгого набора показателей, их перечень многообразен, неограничен, постоянно расширяется, а методология корректируется: при использовании индексов значимость может варьироваться в различных соотношениях

Фактически, качество жизни может быть сравнительной, например оно может в одной стране быть выше, чем в другой, или, в одном регионе, чем в другом регионе или стране. В то же время в обеих странах или в обоих регионах уровень жизни может быть не соответствовать специально вычисленным научным стандартам, она может оказаться ниже или выше таких стандартов. На наш взгляд, эти два понятия дополняют друг друга. Причиной возникновения, употребления и широкого распространения термина «качество и уровень жизни» в обществах с высокоразвитым уровнем потребления стало изменение механизма социального развития общества, их переход на новое направление. Поскольку единственным экономическим критериям развития на замену пришли критерии качества жизни, улучшение качества жизни будет способствовать росту человеческого потенциала, а человеческий потенциал опять же выступает ключевым фактором экономического роста. В 1960-е годы даже в самых развитых по сравнению с остальными странами понятие «уровень жизни» было менее развито и оно использовалось более ограниченно. Потому что реалии жизни показали, что даже экономический рост и повышение уровня жизни не могут немедленно освободить общество от бедности, преступности, наркотиков, загрязнения окружающей среды, техногенных катастроф и серьезных социальных потрясений.

Анализ научной литературы, до настоящего времени изучающей проблемы качества жизни, позволяет сделать следующие выводы: исследование качества жизни в зарубежных странах проводится исключительно на основе объективных условий жизни, уровня удовлетворенности субъектов и граждан собственной жизнью (насколько они удовлетворены или не удовлетворены). Существует несколько моделей в данном направлении:

Первая модель позволяет определять «качество жизни» как результат комбинации различных статистических показателей, их смеси [4.с56]. Эта модель является моделью, которая окажет решающее влияние на улучшение качества жизни социального субъекта и используется посредством объективной количественной оценки материальных условий жизни.

Исходя из наших рассуждений, условно разделим массив разнородных показателей на несколько групп:

1. *Показатели уровня жизни*, для расчёта которых используют данные официальной статистики. К ним относятся фактическое конечное потребление домашних хозяйств на душу населения, среднедушевые денежные доходы населения, реальные располагаемые денежные доходы населения, реальная начисленная заработная плата, величина прожиточного минимума, реальные средний размер назначенных пенсий, численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, коэффициент фондов, индекс концентрации доходов [1.с151-163].

1.1. *Отдельные измерители факторов качества жизни*, такие как качество образования, объём выбросов на млн. \$ ВВП, общая удовлетворённость жизнью, баланс между трудом (работой) и отдыхом, доступность медицины, климат и природные условия, уровень дискриминации, ожидаемая продолжительность здоровой жизни, социальные связи и прочее.

Кроме вышеназванных существует показатели-интегральные, агрегирующие ряд частных количественных показателей. Примером может выступать Индекс человеческого развития (ИЧР), (Human development Index).

Есть показатели -интегральные, агрегирующие как статистические показатели уровня жизни, так и оценки восприятия развитости и эффективности институциональной системы в целом и её фундаментальных компонентов.

Один из них-Индекс лучшей жизни (Better life index), рассчитываемый Организацией экономического сотрудничества и развития для 34 стран-участниц, включающий 11 составляющих: жилищные условия, доход, работа, общество, образование, окружающая среда, гражданская активность, здравоохранение, удовлетворённость жизнью, безопасность, баланс между работой и досугом. [14].

Другой-Международный индекс счастья (Happy Planet Index) в 2006 г. был разработан Фондом новой экономики; представляет собой отношение произведения показателей «благополучие жизни» (основан на опросе по шкале «лестница Х. Кантрила» и оценивается от 0 до 10), «ожидаемая продолжительность жизни» и показатель неравенства полученных результатов (выражается в процентах) к «экологическому следу» (усреднённый масштаб земель на душу населения, необходимых для обеспечения привычной модели потребления, измеряемый в глобальных гектарах на человека (гектары земли со среднемировой биопродуктивностью) [8 с-297-301].

Однако, в качестве еще одного доминирующего направления модель второй, можно выделить модель «значительного качества жизни». Это связано с тем, что сложный характер связи между объективными и субъективными условиями жизни создает впечатление сокрытия, не подтверждения того, что будто люди, живущие в хороших материальных условиях, более удовлетворены жизнью, чем те, кто живет в плохих условиях. Эта модель основана на представлении о том, что истинный смысл

качества жизни возникает в результате отражения результатов конкретных материальных условий, созданных в жизни, эмоционального состояния, чувств и т.д. на субъективных чувствах граждан.

По мнению авторов, именно субъективные оценки дают фундаментальную информацию о благосостоянии, которое лучше самих людей не способен измерить никто. Эти оценки разумно изучать по нескольким аспектам (удовлетворённость жизнью, положительные аффекты, отрицательные аффекты). Тем не менее, при этом способе существует ряд трудностей: воздействие временных явлений и настроений на оценки людей, роль количества времени, отведённого на ответ, порядок вопросов и т.д. Особенно интересен тот факт, что дифференциация субъективных ощущений и выводов, основанных на количественных подходах, может выступать одной из причин того, что граждане нередко не доверяют официальной государственной статистике в отношении вопросов благосостояния и качества жизни. В докладе ООН также отмечается, что подобные проблемы усиливаются разнообразием форм неравенства, причём необходимо учитывать взаимовлияние отдельных типов неравенства и их усугубление друг друга. По нашему мнению, данная проблема тоже актуальна для Кыргызской Республики, где имеет место быть не только неравенство между разными социальными группами, но и между регионами, в виду чего гражданами нередко высказываются сомнения относительно правдивости усреднённых значений. Значимыми являются возможности людей сделать свой выбор для реализации поставленных конкретно ими задач и достижения собственных целей. Здесь можно говорить о человеческом потенциале и о расширении масштабов свободы действий, принятия решений, исходя из того, что для конкретного человека важно, что составляет ценность и имеет приоритет.

Ещё одна интересная позиция, обсуждаемая в докладе – воздействие личностных активностей. Деятельность во многом определяет оценки жизни, особенно это касается основных, ключевых видов деятельности в жизни человека: какие-то активности приносят большее удовольствие, способствуя повышению качества жизни, а какие-то меньшее, и в этом случае встаёт вопрос о необходимости улучшения условий труда и обеспечение их приемлемого уровня. Комиссией ООН предлагается использовать ограниченное число индикаторов, которые были бы адаптированы ко всем странам. Затрагивается необходимость исследования неоплачиваемого домашнего труда, сокращающего свободное время и заключающее в своём распределении гендерное неравенство [8.c297-301]

Особое значение имеют социальные связи (социальный капитал), которые во многом предопределяют субъективное благополучие, ведь от них зависят оценки многих других факторов. В качестве примера в докладе приводятся результаты одного из исследований, согласно которому социальная изоляция увеличивает риск преждевременной смерти примерно в той же степени, что и курение, при том, что внешние эффекты социальных связей, в основном, положительны: расширение связей повышает уровень благосостояния как самого человека, так и его окружения. Данный фактор как никогда важен в условиях пандемии. В обстоятельствах, когда люди во всём мире вынуждены ограничивать социальные взаимодействия, ухудшается их эмоциональное состояние, сужается спектр возможностей, преумножаются страхи перед неопределённостью, рисками и нестабильностью. Особое внимание уделено выявлению не всегда очевидных, глубинных причинно-следственных связей между аспектами благополучия и проблемой адекватного агрегирования факторов, в том числе, с целью составления индексов с учётом обоснованного выбора весов компонентов [8.c297-301].

Таким образом, изучение состояния исследований в области оценки и измерения показателей качества жизни позволяют сделать следующие выводы:

1. «Качество жизни» – наиболее ёмкое по смысловому наполнению, центральное понятие, объединяющее ряд смежных категорий, максимально охватывающее аспекты, возможности жизни и благополучия населения и призванное наиболее реалистично, всеобъемлюще отразить удовлетворённость людей своей жизнью.

2. На сегодняшний день не представляется возможным единый универсальный измеритель, который охватывал бы все компоненты и процессы, формирующие систему качества жизни. Скорее всего, функция оптимального измерения может быть возложена на совокупность показателей: абсолютных и относительных, качественных и количественных, объективных и субъективных, а также рейтинговых совокупностей.

3. Для оценки качества жизни во главу угла должен быть поставлен субъективный (результат опросов самих людей) подход: обособленные от денежной составляющей личные мнения людей, основывающиеся на восприятии ими социальных условий, индивидуального «самочувствия», комфортности в социуме, достатка, счастья, стабильности. Необходимо оценивать взаимовлияние факторов друг на друга. Так как многие из них могут быть представлены исключительно в неколичественной форме, проблема разработки адекватных методов, способных правдиво и разумно отразить ситуацию, требует глубоких фундаментальных исследований и поисков, а также колоссальных объёмов материальных вложений.

1. Шевцов П.А. Методология статистического исследования влияния уровня и качества жизни населения на формирование человеческого капитала, диссертация - М.-2012 20-300с.
2. Беляева Л.А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации // Социологические исследования. 2009. № 1. С.33-42.
3. Бобков В.Н. Методологический подход Всероссийского центра уровня жизни к изучению и оценке качества и уровня жизни населения // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2009. № 2. С.26-36.
4. Жеребин В.М., Романов А.Н. Качество жизни населения в контексте международных сопоставлений // Экономика. Налоги. Право. 2013. № 6. С. 86-93.
5. Зубаревич Н.В. Социальное развитие регионов России в переходный период (автореферат дисс. докт. экон. наук). М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2003.
6. Меньшикова М.А., Коптева К.В. Теоретико-методологические подходы к оценке уровня и качества жизни населения Ярославля Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 6. С. 5-7.
7. Человек и инновации. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации 2018 / Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации / URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/19663.pdf>.
8. Сапир Е.В. Чистякова А.А. / Смысловые различия понятий уровня и качества жизни: инклюзивное наполнение // г. Москва, Финансовая экономика 2020, №10. С.297-301.
9. Happy Planet Index 2016. Methods Paper / Happy Planet Index / URL: <http://happyplanetindex.org/about#how>.
10. J. E. Stiglitz, Am. Sen, Jean-Paul Fitoussi Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress / URL: https://library.bsl.org.au/jspui/bitstream/1/1267/1/Measurement_of_economic_performance_and_social_progress.pdf.
11. OECD. Better life index. URL: http://www.oecdbetterlifeindex.org/ru/about/ru_whats-your-better-life-index.
12. The Global Competitiveness Report 2019. World Economic Forum. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf.
13. The Inclusive Development Index 2018. Summary and Data Highlights. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-inclusive-development-index-2018>.

Сайфидинов Б.^{1,2}, Нистряну Д.В.¹
Теоретические основы занятости и безработицы

¹*Российский государственный профессионально – педагогический университет (РГППУ)*

²*Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н.Ельцина*
(Ур ФУ)

(Россия, Екатеринбург)

doi: 10.18411/lj-02-2021-93

idsp: ljjournal-02-2021-93

Аннотация

Одной из основных социально-экономических проблем современного этапа развития российского общества является проблема безработицы. Решение данной проблемы и доведение процента безработицы до приемлемого уровня должно быть осуществлено с помощью грамотного регулирования экономики и усовершенствования народного хозяйства всей страны в целом.

Ключевые слова: Рынок труда, безработица, спрос, экономика, уровень жизни.

Abstract

One of the main socio-economic problems of the current stage of development of Russian society is the problem of unemployment. The solution to this problem and bringing the percentage of unemployment to an acceptable level should be carried out with the help of competent regulation of the economy and improvement of the national economy of the entire country as a whole.

Key words: Labor market, unemployment, demand, economy, standard of living.

Рынок труда — это система экономических механизмов, норм и институтов, устанавливающих связи между фирмами, предъявляющими спрос на труд, и предложением труда со стороны населения.

С трудовой деятельностью связана и одна из общеэкономических проблем — проблема безработицы. Безработным считается каждый, кто способен и хочет работать, но не может найти себе работу [1]. Если рассматривать подробнее, то критерии признания человека безработным обычно устанавливаются законом или правительственными документами и могут несколько различаться по странам.

Как правило, во всех определениях присутствует несколько признаков:

1. Трудоспособный возраст, т. е. человек должен быть старше минимального возраста, с которого законом данной страны разрешается работа по найму, но младше возраста, по достижении которого назначается пенсия по старости. Например, подросток до трудоспособного возраста или мужчина старше 60 лет в Российской Федерации не может считаться безработным даже в том случае, если он хочет работать, но найти место не может.

2. Отсутствие у человека постоянного источника заработка в течение некоторого времени (например, месяца).

3. Доказанное стремление найти работу (например, обращение его в службу занятости и посещение тех работодателей, к которым его направляют на собеседование сотрудники этой службы).

Только тот, кто отвечает этим признакам, считается действительно безработным и учитывается при определении общего уровня безработицы в стране, т. е. доли безработных в общей численности ее рабочей силы [3].

Существуют несколько видов безработицы, которые рассмотрены подробнее ниже.

1. Фрикционная безработица. Этот вид безработицы имеет место, когда человек ищет новое место работы с целью получения более высокого заработка или

более привлекательных условий труда. Фрикционная безработица носит непродолжительный характер, и ее можно определить как добровольную, поскольку рынок труда характеризуется постоянным переливом потока людей из категории занятых в категорию безработных и наоборот [5].

Экономическая наука считает фрикционную безработицу нормальным и не вызывающим тревоги явлением. Более того, поскольку фрикционная безработица отражает свободу выбора людьми места работы, она просто неизбежна в нормально организованной экономике. Можно выделить несколько основных причин роста уровня фрикционной безработицы:

Неосведомленность людей о возможностях найти работу по своей специальности и с устраивающим уровнем оплаты. Человек может искать работу, не зная конкретно, какая фирма нуждается в услугах именно такого работника, как он.

Факторы, объективно снижающие мобильность рабочей силы. Например, человек не смог найти работу в своем городе и узнал, что в другом городе есть фирма, которая нуждается именно в таких работниках, как он. Однако он не может получить эту работу, так как для этого ему нужно переселиться в другой город, что затруднено неразвитостью рынка жилья или необходимостью получить административное разрешение на проживание в другом городе – прописку. Именно такая ситуация характерна для Российской Федерации, что не самым выгодным образом отличает отечественный рынок труда от рынка труда, например, в США [3].

2. Структурная безработица. Этот вид безработицы вызывается не совпадением спроса на рабочую силу и предложением рабочей силы. Причинами такого несовпадения могут быть структурные изменения и реформы в отдельных отраслях экономики, закрытие предприятий в силу различных причин и другое. Структурная безработица имеет более длительные сроки, чем фрикционная и носит преимущественно вынужденный характер [5].

Такая безработица куда болезненнее для людей, чем фрикционная, – ее возникновение означает, что многим придется осваивать новые профессии и неизвестно, будут ли они в дальнейшем получать столько же, сколько получали благодаря своей прежней профессии. Избежать структурной безработицы невозможно – технический прогресс все время рождает новые товары, технологии и даже целые отрасли. В результате существенно меняется структура спроса на рабочую силу, и те, чьи профессии не нужны более в прежнем объеме, оказываются не у дел, пополняя ряды безработных [3].

Различия между фрикционной и структурной безработицей во многом условны, и на практике сложно отличить, к какому из рассмотренных двух видов безработицы относится тот или иной безработный. Поэтому фрикционная и структурная безработица вместе представляют собой естественный уровень безработицы.

Естественный уровень безработицы может меняться в определенных пределах, а фактическая безработица может быть выше или ниже естественного уровня. Естественный уровень безработицы находится в интервале от 4 до 6%, а фактический уровень безработицы по различным странам колеблется в пределах от 5 до 20%. В России подсчеты естественного уровня безработицы связаны со значительными трудностями. Прежде всего, отсутствуют достаточно четкие критерии структурной и фрикционной безработицы, позволяющие государственным статистическим службам вести соответствующие расчеты. Учет безработных чрезвычайно сложен, поскольку официально зарегистрированные безработные отражают далеко не полную картину безработицы [5].

3. Циклическая безработица возникает в странах, переживающих общий экономический спад. Этот вид безработицы определяется как разность между фактической безработицей и естественным уровнем безработицы. Циклическая безработица превышает естественный уровень безработицы и вызвана циклическими колебаниями деловой активности. В фазе спада снижение совокупного спроса вызывает

сокращение спроса на труд, в результате чего часть рабочих оказываются уволенными. В фазе кризиса увеличивается количество банкротств, приостанавливается деятельность предприятий, сокращается количество рабочих мест, и вынужденная безработица охватывает значительное количество людей [5].

Выделяют следующие социальные последствия безработицы:

- падение уровня жизни,
- снижение возраста смертности,
- спад рабочей активности,
- усугубление криминальной ситуации в стране,
- увеличение числа разводов,
- усиливает дифференциацию населения.

К экономическим последствиям относятся:

- уменьшение уровня производства,
- снижение объема ВВП,
- уменьшение поступающих налогов государству,
- увеличение государственных расходов,
- сокращение покупательной способности населения;
- уменьшение квалифицированных кадров.

Следует отметить, что вследствие безработицы увеличивается уровень эмиграции, что может привести к задержке экономического развития страны и ее глубокой дестабилизации. В то же время влияние безработицы на экономическую и социальную жизнь общества противоречиво, так как существуют и позитивные моменты. Например, она стимулирует рост производства, путем появления новых предприятий, поднимает дисциплину и эффективность труда, является стимулом повышения качества рабочей силы, обостряет конкуренцию на рынке труда, освобождает время для повышения образования и переобучения, увеличивает время досуга. В целом, безработица порождает серьезные издержки, как для общества, так и для страны. Серьезные социально – экономические последствия безработицы увеличивают ответственность государства за обеспечение занятости трудоспособного населения.

Для сокращения безработицы может быть использован целый комплекс мер. Вот некоторые из них:

- помощь молодежи в трудоустройстве;
- предоставление субсидий фирмам, которые вместо сокращения количества работников сокращают продолжительность рабочего дня;
- оказание содействия в смене места жительства;
- организация переподготовки кадров;
- улучшение распространения информации об имеющихся вакансиях и свободной рабочей силе;
- снижение налогов для повышения стимулов работать;
- увеличение количества денег в обращении для повышения национального дохода;
- увеличение государственных заказов [1].

Таким образом, возникновение безработицы связано с различными причинами, и сократить ее можно лишь за счет создания условий, способных ослабить влияние той или иной из этих причин.

1. Елисеев, А.С. Экономика: Бизнес-курс МВА [Электронный ресурс] : [учебник для вузов] / А. С. Елисеев. - 3-е изд. Электрон. текстовые дан. - Москва: Дашков и К°, 2015. 497 с. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/56357/>.
2. Занятость и безработица [Электронный ресурс]: Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <https://www.gks.ru/>

3. Липсиц, И.В. Экономика [Электронный ресурс]: конспект лекций: учебное пособие [для вузов] / И. В. Липсиц. Электрон. текстовые дан. Москва: КноРус, 2015. 192, [2] с. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/53617/>.
4. Михалькевич Д.А. Меры Правительства ХМАО по предотвращению безработицы и увеличению уровня занятости населения // Вопросы науки и образования. 2018. №3 (15).
5. Нуралиев, С.У. Экономика [Электронный ресурс]: учебник для вузов [Гриф Минобрнауки РФ] / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. Электрон. текстовые дан. Москва: Дашков и К°, 2015. 430 с. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/61070/>.
6. Родь Ю. С. Эволюция структуры занятости и ее следствие для Ханты-Мансийского автономного округа - Югры // Вестник ЮГУ. 2016. №4 (43).

Сайфидинов Б.^{1,2}, Абдуллин Е.Р.¹

**Необходимость особого внимания к оценке рисков компании на фоне
возрастающей волатильности**

¹Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н.Ельцина
(УрФУ)

²Российский государственный профессионально–педагогический университет
(РГППУ)
(Россия, Екатеринбург)

doi: 10.18411/lj-02-2021-94

idsp: ljjournal-02-2021-94

Аннотация

Риск является сложным явлением, имеющим большое количество несовпадающих, а бывает, что и противоположных основ, из-за чего понятие «риск» может быть охарактеризовано с разных точек зрения. В статье обращено особое внимание теоретическим и методическим положениям по оценке влияния финансовых рисков на результаты деятельности компании.

Ключевые слова: Риск, финансовые рыски, оценки риска, капитал, денег, экономический субъект, предприниматель, прибыль.

Abstract

Risk is a complex phenomenon that has a large number of different, and sometimes even opposite, bases, which is why the concept of "risk" can be characterized from different points of view. The article pays special attention to the theoretical and methodological provisions for assessing the impact of financial risks on the company's performance.

Keywords: Search, financial research, risk assessments, capital, money, economic entity, pre-entrepreneur, profit.

Управление финансовыми рисками представляет собой комбинацию различных методов, моделей и подходов для снижения вероятности возникновения риска. Ключевым шагом в управлении финансовыми рисками является оценка вероятности угрозы и степени абсолютных потерь.

Все методы оценки риска делятся на две группы: количественные и качественные методы. Количественные методы включают объективную, численную оценку вероятности потери капитала денег и используют для этого статистические методы анализа. Качественные методы дают субъективную оценку возможности риска на основе мнений экспертов.

Система управления финансовыми рисками базируется на методологических принципах, с учетом которых в коммерческих корпоративных организациях разрабатывается механизм мониторинга и обратной связи для обеспечения высокого качества процедур, оценки и проверки их соблюдения; политика управления финансовыми рисками – часть общей их стратегии, заключающейся в разработке комплекса мероприятий нейтрализации их возможных негативных последствий,

связанных с осуществлением отдельных аспектов хозяйственной деятельности. Специальные принципы могут вводиться каждой организацией самостоятельно в зависимости от вида экономической деятельности и особенностей ее функционирования.

В исследованиях, посвященных риску, можно выделить несколько подходов, отражающих эволюцию его содержания.

Переходный момент в изучении проблематики риска отражен в работах представителя неоклассической школы А. Маршалла [10, с.258], где он рассматривает предпринимателя, осуществляющего свою деятельность в условиях риска. Подчеркивается наличие альтернатив, при выборе которых экономический субъект будет руководствоваться размерами ожидаемой прибыли и величиной ее возможных колебаний. Таким образом, предприниматель делает выбор в пользу гарантированной прибыли, а не прибыли такого же размера, но связанной с большими рисками.

Главное отличие классической и неоклассической теории предпринимательского риска заключается в отношении к возможности существования положительного отклонения от ожидаемой величины прибыли. Однако обе эти школы рассматривают риск как следствие неопределенности среды, в которой функционирует компания, не разделяя эти два понятия. Впервые соотношение терминов «риск» и «неопределенность», рассмотрено в работах Ф. Найта [8, с.150], который понимает под риском оцененную любым способом вероятность, а под неопределенностью – такую ситуацию, которая делает невозможным произвести вычисления, рассчитать численную вероятность, хотя бы даже субъективную. Также в его работах подчеркнута возможность измерения риска. Так, только в случае риска «распределение результатов в группе известно» [8, с.193], в то время как в случае с неопределенностью спрогнозировать результат будет невозможно. Следующим шагом в развитии теории риска является теория стратегических игр, впервые представленная в статье Джона фон Неймана, а затем в труде, изданном в соавторстве с О. Моргенштерном [5, с.547]. Отличие данной теории заключалось в том, что если ранее предприниматель рассматривался изолированно, то теория стратегических игр принимает во внимание его окружение, где каждый старается максимизировать свои выгоды одновременно, зная о целях, выгодах и возможных действиях других. Если предыдущие теории рассматривали риск как данность, и уделяли недостаточное внимание ее происхождению, то теория игр продемонстрировала намерения других как источник риска.

Как следует из вышеприведенного анализа, содержание такого понятия как «риск», претерпело большие изменения, каждая из научных школ вносила свою лепту в его понимание. Однако, рассматривая эволюцию этого понятия, можно выделить основные его составляющие, такие как результат рискованной деятельности и измерение риска. Результат деятельности: если классическая школа связывала риск только с возможными потерями, то начиная с представителей неоклассической школы, результат рискованной деятельности рассматривается как положительное отклонение прибыли. Измерение риска: представители классической и неоклассической школ считали риск неотъемлемым элементом экономической деятельности, однако первой работой, где подробно рассматривалась возможность измерения риска, можно считать «Риск, неопределенность и прибыль» Ф. Найта [4, с.147], исследуется «распределение результатов в группе». Соотношение понятий риск и неопределенность – возможность измерения риска и отклонения реальной прибыли от планируемой потребовало разделения понятий риск и неопределенность. Так, имеется два потенциальных источника неопределенности:

- неопределенность в связи с неполным знанием о факторах, влияющих на поведение экономических субъектов;
- неопределенность, как следствие внутренней непредсказуемости в поведении экономических субъектов, которые определяют свои

решения с учетом потенциального значения случайных воздействий. В соответствии с этим подходом неопределенность характеризуется отсутствием достаточных знаний об условиях. Также некоторые авторы связывают неопределенность с субъективным восприятием риска [8, с.7], когда решение принимается на основе имеющейся у субъекта информации, которая может быть неполной.

Риск имеет объективную природу и существует независимо от того, осознают ли участники экономической деятельности его наличие или нет, учитывают ли его при ведении бизнеса. Также риск является величиной измеримой, вероятностью недополучения прибыли, либо снижения стоимости финансовых активов или комбинацией вероятности события и его последствий [1]. В то же время риск связан с выбором определенных альтернатив, расчетов вероятностей исхода, в чем проявляется его субъективная природа и зависимость от участников экономических процессов. Разделение понятий риска и неопределенности также повлекло необходимость конкретизации источников риска. Если ранее экономический субъект рассматривался изолированно, отдельно от других участников рынка, то в работе Дж. Неймана и О. Моргенштерна было рассмотрено влияние других предпринимателей. Неопределенность является неотъемлемой составляющей окружения экономического субъекта. П. Хейне [12, с.174] отмечает, что прибыль «возникает по причине неопределенности, в отсутствии которой все, относящееся к получению прибыли, было бы широко известно, все возможности ее получения были бы полностью использованы, и, следовательно, везде равнялись бы нулю». Также, А.С. Шапкин [9, с.97] отмечает, что непременным условием рискованной ситуации является наличие неопределенности. Так, неопределенность является непременным элементом ситуации риска. И так можно выделить следующие аспекты понятия «риск»:

- результат рискованной ситуации может быть как положительным, так и отрицательным для экономического субъекта;
- риск содержит элемент случайности и вероятность какого-либо исхода (количественная мера риска);
- непременным условием существования риска является неопределенность;
- источником риска может служить как внешняя, так и внутренняя среда экономического субъекта.

Таким образом, риск можно определить, как количественно измеряемую возможность отклонения планируемого дохода экономического субъекта от фактически полученного. Выделенные выше аспекты позволяют раскрыть природу и основные функции риска.

Риск в работе предпринимателя является своеобразным отражением экономической свободы, поэтому рыночная экономика по сути всегда включает для компаний большие риски, чем какая-либо другая. Нельзя говорить об устранении неопределенности в предпринимательской деятельности, так как этот элемент соответствует экономическим законам свободного рынка.

Многообразие рисков, присущих компаниям в процессе осуществления деятельности, можно классифицировать в соответствии с несколькими подходами, как это представлено в таблице 1.

Таблица 1

Классификация рисков

Аспект	Классификационный признак	Виды	Примеры
Результат	Возможный исход для экономического субъекта	Чистые (нулевой/отрицательный)	Природно-естественные Транспортные; Политические; Экологически; Частично финансовые (коммерческие)

		Спекулятивные (нулевой/отрицательный или положительный)	Финансовые (риски, связанные с покупательной способностью денег, инвестиционные риски)
Источник	Происхождение риска – внешняя или внутренняя среда	Систематический	Правовой Политический, Финансовые (напр. Процентный, валютный, ценовой)
		Несистематический	Риски, связанные с особенностями производственного процесса; Финансовые (напр. кредитный, депозитный, снижения финансовой устойчивости)
Условия	Связь с циклическим развитием экономики и предсказуемым развитием конкуренции или форс-мажорные	В условиях определенности (детерминированный)	Операционные; Финансовые (напр. ценовой, процентный)
		В условиях неопределенности (стохастический)	Природно-естественные; Политические; Финансовые (введение экономических ограничений)

Так, Балабанов И.Т. [2, с.17], Шапкин А.С. [9, с. 227], Уродовских В.Н. [11, с.50] подразделяют виды рисков компаний в зависимости от возможных результатов – чистые и спекулятивные, обращаясь к природе риска, где первый вид рисков означает нулевой или отрицательный результат, а второй вид рисков – возможность получения как положительного, так и отрицательного результата.

Общесистемный подход, использованный в данной классификации, объединяет под финансовыми рисками коммерческие риски, риски, связанные с покупательной способностью денег, а также инвестиционные риски. Таким образом, финансовые риски присутствуют как в первой, так и во второй группе. Они распределены по разным группам классификаций, что демонстрирует неоднородность данного понятия. Разделение рисков на группы по такому признаку как источник, строится на основе происхождения рисков – внешней или внутренней среды [3, с.27]. Здесь необходимо провести различие между рисками систематическими, не зависящими от деятельности отдельных экономических субъектов, и несистематическими, вызванными внутренней средой конкретного предприятия.

Систематические риски имеют своими источниками внешние факторы, вызванные особенностями конъюнктуры рынка, изменениями законодательства и текущей экономической ситуации, возможностью ухудшения политической ситуации, условий функционирования в целом, которые оказывают влияние на все предприятия, занятые в данной сфере.

Несистематические риски, в свою очередь, порождаются внутренними факторами, полностью зависящими от деятельности конкретного экономического субъекта (неполнота или неточность проектной документации, неквалифицированный менеджмент, изменение приоритетов в развитии предприятия).

Классификация рисков по такому признаку, как условие [6, с.73], подразумевает разделение на риски, связанных с циклическим развитием экономики, сменой стадий конъюнктуры рынка, предсказуемым развитием конкуренции, то есть риски, в отношении которых возможно прогнозирование и риски, характеризующиеся полной непредсказуемостью появления.

Такой аспект, как возможность измерения риска, не рассматривался в таблице, так как при разделении понятий риска и неопределенности, в данном исследовании принимается, что риск измеряем.

Каждый из аспектов понятия риск дает возможность классифицировать его относительно различных экономических явлений и процессов, происходящих в компании. Однако финансовые риски в различных своих проявлениях возникают в каждой из классификаций, что свидетельствует о подверженности компаний данным видам риска. Разнообразие видов рисков, дает представление об объеме факторов, оказывающих влияние на деятельность компании, и которыми необходимо управлять. Отсюда управление рисками является одной из важнейших составляющих деятельности компании.

Управление рисками можно характеризовать как управленческую деятельность направленную на классификацию рисков, идентификацию, анализ и оценку, разработку путей защиты от риска. Также понятие «управление рисками» характеризуется как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих сделать прогноз наступления рискованных событий и принимать меры к снижению отрицательных последствий таких событий [7, с.16].

Таким образом, система управления риском ставит своей целью не только нейтрализацию последствий риска, но и использование возможностей, возникающих в ситуации риска; следовательно, управление риском можно рассматривать как разработку и реализацию мероприятий, направленных как на противодействие негативному влиянию факторов риска, так и на использование их позитивного эффекта. На первый план выходит именно управление, а не исключение риска.

В общем виде, задачу управления риском можно определить как разработку и осуществление интегрированного решения, минимизирующего влияние неблагоприятных событий, способных нанести существенный вред компании.

Таким образом, управление рисками является одним из важнейших этапов управления компанией. В процессе управления перед предпринимателем стоит задача не только обозначить возможные риски и подготовить мероприятия по их оптимизации, но и обозначить уровень риска, необходимый для получения заданной доходности и стабильного развития компании.

1. Быков А.А. Эффективное управление рисками - обязательный элемент управления в XXI столетии // Проблемы анализа риска. - 2019. - № 6.
2. Галанов В.А. ред. Методология финансового риск-менеджмента в высшей школе России: моногр. / Владимир Александрович Галанов ред.. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 268 с.
3. Теоретические основы антикризисного управления финансовой устойчивостью предприятия / Г.А. Есипова // Вестник университета Туран. 2016. № 2 (24).
4. Леонова Н.Г. Финансовые риски и новые информационные технологии / Н.Г. Леонова // Наука и бизнес: пути развития. 2018. № 3 (81).
5. Лычкова Е.В., Туаева А.М., Сергиенко Л.В. Риск-менеджмент в системе бухгалтерского учета // Actualscience. - 2016. - № 12.
6. Маслова Е.Ю. Основные принципы и методы управления финансовыми рисками / Е.Ю. Маслова // Инновационное развитие. 2017. № 12 (17).
7. Нуртдинов, И.И. Практика страхования финансовых рисков российского лизингового бизнеса. Монография / И.И. Нуртдинов, Е.А. Охонина. - М.: КноРус, 2016. - 128 с.
8. Петрушкан К.С., Грицунова С.В. Проблемы риск-менеджмента на современном этапе развития экономики // Современные тенденции развития науки и технологий. - 2016. - № 7.
9. Славинова М.В. Методы оценки финансового состояния организации / М.В. Славинова // Наука среди нас. - 2018. № 2 (6). - С. 215.
10. Тараканова Е.А. Влияние финансовой устойчивости на экономическую безопасность организаций / Е.А. Тараканова, Е.А. Мухина // В сборнике: Актуальные вопросы развития современного общества Сборник научных статей 8-ой Международной научно-практической конференции. 2018.
11. Тарасова Ю.А. Страхование. - М.: Юрайт, 2017. - 236 с.
12. Чудайкина Т.Н. Усатенко А.Н. Эффективность применения страхования как основного метода по управлению рисками строительного предприятия // Образование и наука в современном мире. Инновации. 2017. - №1

Семеняк А.К.

Проблемы устойчивого функционирования банковского сектора РТ*Казанский Федеральный университет
(Россия, Казань)**doi: 10.18411/lj-02-2021-95**idsp: ljjournal-02-2021-95***Аннотация**

На сегодняшний день, банки как составная часть банковского сектора оказывает влияние на три основные сферы деятельности государства, а именно: политическая, экономическая и социальная. Помимо того, что банки являются кредитными посредниками они к тому же выполняют функцию аккумуляции денежных средств и их дальнейшее перераспределение между субъектами экономики. Банковский сектор – это совокупность различных видов национальных банков, работающих в рамках единого денежного механизма. На сегодняшний день банковский сектор можно считать одним из важнейших направлений национальной экономики. Его деятельность играет ключевую роль в обеспечении устойчивости национальной экономики страны. В статье рассмотрены теоретические аспекты финансовой устойчивости банковского сектора, изучены проблемы и факторы, оказывающие влияние на финансовую устойчивость. Также на основе анализа фактических данных за 2020 год определены коммерческие банки, оказывающие значительное влияние на финансовую устойчивость банковского сектора Республики Татарстан. В качестве информационной базы исследования были использованы официальные данные Центрального Банка Российской Федерации (Банка России).

Ключевые слова: коммерческий банк, финансовая устойчивость, банковский сектор, Республика Татарстан.

Abstract

Today, banks as an integral part of the banking sector have an impact on three main areas of government activity, namely: political, economic and social. In addition to the fact that banks are credit intermediaries, they also perform the function of accumulating funds and their further redistribution between economic entities. The banking sector is a collection of different types of national banks operating within a single monetary mechanism. Today the banking sector can be considered one of the most important areas of the national economy. Its activities play a key role in ensuring the sustainability of the country's national economy. The article examines the theoretical aspects of the financial stability of the banking sector, studies the problems and factors that influence financial stability. Also, based on the analysis of actual data for 2020, commercial banks have been identified that have a significant impact on the financial stability of the banking sector of the Republic of Tatarstan. Official data of the Central Bank of the Russian Federation (Bank of Russia) were used as an information base for the study.

Key words: commercial bank, financial stability, banking sector, Republic of Tatarstan

Надежность и стабильность банковской системы Российской Федерации зависит непосредственно от грамотного и эффективного руководства кредитными организациями. Функционирование кредитных организаций основано на принципе взаимодоверия, что является следствием финансовой устойчивости и стабильности банковского сектора, в частности банковского сектора региона.

В процессе ведения своей деятельности банковский сектор имеет на себе влияние большого количества разнообразных факторов. Знание данных факторов позволяет оценить состояние банковской системы и предотвратить появление

кризисных ситуаций. Изучение основополагающих факторов устойчивости банковского сектора означает рассмотрение взаимосвязей между банковским сектором и другими секторами экономики. Данная точка зрения подчеркивает, что банковская система тесно связана с экономикой региона.

Финансовая устойчивость коммерческого банка является частью финансовой устойчивостью банковского сектора. Поэтому мы решили рассмотреть поставленную проблему от частного к общему.

На сегодняшний день факторы устойчивого развития коммерческого банка можно разделить на внешние и внутренние (рис. 1)

Рис.1 Факторы устойчивого развития коммерческого банка

Банковский сектор, являясь основополагающей составляющей российской экономики испытывает на себе значительные трудности, связанные с разрастающейся пандемией коронавируса. Окружающая нас макроэкономическая неопределенность отражается на банковском секторе, являющимся финансовым посредником, и усугубляет внутренние институциональные и функциональные проблемы.

Российская банковская система не была устойчивой еще до пандемии. Отличалась своей односторонностью, а именно увеличением доминирования крупных государственных банков. С началом пандемии эта тенденция продолжилась, объясняя это необходимостью противостоять кризису, но это позиция имеет и негативные последствия, а именно, ярко стало проявляться торможение развития финансовой системы, стало наблюдаться уменьшение конкуренции и диверсификации банковских продуктов (в плане ставок, условий, наполнения).

Несмотря на негативные последствия пандемии, стоит отметить, что банковская система получила значительные финансовые ресурсы от государства, в частности от Банка России. Банк России в текущих условиях проявил себя как модератор, а именно было инициировано ряд мероприятий:

- 1) Сформировал программы по кредитным каникулам;
- 2) Выделил лимит на кредитование по выплате заработной платы;
- 3) Оказал поддержку в проведении банками реструктуризаций;
- 4) Оказал регуляторные послабления;
- 5) Снизил ключевую ставку.

Данные меры дают кредитным организациям передышку, способствуют накоплению финансовых ресурсов. Меры могли бы быть более эффективными и принести больше пользы, если бы не носили рекомендательный характер. Банковский сектор Республики Татарстан не стал исключением, являясь составной частью банковской системы Российской Федерации, подвергся тем же проблемам, решение, которых требовало принятие жестких, но в то же время эффективных мер.

Для того, чтобы наиболее полно изучить проблемы устойчивого функционирования банковского сектора Республики Татарстан, рассмотрим основные показатели финансовой устойчивости банковского сектора Российской Федерации в целом.

С начала 2020 года количество прибыльных кредитных организаций уменьшилось с 344 до 277 штук. Несмотря на это, хочется отметить тот факт, что хоть и количество кредитных организаций уменьшалось, прибыльность действующих кредитных организаций не была в прямой зависимости от этого. Так, на 1.07.2020 функционировало 279 кредитных организаций, прибыльность которых составила 660,7 млрд. руб., на 01.10.2020 количество прибыльных кредитных организаций уменьшилось до 275 кредитных организаций, но несмотря на это прибыльность возросла более чем на 400 млрд. руб. Данный факт может свидетельствовать о том, что некоторым кредитным организациям не хватило запаса прочности и финансовой устойчивости, чтобы противостоять потоку заявок на реструктуризацию и увеличивающимся объемам просроченной задолженности по кредитам.

Кредитные организации, которые грамотно диверсифицировали свои активы, с умом распределили риски и заручились финансовой поддержкой со стороны государства, смогли не только удержать свои финансовые показатели на определенном уровне, но и увеличить их.

Отметим, что устойчивость функционирования банковской системы зависит от эффективного использования тех механизмов и рычагов, которые есть как у регулятора (Банк России), так и непосредственно у руководства кредитных организаций. Так, проанализировав приложение 1, выделим, что не смотря тяжелый год как по отношению к банковской сфере, так и по отношению к экономике в целом, наблюдается значительный прирост по активам 11,0 процентов по сравнению с концом 2019 года (5,9%). Данный аспект свидетельствует о том, что кредитные организации увеличили объемы выдаваемых кредитов и инвестируемых средств. Также об вышесказанных словах свидетельствует тот факт, что по сравнению с 2019 годом увеличился темп прироста по выданным кредитам для корпоративных клиентов с 5,8% до 9,9%.

Несмотря на то, что по приложению 1 мы наблюдаем значительный прирост активов и рост корпоративного кредитования, темпы прироста по вкладам физических лиц и кредиты, предоставленные физическим лицам имеют показатели значительно меньше в сравнении с аналогичными показателями 2019 года. Скорее всего на это могла повлиять пандемия коронавируса, которая сподвигла население использовать денежные средства, хранящиеся на вкладах. К тому же и кредитные организации, стали более внимательно относиться к заёмщикам, что и привело к уменьшению кредитования физических лиц.

На наш взгляд, каждый регион в Российской Федерации имеет свои специфические особенности, касающиеся климатических, экономических политических сфер. Мы считаем, что для эффективной работы регионального банковского сектора необходимо принимать во внимание факторы или риски, которые предрасположены тому или иному региону.

Несомненно, коммерческие банки, находящиеся на территории того или иного региона испытывают на себе особенности той территории, где они находятся, а именно, различия в доходах населения, разный уровень развитости промышленности и предпринимательства и тд.

Применительно к банковской системе Республики Татарстан можно подчеркнуть следующие факторы, оказывающие влияние на устойчивость: общеэкономические, социальные, конкурентная среда и политические.

Так, на 01.01.2021 год в Республике Татарстан можно выделить 13 функционирующих региональных кредитных организаций («Банк Заречье», АКБ «Энергобанк», АО «Автоградбанк», АО «ИК Банк», АО «Татсоцбанк», ООО "АвтоКредитБанк", ООО "АЛТЫНБАНК", ООО "Банк 131", ООО "Камкомбанк", ООО Банк "Аверс", ООО КБЭР "Банк Казани", ПАО "АК БАРС" БАНК, ПАО "АКИБАНК"), из которых и состоит банковский сектор региона. [4]

Банковский сектор Республика Татарстан как часть Российской Федерации имеет схожие проблемы в установлении и поддержании устойчивого функционирования.

На сегодняшний день банковскому сектору Республики Татарстан требуется пересмотр методов и подходов к оценке достаточности капитала, ликвидности, а также увеличение взаимодействия банковского сектора с реальным сектором экономики. Это позволит банковскому сектору региона внести реальный вклад в рост ВВП. Но, стоит отметить, что это может стать реальностью только при обеспечении устойчивости банковского сектора.

Отметим ключевые аспекты устойчивости банковского сектора, которые до сих пор не решены:

- 1) Противоречие между прибыльностью банковского сектора и ужесточением мер контроля со стороны регулятора;
- 2) Увеличение вклада банковского сектора в экономическое развитие региона.

В течение последних лет Банк России разработал ряд нормативно-правовых документов, направленных на ужесточение контроля. Данные действия были вызваны увеличением риска создания кредитного пузыря в банковском секторе и потере финансовой устойчивости. Данные нормативно-правовые документы были направлены на удержание проведения рискованных активных операций и противодействие незаконному выводу капитала недобросовестных собственников банков. Соответственно, введенные меры со стороны регулятора привели формированию дополнительного барьера для вывода средств собственниками, снижение рискованных активных операций, сжатие кредитного портфеля. Снижение объемов кредитного портфеля как раз и повлияло на уменьшение прибыльности банковского сектора. Хотя существует и вторая сторона данного противоречия. Введенные меры по ужесточению контроля со стороны Банка России могут натолкнуть собственников «пограничных» банков на значительное инвестирование в свой банк с целью выполнения данных нормативно-правовых документов. Дополнительное инвестирование в ближайшем будущем даст свои плоды в виде стабильного развития и повышения финансовой устойчивости. Тем самым Банк России с помощью ужесточения контроля сможет решить не только проблемы финансовой устойчивости отдельного банка, но и банковского сектора в целом, при этом сохранив прибыльность сектора.

До сих пор банковский сектор не играет должной роли в экономическом развитии регионов и России в целом, что характерно для стран с развитой рыночной экономикой. В частности, кредит остается незначительным источником инвестиций для основной массы региональных компаний среднего и малого бизнеса. Размещение средств в долгосрочные кредиты слишком рискованно ввиду отсутствия у многих предприятий ликвидных капитальных активов, которые можно использовать в качестве залога. Таким образом, низкая активность коммерческих банков в сфере долгосрочного кредитования реального сектора экономики обусловлена, с одной стороны, низкой инвестиционной привлекательностью предприятий, закрытостью информации об их реальном финансовом состоянии и структуре собственности, с другой — отсутствием должной поддержки со стороны региональных органов власти и управления.

Стабильность, сбалансированность и надежность — основные понятия устойчивого функционирования банковского сектора региона. При условии поддержания всех этих аспектов должным образом, можно не только обеспечить устойчивое функционирование банковского сектора, но и адаптировать банковский сектор к резким изменениям экономики как внутри региона, так и за его пределами. Рассмотрим более подробно данные понятия на примере банковского сектора Республики Татарстан.

Проанализировав банковский сектор Республики Татарстан, можно сделать вывод, что являясь составной частью банковской системы Российской Федерации, Татарстан нацелен на укрупнение банковских учреждений, консолидацию активов и формирование системнообразующих банковских групп в регионе.

1. Резчикова В.В., Туманов Д.В. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость кредитной организации // Экономика и социум. 2018. № 12 (55). С. 1007-1010.
2. Третьякова О.Г., Чинаева Т.И. Статистический анализ финансового состояния банковского сектора // Статистика и экономика. – 2018. – Т. 15, № 2. – С. 20–29.
3. Годовой отчёт Банка России за 2019 год. Режим доступа: http://www.cbr.ru/publ/God/ar_2017.pdf.
4. Сайт Банка России. Режим доступа: <https://www.cbr.ru>

Тменова Е.С., Калюгина И.В.

Актуальные вопросы организации бухгалтерского учёта дебиторской и кредиторской задолженности на примере предприятия ООО "Павловскинвест" Павловского района Воронежской области

*ФГБОУ ВО Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-96

idsp: ljjournal-02-2021-96

Аннотация

Данная статья посвящена проблемам, связанным с организацией учета кредиторской и дебиторской задолженности. Несомненно, устойчивость финансового состояния организации в условиях современной рыночной экономики зависит во многом от эффективности управления кредиторской и дебиторской задолженностью. Актуальность данной темы определяется теоретической и практической значимостью проблемы. В целях повышения финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия авторы предлагают список рекомендаций по управлению расчетами с контрагентами.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, учёт, контроль.

Abstract

This article is devoted to the problems associated with the organization of accounting for payables and receivables. Undoubtedly, the stability of the financial condition of an organization in a modern market economy largely depends on the effectiveness of the management of accounts payable and receivable. The relevance of this topic is determined by the theoretical and practical significance of the problem. In order to increase the financial stability and solvency of the enterprise, the authors offer a list of recommendations for conducting settlements with counterparties.

Keywords: accounts receivable, accounts payable, accounting, control.

Финансовые отношения предприятия с другими организациями включают, непосредственно, расчеты с покупателями, поставщиками, транспортными организациями, а также фирмами иностранных государств. Непосредственное влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности предприятия оказывает организация отношений с контрагентами, которые в свою очередь подразделяются на два вида: дебиторы и кредиторы. Долги предприятия, возникающие в результате производственной деятельности, называют дебиторской и кредиторской задолженностями, в зависимости от того, кто является должником.[2]

Современные предприятия, функционирующие на рынке в условиях высокой конкуренции, должны проводить активную внешнюю политику в экономической сфере и оперативно реагировать на все ее изменения.

Любое осуществляющее финансово-хозяйственную деятельность предприятие зависит не только от поставщиков комплектующих изделий, но и, непосредственно, от рынков сбыта производимых товаров и оказываемых услуг. Поэтому существенное влияние имеет надлежащее отражение сумм дебиторской и кредиторской задолженности в бухгалтерских документах. Обуславливается это тем, что суммы балансовых остатков, а также периоды оборота каждой из них по данным видам задолженностей, непосредственно влияют на объективную оценку платежеспособности предприятия.

Ф.Н. Филина определяет дебиторскую задолженность как сумму долгов, причитающихся предприятию, от физических и юридических лиц в итоге производственных взаимоотношений с ними, а кредиторскую задолженность как вид обязательств организации за поставленные ей товары, работы и услуги, а также другие обязательства в пользу кредиторов, обусловленные прошлыми хозяйственными событиями и сделками.[4]

Также следует постоянно учитывать, что освоение новых сегментов рынка и укрепление позиций на уже освоенных, к примеру, привлечение новых покупателей, требует постоянного повышения эффективности методов работы с ними.

Таким образом, организации, имеющие возможность предоставления клиентам более значительного ассортимента товаров и услуг в кредит, повышают свою конкурентоспособность на рынке и увеличивают тем самым количество партнеров и, соответственно, количество продаж. С данной точки зрения, наиболее востребованными формами сбыта производимых товаров и оказываемых услуг являются различные способы сбыта продукции на условиях отсрочки или рассрочки платежей. Тем самым и доля дебиторской задолженности, отражаемая в бухгалтерском учете организации, постоянно возрастает.[3]

Данная тенденция, как отмечает Агеева Е.В., вынуждает предприятия всё больше внимания уделять вопросам повышения эффективности бухгалтерского учёта дебиторской задолженности. Отсюда следует обоснованный вывод о том, что организация расчетов между покупателями и поставщиками, с одной стороны, и хозяйствующего субъекта, с другой стороны, оказывает влияние на обеспечение своевременного поступления денежных средств, а также на сокращение интервалов оборачиваемости оборотных средств, от чего и зависит непосредственно платежеспособность организации.[1]

Известно, что наличие сумм дебиторской и кредиторской задолженности, является естественным состоянием системы денежных расчетов между организациями. Это объясняется тем, что всегда имеется разрыв между моментом перехода права собственности на товар и временем осуществления платежей. К сожалению, задержка платежей может быть обусловлена и другими субъективными причинами. В некоторых случаях всё это может привести к необходимости заимствования у кредитных организаций дополнительных средств, а иногда даже к банкротству.

Таким образом, важно обеспечить контроль за изменением показателей дебиторской и кредиторской задолженности. С помощью данного вида контроля обеспечивается не только достоверность и качество учета, но также мобилизуются резервы хозяйствующего субъекта в сфере предпринимательской деятельности и финансов.

Мероприятия, проводимые регулярно руководством и собственниками организации в рамках данного вида контроля, позволяют своевременно получить информацию о недостатках в предпринимательской деятельности и в сфере экономики и финансов, объективно оценить фактическое состояние и результаты использования

денежных и материальных средств предприятия, состояние налогового и бухгалтерского учета и отчетности.[5]

Таким образом, осуществление контроля за состоянием бухгалтерского учета дебиторской и кредиторской задолженности необходимо для укрепления расчетно-платежной дисциплины экономического субъекта.

Не вызывает сомнений и тот факт, что основной целью деятельности любого предприятия является получение прибыли. Поэтому перед руководством и службами, которые осуществляют контроль в сфере финансовой деятельности, стоит задача по снижению дебиторской и кредиторской задолженности, так как повышение одной из них может негативно отразиться на финансовой устойчивости предприятия.

В целях анализа практики выполнения мероприятий по организации бухгалтерского учета дебиторской и кредиторской задолженностей была использована финансово-хозяйственная деятельность ООО "Павловскинвест" Павловского района Воронежской области.

В соответствии с локальными нормативно-правовыми актами и действующим законодательством обязанности по ведению бухгалтерского учёта возложены на главного бухгалтера, который осуществляет следующие мероприятия: по формированию учетной политики, ведению бухгалтерского учета, а также осуществляет контроль за выполнением денежных обязательств. Кроме того, в обязанности главного бухгалтера входит своевременное предоставление сторонним организациям и руководству бухгалтерской и налоговой отчетности.

Бухгалтерский учет в ООО "Павловскинвест" ведется с использованием программы "1С: Предприятие".

Для обеспечения учета в ООО "Павловскинвест" применяются типовые формы первичных документов, которые в полной мере соответствуют унифицированным формам учетной документации. Основным документом, который регламентирует порядок ведения бухгалтерского учета, является Учетная политика организации. Она устанавливает порядок ведения расчетов, в том числе и с контрагентами. Ведение и организация расчётов с дебиторами и кредиторами требуют от хозяйствующего субъекта постоянного взаимодействия с внешними контрагентами, а также со структурными подразделениями самой организации. Способ осуществления расчетов определяется соответствующим договором.

Понятие дебиторская и кредиторская задолженность неразрывно связаны с понятием обязательство, которое предполагает наличие отношений, где одна сторона обязуется совершить в пользу другой стороны определенные действия.[7] Так, дебиторская и кредиторская задолженность возникают, как было сказано выше, в результате несовпадения даты совершения платежа и момента возникновения обязательств. В ООО "Павловскинвест" всю имеющуюся задолженность подразделяют на краткосрочную и долгосрочную.

Таким образом, основными задачами учёта дебиторской и кредиторской задолженности в ООО "Павловскиинвест" являются:

- распределение задолженности предприятия в зависимости от сроков их погашения и по конкретным видам задолженностей;
- оперативный и своевременный учет движения денежных средств по расчетным операциям;
- определение объема и состава непогашенной кредиторской и дебиторской задолженностей, обусловленных расчетами по страхованию, авансам, претензиям и другими правилами расчетов;
- своевременное выявление расчётных документов, неоплаченных контрагентами предприятия.

Согласно Плану счетов бухгалтерского учета финансово- хозяйственной деятельности дебиторская и кредиторская задолженность в ООО "Павловскинвест" отражается на счетах:

- счет 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками";
- счет 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками";
- счет 66 "Расчеты по краткосрочным кредитам и займам";
- счет 67 "Расчеты по долгосрочным кредитам и займам";
- счет 68 "Расчеты по налогам и сборам";
- счет 69 "Расчеты по социальному страхованию и обеспечению";
- счет 70 "Расчеты с персоналом по оплате труда";
- счет 71 "Расчеты с подотчетными лицами";
- счет 73 "Расчеты с персоналом по прочим операциям";
- счет 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами".

Приведём анализ оборотов за период 2018 - 2020 год по двум из представленных выше счетов - 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками" и 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками".

Дебет Счет 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками" Кредит

Сальдо на 01.01.2018г. - 13631571,63	
Д 62 К 51 - 40 Возврат переплаты согласно письма	Д 51 К 62 - 413433571,11 Поступление на расчетный счет
Д 62 К 90 - 448506645,89 Выполнение этапа работ, реализация товаров	Д 52 К 62 - 3895678,71 Поступление на расчетный счет
Д 62 К 91 - 27710,95 Курсовые разницы	Д 60 К 62 - 814748,96 Ремонт офиса
	Д 91 К 62 - 77440,87 Курсовые разницы
Обороты - 516322054,79	Обороты - 486009097,6
Сальдо на 31.12.2020г. - 43944528,82	

Рис. 1. Схема бухгалтерских записей по счету 62 "Расчёты с покупателями и заказчиками"

Дебет Счет 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками" Кредит

	Сальдо на 01.01.2018г. -5733985,98
Д 60 К 10 - 9435,59 - возврат товаров поставщику	Д 08 К 60 - 5669946,49 - приобретение основных средств
Д 60 К 51 - 334374593,08- оплата поставщикам	Д 10 К 60 - 40464393,31 - поступление материалов
Д 60 К 52 - 70582,12 оплата в валюте поставщикам	Д 19 К 60 - 31 196 593,81 - принят НДС от поставщиков
Д 60 К 62 - 814748,96 - ремонт офиса	Д 20 К 60 - 233 945 351,87 - затраты на основное производство
Д 60 К 68 - 1698,41 - возврат НДС	Д 25 К 60 - 3 693 915,04 - общепроизводственные затраты
Д 60 К 71 - 364345,96 - авансовые отчеты	Д 26 К 60 - 6 222 056,48 - общехозяйственные затраты
Д 60 К 76 - 1590 корректировка долга	Д 41 К 60 - 16 146 197,02 - приобретение товаров
Д 60 К 91 - 38023,17 прочие доходы	Д 44 К 60 - 10 000 - вывеска
	Д 51 К 60- 493 224,44 - возврат денег от поставщиков
	Д 73 К 60- 319 897,55 - услуги связи
	Д 76 К 60- 1 709 - корректировка долга
	Д 90 К 60- (- 1 800,11) -корректировка поступления
	Д 91 К 60- 1 339 205,47 -прочие расходы
	Д 97 К 60- 1 023 315,98- приняты расходы будущих периодов
Обороты - 530030023,17	Обороты - 534879012,23
	Сальдо на 31.12.2020г. - 10582975,04

Рис. 2. Схема бухгалтерских записей по счету 60 "Расчёты с поставщиками и подрядчиками"

Проведённый анализ структуры, динамики и состава дебиторской кредиторской задолженностей ООО "Павловскинвест" позволяет сделать вывод о том, что сложившаяся ситуация в сфере платёжно-расчётных отношений предприятия с его дебиторами и кредиторами указывает на определённую стабильность финансового состояния. Рост дебиторской и кредиторской задолженностей, безусловно, свидетельствует о необходимости регулярного и систематического контроля со стороны руководства организации к платёжно-расчётным отношениям предприятия с внешними организациями. В целом, ситуация с дебиторской и кредиторской задолженностями в ООО "Павловскинвест" благополучна. Динамика и состав дебиторской задолженности свидетельствуют о том, что поставщики, получая своевременно услуги, задерживают их оплату.

Так, к примеру, ООО "Павловскинвест" оказывает услуги ООО "ЭкоНиваАгро" по договору, согласно которому срок оплаты за выполнение работ с 90 дней в 2018 году увеличился до 140 календарных дней в 2020 году.

Это отрицательно сказывается при взаиморасчётах с поставщиками материалов, что в свою очередь приводит либо к привлечению дополнительных заемных средств, либо к договоренности на отсрочку платежей по поставленным материалам на срок не более 30 - 60 дней.

В целях повышения финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия необходимо провести ряд мероприятий, которые призваны остановить рост доли дебиторской задолженности в общем объеме оборотных активов ООО "Павловскинвест". Иначе, имеющаяся место ситуация может привести к снижению оборотов ресурсов, простою вследствие влияния внешних факторов, а также надлежащей оплаты обязательств перед кредиторами. Рост кредиторской задолженности в краткосрочных пассивах предполагает снижение объемов формирования оборотных активов и сокращение источников, а также понижение текущей ликвидности ООО "Павловскинвест".[6]

Необходимо разработать и ввести систему постоянного контроля за соотношением кредиторской и дебиторской задолженностями, состоянием расчётов по просроченным обязательствам. Также необходимо внедрить классификацию потребителей услуг в зависимости от предлагаемых объемов работ и условий их оплаты, а также их платежеспособности.

Кроме того, проведенный анализ показал, что ООО "Павловскинвест" обладает значительным финансовым потенциалом и достаточной материальной базой для осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

В заключении можно отметить, что в случае внедрения руководством стратегии и тактики планирования и надлежащего использования элементов системы управления хозяйственной деятельностью, ООО "Павловскинвест" сможет не только сохранить основную долю объемов производства, но и соответственно улучшить финансовые результаты своей финансовой деятельности.

Таким образом, своевременная реализация комплекса приведенных выше предложений должна способствовать снижению дебиторской задолженности, совершенствованию организации расчётов и их учета, а также укреплению финансового состояния и повышению уровня платежеспособности ООО "Павловскинвест".

1. Агеева Е. Правильный выбор должников / Е. Агеева // Консультант. 2018. – № 5. – С. 24-28.
2. Барышникова Е.В. Учет дебиторской и кредиторской задолженностей в «1С: Бухгалтерии 7.7» / Е.В. Барышникова // БУХ.1С. 2015. – № 12. – С. 6-9.
3. Галлеев М.Ш. Дебиторская и кредиторская задолженность: острые проблемы учета и налогообложения. / М.Ш. Галлеев–М.: Вершина, 2016. –184 с

4. Ивашкевич В.Б. Учет и анализ дебиторской и кредиторской задолженности. / В.Б. Ивашкевич, И.М. Семенова – М.: Бухгалтерский учет, 2015. –С. 192.
5. Коптелов А. Беркович В. Как построить эффективную систему внутреннего контроля / А. Коптелов, В. Беркович //Риск -менеджмент. –2017.–№ 5-6.
6. Парушина Н.В. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности / Н.В. Парушина // Бухгалтерский учёт. –2017. –№ 2. С. 54-60.
7. Ржаницына В.С. Учет кредиторской задолженности: оценка, признание и погашение / В.С. Ржаницына // Бухгалтерский учет. –2018. –№17. –С. 8-16.
8. Тарабрина Е.А. Риски в системе бухгалтерского учета, возникающие при взаимодействии с контрагентами и пути их минимизации / Е.А. Тарабрина, И.В. Калюгина // В сборнике: Молодежный вектор развития аграрной науки. Материалы 71-й студенческой научной конференции. Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I. - 2020. - С. 143-149.

Уртенкова М.П.

**Принципы формирования финансовой информации в бухгалтерской
(финансовой) отчетности**

*Северо-Кавказская Государственная Академия
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-97

idsp: ljjournal-02-2021-97

*Научный руководитель
Лайпанова З.М.*

Аннотация

Бухгалтерская (финансовая) отчетность является основным информационным источником для внешних пользователей при принятии инвестиционного решения. Поэтому представление качественной бухгалтерской информации - одна из приоритетных задач менеджмента компании. Для того чтобы бухгалтерская отчетность соответствовала предъявленным к ней требованиям, при составлении отчетов соблюдаются такие принципы как полное отражение за отчетный период всех хозяйственных операций и результатов инвентаризации; полное совпадение данных синтетического учета и аналитического учета, а также показателей отчетов и балансов с данными синтетического и аналитического учета; осуществление записи хозяйственных операций в бухгалтерском учете только на основании надлежаще оформленных оправдательных документов; правильная оценка статей баланса. Качество информации, содержащейся в финансовой отчетности, волнует руководителей организаций, которые заинтересованы в наличии всей необходимой информации, реально отражающей экономические условия функционирования компании, для принятия грамотных и эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: бухгалтерская финансовая отчетность, принципы формирования финансовой информации, основные требования к бухгалтерской отчетности.

Abstract

Accounting (financial) statements are the main source of information for external users when making investment decisions. Therefore, the presentation of high-quality accounting information is one of the priorities of the company's management. In order for the accounting statements to meet the requirements set out for them, such principles as full reflection of all business operations and inventory results for the reporting period are observed when preparing reports; complete coincidence of the data of synthetic accounting and analytical accounting, as well as indicators of reports and balance sheets with the data of synthetic and analytical accounting; recording of business transactions in accounting only on

the basis of properly executed supporting documents; correct assessment of balance sheet items. The quality of the information contained in the financial statements is of concern to the heads of organizations who are interested in having all the necessary information that really reflects the economic conditions of the company's functioning, in order to make competent and effective management decisions.

Keywords: accounting financial statements, principles of formation of financial information, basic requirements for accounting statements.

Финансовая отчетность, по сути, является товаром, качество которого определяется содержащейся в ней информацией.

Целью финансовой отчетности общего назначения является предоставление информации о финансовом положении, финансовых результатах деятельности и движении денежных средств компании, полезной для широкого круга пользователей при принятии экономических решений.

Финансовое положение компании раскрывается посредством представления информации об ее активах, обязательствах и капитале (данные баланса); финансовые результаты - путем раскрытия данных о доходах и расходах (данные отчета о финансовых результатах), информация об изменениях в денежных средствах и их эквивалентах содержится в отчете о движении денежных средств.

В информации финансовой отчетности заинтересованы существующие и потенциальные инвесторы, работники, работодатели, поставщики и прочие кредиторы, покупатели, фискальные органы, общественность. Однако приоритетными пользователями финансовой отчетности с позиций МФСО являются инвесторы. Международные стандарты исходят из того, что бухгалтерский учет ведется для управления финансовыми вложениями и потоками со стороны инвестора. В этом заключается главное отличие от российского учета, который ведется администратором, действующим в интересах собственника для отражения результатов деятельности объекта собственности.

Другое концептуальное отличие МСФО состоит в том, что усилия бухгалтера в большей мере направлены на формирование достоверной информации о финансовом положении, чем о финансовых результатах. Об этом свидетельствуют и жесткие требования к признанию активов, и требование их оценки по справедливой (рыночной) стоимости.

В соответствии с МСФО выделяют принципы формирования финансовой информации, которые определяют концептуальные основы формирования отчетности.

В Законе о бухгалтерском учете, ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» и других документах содержатся основные требования к бухгалтерской отчетности. Так, бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении. При этом достоверной и полной считается бухгалтерская (финансовая) отчетность, сформированная и составленная исходя из требований, установленных системой правового регулирования бухгалтерского учета в Российской Федерации.

Для того чтобы бухгалтерская отчетность соответствовала предъявляемым к ней требованиям, при составлении бухгалтерских отчетов должно быть обеспечено соблюдение следующих принципов:

- 1) полное отражение за отчетный период всех хозяйственных операций и результатов инвентаризации всех производственных ресурсов, готовой продукции и расчетов;
- 2) полное совпадение данных синтетического и аналитического учета, а также показателей отчетов и балансов с данными синтетического и аналитического учета;

- 3) осуществление записи хозяйственных операций в бухгалтерском учете только на основании надлежаще оформленных оправдательных документов или приравненных к ним технических носителей информации;
- 4) правильная оценка статей баланса.

Исходя из этих принципов перед составлением финансовой отчетности предприятие должно:

- 1) проверить соответствие данных бухгалтерского учета и имеющихся первичных документов;
- 2) восстановить утраченные первичные документы до составления бухгалтерской отчетности;
- 3) предупредить материально-ответственных лиц о сроках представления первичных документов;
- 4) проверить документы по форме;
- 5) проверить наличие оригиналов документов;
- 6) провести инвентаризацию имущества, обязательств;
- 7) проверить правильность использования резервов;
- 8) откорректировать суммы переходящих остатков;
- 9) произвести реформацию баланса.

Принципы составления финансовой информации для бухгалтерской (финансовой) отчетности включают в себя также качественные характеристики.

В соответствии с МСФО качественные характеристики являются атрибутами, делающими представляемую в финансовой отчетности информацию полезной для пользователей МСФО выделяют 4 основные качественные характеристики: понятность, сопоставимость, уместность и надежность. Две первые характеристики касаются представления информации, две последующие – ее содержания.

Понятность означает доступность информации для понимания пользователем, имеющим достаточные знания в сфере деловой и экономической деятельности, бухгалтерского учета.

Информация, содержащаяся в финансовой отчетности, должна быть сопоставимой внутри компании по отчетным периодам, а во внешней среде с информацией других компаний. Это позволяет проследить тенденции изменения финансового положения компании и результатах ее деятельности.

Уместной считается информация, влияющая на экономические решения пользователей, помогающая им оценивать прошлые, настоящие и будущие события, подтверждающая или исправляющая прошлые оценки. Качественные характеристики информации тесно взаимосвязаны. На уместность информации значительное влияние оказывает ее существенность.

Существенной считается информация, пропуск или искажение которой могут серьезно повлиять на принятие пользователями управленческих решений. Каждая существенная статья должна представляться в финансовой отчетности отдельно. Несущественные суммы должны включаться в состав более крупных статей аналогичного назначения.

Точных количественных критериев существенности не существует, хотя в отдельных положениях утверждается, что статьи, превышающие 5% общего итога по данному отчету, следует рассматривать как существенные.

Надежность означает отсутствие в информации существенных ошибок. Залогом надежности информации служит соблюдение следующих условий при ее раскрытии: правдивое представление; преобладание сущности над формой; нейтральность; осмотрительность; полнота; существенность.

Документально оформленные результаты важны для подтверждения бухгалтерской отчетности и правильности составления налоговой отчетности. Результаты инвентаризации должны быть отражены в годовом отчете заключительными записями в декабре. Выявленные излишки и недостатки оформляются актом, сумма выявленного ущерба взыскивается с материально-ответственных лиц.

Подготовка стандартов финансовой информации должна происходить в соответствии с основополагающими принципами МСФО, утвержденными Комитетом по международным стандартам (КМСФО).

Качество информации, содержащейся в финансовой отчетности, волнует не только внешних пользователей, являющихся потенциальными инвесторами, но и руководителей организаций, которые заинтересованы в наличии всей необходимой информации, реально отражающей экономические условия функционирования компании, для принятия грамотных и эффективных управленческих решений.

В целях получения такой качественной информации в компаниях разрабатываются и внедряются различные системы учета, позволяющие формировать достоверную отчетность. Отчетность, в свою очередь, являясь одной из функций управления, оказывает влияние на построение системы управления компанией посредством определенных требований и принципов.

Структура финансовой отчетности и форма представления информации, предложенные стандартом, достаточно гибки, что позволяет применять их на предприятиях разных видов деятельности, а также для составления сводной отчетности.

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция)
2. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)»
3. Бабаев Ю. А., Петров А. М. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. 398 с.
4. Бухгалтерская финансовая отчетность. Учебник / Под ред. Нечитайло А.И.. - Рн/Д: Феникс, 2017. - 144 с.
5. Мощенко Н.П. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 272 с.

Столбова Е.Д., Усачева Л.А., Щербакова Т.В.

ФРС и ЦБ: методы борьбы с безработицей для стимулирования формирования сбережений населения

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-98

idsp: ljjournal-02-2021-98

Аннотация

В данной работе рассматриваются основные цели денежно-кредитной политики США и России, инструменты денежно-кредитной политики в условиях исследуемых режимов, а также проводится сравнение проводимых денежно-кредитных политик в этих странах.

Ключевые слова: Безработица, денежно-кредитная политика, режим таргетирования ВВП, режим таргетирования инфляции.

Abstract

This paper examines the main goals of monetary policy in the United States and Russia, as well as monetary policy tools used for achieving these aims, and compares the monetary policies in these countries.

Keyword: Unemployment, monetary policy, GDP targeting mode, inflation targeting framework.

В законе о Федеральной резервной системе США отмечается, что ФРС США должна проводить денежно-кредитную политику таким образом, чтобы эффективно способствовать достижению таких целей, как:

- максимальная занятость,
- стабильные цены,
- умеренные долгосрочные процентные ставки.

Несмотря на то, что в законе перечислены три отдельные цели денежно-кредитной политики, цели ФРС в области денежно-кредитной политики широко известны как двойные [2]. Причина в том, что экономика, в которой люди хотят работать, или имеют работу, или могут найти ее относительно быстро, и в которой уровень цен является стабильным, создает все необходимые условия для установления умеренных процентных ставок.

С целью оценки максимального уровня занятости, который может быть сохранен в течение относительно продолжительного времени, Федеральный комитет по операциям на открытом рынке ФРС США рассматривает широкий спектр индикаторов рынка труда, включая количество безработных, частично занятых или отчаявшихся и прекративших поиск работы. ФРС также следит за тем, насколько сложно или легко людям найти работу, а работодателям - квалифицированных рабочих. Федеральный комитет по операциям на открытом рынке ФРС США не устанавливает фиксированной цели для занятости, в основном это объясняется тем, что максимальный уровень занятости в довольно большой степени определяется немонетарными факторами, которые оказывают влияние как на структуру, так и на динамику рынка труда. Вышеперечисленные факторы имеют способность изменяться в течение времени, и они не поддаются измерению. В то же время директивные органы ФРС публикуют свои оценки уровня безработицы, который, как они ожидают, будет преобладать после того, как экономика оправится от прошлых потрясений и не пострадает от новых потрясений.

Основными инструментами ФРС для регулирования уровня занятости являются: изменение цели по процентной ставке по федеральным фондам, а также, информирование общественности.

Изменения целевой процентной ставки по федеральным фондам с помощью разных каналов воздействия имеют влияние на общие финансовые условия. Приведем пример: изменения ставок по федеральным фондам оперативно отражаются на процентных ставках межбанковского кредитования, кредитования как домашних хозяйств, так и нефинансовых предприятий и государственных учреждений. В частности, ставки доходности коммерческих ценных бумаг и казначейских векселей США обычно близки к ставке по федеральным фондам. Аналогичным образом, изменения ставки по федеральным фондам быстро отражаются в ставках, применяемых к ссудам с плавающей ставкой, включая, например, ипотечные ссуды с плавающей ставкой.

Долгосрочные процентные ставки имеют значительное влияние на экономическую активность и создание рабочих мест. Это объясняется тем, что многие экономические действия, такие как приобретение потребителями товаров длительного пользования, которые обычно являются довольно дорогостоящими, или инвестиции предприятий в основные средства, подразумевают наличие длительных горизонтов

планирования. Ставки, которые взимаются по долгосрочным кредитам, связаны с ожиданиями того, как экономика и денежно-кредитная политика будут развиваться в течение срока кредита, а не только с текущим уровнем ставки по федеральным фондам. По этой причине изменение ожиданий домашних хозяйств и предприятий относительно будущего курса краткосрочных процентных ставок может в последствии иметь влияние на уровень долгосрочных процентных ставок.

Информирование общественности о вероятном будущем курсе краткосрочных процентных ставок, а также об изменениях фактического целевого показателя Федерального комитета по операциям на открытом рынке ФРС США по ставке по федеральным фондам могут помочь в формировании экономических ожиданий, что, в свою очередь, приведет к смягчению или ужесточению финансового положения.

В начале президентского срока Дональд Трамп формально предложил таргетирование ВВП с ежегодным ростом в 3% [3]. Под таргетированием номинального ВВП подразумевается совместное управление инфляцией и реальным ВВП, а также их взаимная компенсация при неточном прогнозировании.

Утверждалось, что только при ежегодном росте номинального ВВП, равном 3%, бюджет США перестанет быть дефицитным. Однако на практике данная цель не была достигнута ни в одном из последующих годов. В 2018 году рост ВВП составил 2,9% и, соответственно, цель была практически достигнута. Однако после 2018 года рост ВВП был далек от целевого значения. Отчасти это происходило из-за противоречивой политики Д. Трампа в области занятости населения, а также из-за торговой войны с КНР, даже несмотря на значительное снижение налогов, роста федеральных расходов и сконцентрированности ДКП США на достижении уровня максимальной занятости.

Основной целью денежно-кредитной политики Банка России является поддержание ценовой стабильности, то есть стабильно низкого уровня инфляции. Для достижения цели по инфляции Банк России реализует денежно-кредитную политику в рамках режима таргетирования инфляции. При проведении ДКП Центральный банк признает важность последовательности, предсказуемости и прозрачности своих действий. То есть официально Центральный Банк РФ не определяет в качестве даже одной из целей ДКП - поддержание нормального уровня безработицы. Банк России устанавливает стабильную публичную количественную цель по инфляции. Это делается для того, чтобы участники финансового рынка России имели возможность учитывать ее в процессе принятия своих решений. Цель по инфляции устанавливается для годового темпа прироста потребительских цен: изменения за последние 12 месяцев общего уровня цен на товары и услуги, которые приобретаются населением. [4]

Цель ДКП Банка России – поддержание годовой инфляции на уровне около 4% постоянно. Ключевая ставка является основным инструментом для выполнения таргета по инфляции. Меняя ключевую ставку, Банк России оказывает воздействие на динамику процентных ставок в экономике, которая в свою очередь тем или иным образом влияет на внутренний спрос и инфляцию. [4]

Направленность текущей денежно-кредитной политики на таргетирование инфляции способно оказать влияние на безработицу.

На базе многолетних статистических данных О. У. Филлипс провел исследование взаимосвязи между динамикой номинальной заработной платы и уровнем безработицы в течение экономического цикла. Основной вывод анализа заключается в том, что рост номинальной заработной платы сопутствует снижению уровня безработицы, и наоборот. В связи с тем, что динамика номинальной заработной платы соответствует динамике уровня цен (темпы инфляции), представители кейнсианского направления, а именно неоклассики П. Самуэльсон и Р. Солоу, разработали кривую, которая демонстрирует стабильную обратную корреляцию между темпом инфляции π и уровнем безработицы u (рис.1). [1]

Рис. 1 Кейнсианская кривая Филлипса

Источник: Макроэкономика. Курс лекций: учебное пособие / Найденова Е.М. — Москва : КноРус, 2020. — 190 с.

Исходя из графика, можно сделать вывод, что стабилизационную политику возможно свести к поиску оптимальной точки на кривой Филлипса, невозможно одновременно обеспечить низкий уровень безработицы и низкий темп инфляции.

Система инструментов ДКП позволяет Банку России осуществлять регулирование однодневными процентными ставками. Банк России стремится поддерживать ставки денежного рынка в границах определенного процентного коридора с целью приближения их к уровню ключевой ставки, которая определяет направленность текущей денежно-кредитной политики мегарегулятора. [4]

Обязательные резервные требования способствуют формированию у коммерческих банков необходимости поддерживать определенный объем ликвидности в виде остатков средств на корреспондентских счетах в Банке России. Центральный Банк создает условия для нахождения ставок денежного рынка около ключевой ставки либо при помощи предоставления дополнительной ликвидности, либо при помощи абсорбирования избыточной ликвидности. (рис. 2).

Тип операций	Цель	Форма проведения	Срок	Частота проведения
Основные аукционы	Управление объемом ликвидности и уровнем ставок денежного рынка	Аукционы репо/депозитные аукционы	1 неделя	ежедневно
Операции постоянного действия на срок 1 день	Ограничение диапазона колебаний ставок денежного рынка границами процентного коридора	Кредиты «овернайт»; валютный своп; ломбардные кредиты; репо; кредиты, обеспеченные нерыночными активами / депозитные операции	1 день	ежедневно
Аукционы «тонкой настройки»	Предотвращение чрезмерных колебаний ставок денежного рынка внутри процентного коридора	Аукционы репо и валютный своп / депозитные аукционы	от 1 до 6 дней ¹	в отдельные дни
Аукционы на длительные сроки	Улучшение условий проведения основных операций:			
	абсорбирование среднесрочного избытка ликвидности	Аукционы по размещению облигаций Банка России	3, 6, 12 месяцев	нерегулярно
Операции постоянного действия на длительные сроки	удовлетворение среднесрочной потребности в ликвидности	Аукционы по предоставлению кредитов, обеспеченных нерыночными активами	3 месяца	
	Улучшение условий проведения основных операций, ограничение влияния структурного дефицита ликвидности на срочность пассивов кредитных организаций	Кредиты, обеспеченные нерыночными активами	от 2 до 549 дней	ежедневно

Рис. 2 Инструменты ДКП ЦБ РФ. [1]

Также ключевая ставка способна оказывать воздействие на уровень безработицы. Влияние ключевой ставки на уровень безработицы в стране достигается благодаря изменению уровня экономической активности. Чем больше предприятия продают товаров и услуг (при снижении ключевой ставки), тем выше спрос на рабочую силу, что приводит к появлению большего числа рабочих мест для потенциальных сотрудников. Если же ставка растет, то товаров продается меньше, что может привести к сокращению штата сотрудников и, как следствие, увеличению уровня безработицы.

Однако, как упоминалось выше, нет возможности одновременно поддерживать низкий уровень безработицы и низкий темп инфляции.

Развивающиеся страны и страны с переходной экономикой более остро нуждаются в формировании и поддержании доверия к их денежно-кредитной политике, что объясняется уже имевшими место прежде резкими скачками инфляции, отсутствием надежных финансовых институтов или политическим давлением с целью монетизации бюджетного дефицита. Центральные банки таких стран нуждаются в выполнимых целях.

Переход развивающихся стран к таргетированию номинального ВВП от таргетирования инфляции несет в себе значительные преимущества. Основным преимуществом данной политики в сравнении с режимом таргетирования инфляции является устойчивость к шокам предложения и шокам внешней торговли. Преимуществом таргетирования номинального ВВП является то, что негативные шоки в равной мере отражаются на производстве и инфляции, а не переносят нагрузку на производство, что выливается в падение его темпов.

Более того, стоит отметить, что рост уровня безработицы является негативным фактором, оказывающим значительное влияние на формирование сбережений населения. Это объясняется тем, что при быстром темпе роста безработицы снижается уровень жизни населения, который был достигнут ранее. Пособия по безработице, как правило, меньше заработной платы, которую получал работник до увольнения, и имеют временный характер. Естественным образом у безработного населения снижается покупательный и, тем более, инвестиционный спрос и сокращаются реальные сбережения, поскольку средств хватает только на поддержание текущих нужд, а ранее накопленные сбережения в определенный момент заканчиваются. А так как сбережения являются источником инвестиций населения, для государства сокращаются налоговые поступления в бюджет.

Сложно сравнивать данные страны, поскольку США до пандемии достигли приемлемого уровня безработицы (до 4%), а характерной чертой активного населения в стране являются высокая мобильность и хорошая подготовленность кадров, в следствие чего США практически по любому показателю находились в рамках мировых стандартов (рис. 3 и рис. 4). [5]

В настоящее время уровень занятости держится в пределах 56,6%, а уровень безработицы – 7,9%. В России до мая 2020г. показатели были намного ниже, но сейчас они составляют 58,3% - уровень занятости, 6,3% - уровень безработицы. Данные цифры объясняются нестандартными для мира условиями пандемии и значительными показателями заражения в США. [5]

Рис. 3 Уровень безработицы в США 2018-2020гг. [5]

Рис. 4 Уровень безработицы в России 2018-2020гг. [5]

Основное отличие – подход к данному вопросу. В США к этой проблеме подходят комплексно, не только за счет выплат пособий, как в России. В США помимо пособий, используются в качестве поддержки также страховые выплаты по безработице, которые значительно выше российских, индивидуальный подход в предоставлении возможности повышения квалификации, обучение населения основам предпринимательства, снижение налогов для МСБ помимо субсидирования. Данное отличие является базовым для дальнейшего сравнения ДКП стран.

Достижение цели максимальной занятости в России взамен численной оценки долгосрочного нормального уровня безработицы пока не целесообразно, поскольку не выстроен базовый механизм борьбы с помощью федеральных и местных органов власти и нет достаточной поддержки МСБ, в том числе неохотное кредитование банками.

Также, есть различия в долгосрочных целях ЦБ РФ и ФРС: ДКП ЦБ РФ ориентирована в первую очередь на поддержание стабильно низкой инфляции, как говорилось ранее, Банк России не определяет в качестве даже одной из целей ДКП - поддержание нормального уровня безработицы, в США хронически низкий рост цен уже является причиной для беспокойства, поэтому новые цели ориентированы не только на ценовую стабильность, но и на максимальную занятость населения. Можно сказать, что различие проявляется в том, что у ЦБ РФ еще есть инструменты для регулирования инфляции – ключевая ставка, а в ФРС данный инструмент уже мало эффективен, поскольку ставка низкая, как и сама инфляция, и цель не снизить ее, а поднять до 2%.

Если говорить о конкретных инструментах ФРС, изменение цели по процентной ставке по федеральным фондам влияют на распространенные с США ипотечные ссуды с плавающей ставкой, в России же такие кредиты мало распространены, поскольку ситуация на российском экономическом рынке плохо поддается прогнозированию. Такие кредиты предлагает, например, ДОМ.РФ. Поэтому, можно сделать вывод, что данный инструмент мало эффективен в российских реалиях.

Второй инструмент – информирование общественности, а именно, работа с инфляционными ожиданиями, в России уже используется в настоящее время. Сотрудники Банка России регулярно проводят различные мероприятия по финансовой грамотности в стране, в том числе регионах: встречаются с представителями бизнеса и местных органов власти, читают лекции в вузах и школах, дают интервью местным газетам и телеканалам.

К таргетированию ВВП стоит перейти тем странам, которые многие годы не исполняют цели по инфляции, тем самым подрывая доверие населения или тем, которые проводят слишком жесткую или мягкую политику, что причиняет ненужный ущерб экономике. Также таргетирование ВВП подходит странам с низкой инфляцией, поскольку данная политика подразумевает активный рост номинального ВВП, который будет сопровождаться активными темпами роста инфляции. При приближении к запланированному значению ВВП ЦБ должен объявить об ужесточении ДКП и повысить ключевую ставку, что должно привести к снижению инфляции.

В отличие от США Россия еще не столкнулась с проблемой «нулевой нижней границы»: краткосрочные номинальные процентные ставки нельзя опустить ниже, чем они уже есть (в России можно, этот инструмент регулирования темпов инфляции работает). К тому же, Банку России удастся последние годы удерживать инфляцию в диапазоне близком к запланированным 4%, не ниже 2,5%. [4]

Помимо преимуществ, у политики таргетирования ВВП есть и ряд недостатков.

Основным недостатком таргетирования ВВП является ненадежность и изменчивость расчетов значений номинального ВВП (информация о ценах более своевременна и публикуется чаще). В связи с этим ЦБ не может оперативно реагировать на экономические перемены, и ДКП становится малоэффективной.

Таргетирование номинального ВВП подразумевает, что ЦБ должен публично объявлять темп роста ВВП населению, которое может ошибочно трактовать, что объявленная оценка – это фиксированная цель роста потенциального ВВП, а политика регулятора сдерживает экономический рост. ИПЦ гораздо привычнее населению, чем показатель номинального ВВП, который можно ошибочно спутать с реальным ВВП.

России нет необходимости менять режим таргетирования, поскольку действующему инфляционному таргетированию свойственны практически все преимущества таргетирования номинального ВВП. При этом нет недопонимания о том, что показывает и включает в себя номинальный ВВП, а также сложности, связанные с необходимостью информировать общественность о темпах роста потенциального ВВП.

1. Макроэкономика. Курс лекций: учебное пособие / Найденова Е.М. — Москва: КноРус, 2020. — 335 с.
2. Сайт Федеральной резервной системы США. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.federalreserve.gov
3. U.S. economy misses Trump's 3% growth target in 2019. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/us-usa-economy-idUSKBN1ZT0CA>
4. Сайт Центрального Банка Российской Федерации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cbr.ru/>
5. Сайт Take-profit.org. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://take-profit.org>

Умеренкова Е.А., Яновская О.Р.

Применение цифровых технологий на рынке труда

*Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-99

idsp: ljjournal-02-2021-99

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы влияния цифровизации на общественные отношения. Особое внимание уделяется исследованию цифровых трансформаций рынка труда РФ, а также внедрению электронных трудовых книжек и нормативной базы для их использования.

Ключевые слова: цифровизация, трудовые отношения, электронные трудовые книжки, нормативная база

Abstract

The paper deals with the problems of the digital technologies influence on the social relations. The main focus of the paper is on the research of digital transformations of the labor market of the Russian Federation and on the introduction of digital employment records books and the normative base of their application.

Keywords: digitalization, labor relations, digital employment records books, normative base

Развитие цифровой экономики, основанной на производстве, распространении и потреблении информации, вызывает крупные социально-экономические сдвиги, в том числе и в сфере трудовых отношений.

До настоящего момента рынок труда практически не менялся под влиянием цифровых технологий, однако ускоряющаяся цифровизация экономики ставит перед отраслями и государством новые задачи, с которыми они прежде не сталкивались.

Электронный документооборот (ЭДО) — это система автоматизированных процессов обработки электронных документов, реализующая концепцию «безбумажного делопроизводства».

Основным элементом электронного документооборота является электронный документ, создаваемый с помощью средств компьютерной обработки информации и хранящийся в виде файла того или иного формата на машинном носителе.

Внедрение электронного документооборота позволяет предприятию получить следующие преимущества:

- однократная регистрация документа, позволяющая безошибочно идентифицировать его в системе;
- параллельное выполнение нескольких операций, сокращающее время движения документа и повышающее оперативность исполнения;
- непрерывное движение документа, дающее возможность выявить ответственного за его исполнение в любой момент процесса;
- единая база документов, исключающая возможность их дублирования;
- результативный поиск документа при наличии о нем минимальной информации;
- эффективная система отчетности, позволяющая контролировать движение документа на каждом этапе документооборота.

Главным документом, информирующим о трудовой деятельности специалиста, является трудовая книжка. Она играет главную роль при проведении расчета стажа трудящегося (не имеет значения, какой именно это будет стаж, общий или страховой). Кроме того, ее данные являются подтверждением опыта работы специалиста при трудоустройстве. Также для потенциального работодателя может быть важна и причина увольнения с предыдущего места занятости, которая записывается в данном документе. В ней прописывается информация о работе лица в настоящее время и предыдущие должности. Документ нужен при устройстве на работу. По нему работодатель может оценить стаж кандидата и уровень образования, специальность. Также книжка нужна для определения размера выплат при выходе на пенсию [8].

На фоне всеобщей цифровизации и стремления перейти на электронный документооборот и уменьшить количество бумажных документов, совершенно закономерным выглядит начавшийся переход от бумажных трудовых книжек к цифровым.

Электронная трудовая книжка – новый формат хорошо знакомого всем работающим россиянам документа. Электронная книжка обеспечит постоянный и удобный доступ работников к информации о своей трудовой деятельности, а работодателям откроет новые возможности кадрового учета. Переход к новому формату трудовой книжки добровольный и позволяет сохранить бумажную книжку столько, сколько это необходимо.

Вместо понятия «трудовая книжка» вводится новое — «сведения о трудовой деятельности». К сведениям о трудовой деятельности относятся: прием на работу, место работы, должность, квалификация, перевод, увольнение и основания прекращения трудового договора.

Данную информацию работодатель будет обязан направлять в электронном виде в ПФР ежемесячно. Дополнительные программные ресурсы для этого не требуются – сведения будут предоставляться через существующую систему персонифицированного учета ПФР.

Электронная трудовая книжка будет храниться в личном кабинете работника на сайте Пенсионного фонда, а также на портале Госуслуг. Необходимые сведения будут предоставляться в виде выписки. Выдать ее могут Пенсионный фонд,

Многофункциональный центр госуслуг (МФЦ) или нынешний работодатель. Выписка предоставляется без привязки к месту жительства или трудоустройства работника.

При трудоустройстве на новое место работы гражданин может совершить несколько действий: получить выписку из вышеуказанных органов, самостоятельно отправить данные по Email или сохранить и предоставить их на цифровом носителе. Для двух последних способов необходимо добавить к данным электронную подпись.

Появление новых нестандартных форм занятости – вынужденная необходимость адаптации человека к меняющимся условиям рынка труда, а одной из таких форм занятости, позволяющей человеку реализовать свой творческий потенциал, является самозанятость.

Государство имеет веские причины для интенсификации процесса легализации самозанятых. Из-за неформальной занятости бюджет ежегодно недополучает 3 триллиона рублей доходов, а это почти 3% валового внутреннего продукта. При этом около 25% трудовых доходов россиян невидимы государству, а налоги не платят 13 миллионов человек. И даже несмотря на то, что какая-то часть из так называемой неформальной занятости – это наемные работники, получающие заработную плату «в конверте», количество самозанятого населения также велико и недополучение государством налогов также существенно. В этой ситуации появление нового налога – налога на профессиональный доход, совершенно ожидаемо, а действия государства, предпринимающего попытку вывода «из тени» значительного и стремительно увеличивающегося слоя населения вполне закономерны.

Регулирование самозанятости – это перенастройка налогообложения и своего рода адаптация к текущим изменениям на рынке труда, деятельность по легализации участников этого процесса.

Физические лица и индивидуальные предприниматели, которые переходят на новый специальный налоговый режим (самозанятые), могут платить с доходов от самостоятельной деятельности только налог по льготной ставке — 4 или 6%. Это позволяет легально вести бизнес и получать доход от подработок без рисков получить штраф за незаконную предпринимательскую деятельность.

Цифровизация коснулась и каналов поиска и предложений работы на рынке труда. Наибольшей популярностью на данный момент пользуются цифровые платформы рынка труда, который претерпевает значительные изменения из-за ускоренного развития информационных технологий.

Интернет хранит информацию о десятках тысяч вакансий — не меньшее число людей при этом не могут найти работу. Одна из причин такого положения заключается в том, что работодатели и соискатели работы просто не могут найти друг друга. Сегодня ни у кого не вызывает сомнений, что Интернет — это тот инструмент, который может наиболее быстро и удобно решить эту задачу. Очевидно, для того чтобы более успешно искать работу в Интернете, нужно обладать определенным набором знаний и понимать где и как представлена информация о вакансиях, как она обновляется, кого ищут работодатели в Интернете и так далее.

Обращаясь в поисках работы к Интернету, человек получает сразу несколько сервисов. Ему предоставляется возможность просмотреть совокупность подходящих вакансий, послать резюме, заполнить анкету, дать объявление о том, что он ищет работу, просмотреть информацию о рынке труда, прочитать советы экспертов и т.д. Там же можно просмотреть резюме коллег соискателей, что поможет грамотно составить резюме и даст представление об уровне потенциальной зарплаты.

В Интернете сразу можно найти все виды служб, помогающие при поиске работы: доски объявлений, периодические издания, которые, появляются в Интернете на день два раньше, чем на лотках (и бесплатно), онлайн-копии предложений реальных кадровых агентств — не говоря уже о многочисленных виртуальных агентствах.

Через Интернет можно найти работодателя в любой точке земного шара и выполнять широкий спектр работ в режиме телеворкинга, общаясь с работодателем исключительно по Сети и получая зарплату на банковский счет. Спектр подобных рабочих мест очень широк — начиная от набора текстов в программе Word и заканчивая написанием сложных программ.

Денежные затраты при поиске минимальны — оплатить придется только время работы в Интернете; доступ к базам данных и размещение объявлений в большинстве случаев бесплатны как для работодателей, так и для соискателей работы.

Получив анкету через Интернет, потенциальный работодатель будет знать, что человек, как минимум, умеет пользоваться персональным компьютером и представляет себе, как найти в Интернете нужный сервер и заявить о себе.

Заполнить анкету в Интернете — намного более эффективный способ, чем послать резюме по факсу, поскольку данные Интернет анкет автоматически попадают в базы данных агентств, а из резюме, присланного по факсу, работник агентства должен вручную заносить данные в базу.

Аудитория посетителей сайтов делится на две категории: на работодателей, которые размещают вакансии и ищут резюме, и на соискателей, которые ищут вакансии и предлагают свои резюме.

Первая аудитория сравнительно невелика: она охватывает представителей агентств по трудоустройству и сотрудников отделов по управлению персоналом всевозможных компаний. Вторая неизмеримо больше. К ней относятся те, кто ищет работу, поскольку потерял ее, и те, кто ищет работу, хотя пока работают. Действительно, большинство в данной аудитории не обязательно являются безработными, многие хотят иметь более оплачиваемую, более творческую или просто новую работу.

Термин Head Hunting как раз и означает бизнес по поиску работающего человека и «перепродаже» его компаниям конкурентам. Психология современных работников по найму также меняется.

Поиск работы в Российской Федерации реализуется через государственные и коммерческие ресурсы.

Портал «Работа в России» (trudvsem.ru) является федеральной государственной электронной информационной системой Федеральной службы по труду и занятости.

Портал создан для того, чтобы помочь гражданам найти работу, а работодателям - работников. Портал работает так же, как и большинство коммерческих сайтов по поиску и подбору работы.

Кроме вакансий приводится рейтинг регионов, оказывающих поддержку при переезде, данные о доступности жилья, уровне цен, средняя зарплата, уровень безработицы, экономический рост, доступность детских садов и т.д.

Портал финансируется из средств федерального бюджета. Потенциальный работодатель и потенциальный работник пользуется услугами бесплатно.

Одновременно с государственной информационной системой в РФ действуют коммерческие информационная система предложения и поиска работы независимо от предмета деятельности основной целью таких систем является извлечение прибыли операторами (владельцами).

HEADHUNTER.RU — Самая крупная база вакансий и резюме. Ресурс «HeadHunter.ru (hh.ru)» занимает лидирующие позиции среди ресурсов, работающих в сфере поиска работы. На сайте можно найти свыше 300 тысяч актуальных предложений по работе и более 13 миллионов резюме соискателей.

RABOTA.RU – Хорошие отзывы, приложение на смартфон. Сайт «Rabota.ru» является порталом, предлагающим соискателям свыше 180 тысяч предложений по работе в регионах РФ и странах бывшего СНГ, а работодателям – более 3 миллионов

резюме. Поиск работы на этом сайте очень удобен, быстр и точен, а его специалисты находятся на связи 24 часа в сутки. Rabota.ru входит в группу компаний Сбербанк РФ.

SUPERJOB.RU- Лучший поиск работы для студентов. В базе данных портала «Superjob.ru» представлено свыше 220 тысяч вакансий от компаний разного масштаба и формата, причём как от отечественных, так и от зарубежных. Но основным видом деятельности сайта является не только предоставление предложений по работе, но и полезных материалов и самой актуальной информации в области рынка труда, обзоров заработных плат и т.д.

Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 были сформулированы стратегические цели по направлению «Цифровая экономика» и задачи по их достижению[4].

В целях исполнения положений Указа и решения проблемы ускорения цифровой трансформации в РФ был утвержден Национальный проект «Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации"».

Мероприятия национальной программы "Цифровая экономика" направлены на реализацию следующих ключевых направлений преобразования экономики и социальной сферы: формирование новой регуляторной среды отношений граждан, бизнеса и государства, возникающих с развитием цифровой экономики, создание современной высокоскоростной инфраструктуры хранения, обработки и передачи данных, обеспечение устойчивости и безопасности ее функционирования, формирование системы подготовки кадров для цифровой экономики, поддержка развития перспективных "сквозных" цифровых технологий и проектов по их внедрению, повышение эффективности государственного управления и оказания государственных услуг посредством внедрения цифровых технологий и платформенных решений.

В рамках Национального проекта «Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации"» разработан и утверждён Федеральный проект "Нормативное регулирование цифровой среды".

В целях реализации федерального проекта "Нормативное регулирование цифровой среды" национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации", а также в целях нормативно-правового регулирования процессов цифровизации на рынке труда в 2019-2020 гг. были приняты следующие нормативно-правовые акты в виде федеральных законов:

- от 16.12.2019 № 439-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части формирования сведений о трудовой деятельности в электронном виде» – вносятся изменения в ряд статей кодекса и вводится новая ст. 66.1[1];
- от 16.12.2019 № 436-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования» – вводится обязанность работодателей с 1 января 2020 года представлять в информационную систему ПФ РФ сведения о трудовой деятельности работников [2].

В рамках реализации федеральных законов (№ 436-ФЗ и № 439-ФЗ) принято решение о проведении эксперимента по использованию электронного документооборота в кадровых службах организации. С этой целью в апреле 2020 года принят федеральный закон от 24.04.2020 № 122-ФЗ "О проведении эксперимента по использованию электронных документов, связанных с работой"[3].

Эффективное государственное регулирование невозможно без финансового обеспечения мероприятий, являющихся неотъемлемой частью этого регулирования.

Таблица 1

Финансовое обеспечение национального проекта

Источники финансирования федерального и национального проектов	Объем финансового обеспечения по годам реализации (млрд. рублей)						Всего (млрд. рублей)
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Всего по национальному проекту	183,44	452,30	301,43	258,01	233,39	198,57	1 627,14
федеральный бюджет	108,05	123,65	177,89	258,01	233,39	198,57	1 099,58
консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации	0,00	0,150	0,150	0,00	0,00	0,00	0,300
внебюджетные источники	75,38	328,64	123,47	0,00	0,00	0,00	527,51
Федеральный проект "Нормативное регулирование цифровой среды"	0,29	0,29	0,30	0,26	0,26	0,27	1,69

Из таблицы 1 следует, что задача цифровизации экономики и социальной среды имеет общегосударственное значение и решается не фрагментарно по регионам, а в целом в рамках создания единого информационного поля, единых правил и т.д., что особенно важно для сохранения устойчивости государственной системы и общества.

Также используются внебюджетные источники финансирования, но в основном за этим финансированием стоят крупные госкомпании и ПАО (сырьевые компании, коммерческие банки) с преобладающим участием государства.

Рассмотренный в данной статье пример государственного регулирования процессов цифровизации на рынке труда показывает, что основные финансовые издержки по цифровой трансформации рынка труда несет государство, а точнее федеральный бюджет Российской Федерации. Финансирование осуществляется по годам в пределах, определенных федеральным проектом "Нормативное регулирование цифровой среды" и федеральным законом от 02.12.2019 №380-ФЗ «О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов».

От современного поколения представителей многих профессий будет требоваться цифровая грамотность и совершенное владение инструментами IT-технологий. Профессиональные навыки цифровой грамотности крайне дефицитны сейчас, и нехватка будет только возрастать. Чтобы оставаться конкурентоспособным соискатель престижной работы, должен уметь оформлять и вести трудовые отношения с работодателем в цифровом формате, работать в коллективе, концентрироваться и управлять вниманием, грамотно пользоваться информацией и информационными ресурсами в современных информационных средах. Темпы подготовки и, прежде всего, переобучения сотрудников для работы в новой цифровой экономической среде в нашей стране уступают темпам развития цифровизации самой экономики, ее инновационно-технологических и организационно-технических решений.

Однако наличие цифровых технологий сможет оказать заметное позитивное воздействие на рынок труда: они облегчат поиск кадров, уменьшат время на поиск работы, улучшат ситуацию с вовлеченностью кадров в экономику с помощью дистанционных рабочих мест, оптимизирует баланс трудовых ресурсов в стране в целом. Важно скоординировать слаженность воздействия по подготовке к наступающим изменениям между государством, бизнесом, а также переподготовке и трудоустройству высвобождаемого персонала. Стоит помнить, что нынешний рынок

труда в России будет направлен в сторону создания более высокотехнологичных рабочих мест, в условиях перехода на цифровую экономику.

Цифровизация является неотъемлемой частью экономического развития. Этот процесс остановить невозможно, он естественный и носит объективный характер. Перед государством стоит задача сделать его безопасным, и он должен служить интересам общества.

1. Федеральный закон от 16.12.2019 N 439-ФЗ "О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части формирования сведений о трудовой деятельности в электронном виде".
2. Федеральный закон от 16.12.2019 № 436-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования».
3. Федеральный закон от 24.04.2020 № 122-ФЗ "О проведении эксперимента по использованию электронных документов, связанных с работой".
4. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204.
5. Специальный налоговый режим для самозанятых граждан «Налог на профессиональный доход». [Электронный ресурс]. URL: <https://npd.nalog.ru/>
6. Переход на электронные трудовые книжки в 2019 году. [Электронный ресурс]. URL: <https://2019god.net/novosti/perexod-na-elektronnye-trudovye-knizhki-v-2019-godu>
7. Технологическое будущее российской экономики: доклад к XIX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 10–13 апреля 2018 г. [Электронный ресурс]: НИУ ВШЭ, 2018. https://conf.hse.ru/data/2018/04/09/1164472666/Технол.будущее_росс.экономики.pdf
8. Цифровая трансформация: новые вызовы для бизнеса и руководителей компании [Электронный ресурс]: Высшая школа экономики Кочубей центр. URL: <https://kc.hse.ru/2018/05/15/cifrovaya-transformaciya-novye-vyzovy/>

РАЗДЕЛ XIX. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Абиева М.М., Дубаева М.С., Межиева А.И.

Стратегия повышения финансовой грамотности населения

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»

(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/lj-02-2021-100

idsp: ljjournal-02-2021-100

Аннотация

В статье поднимается тема финансовой грамотности населения и ее значимость. Рассматриваются основные проблемы и перспективы в условиях проводимых государством мероприятий направленных на улучшение ее показателей.

Ключевые слова: финансы, финансовая грамотность, планирование, Министерство финансов.

Abstract

The article raises the topic of financial literacy of the population and its significance. The main problems and prospects in the context of measures taken by the state aimed at improving its performance are considered.

Key words: finance, financial literacy, planning, Ministry of Finance.

В современном мире успешный человек должен обладать рядом навыков и знаний в самых разных областях. Финансовые знания занимают особое место в жизни современного человека. Финансовая грамотность позволяет понять, как организована финансовая сторона жизни, в отношении того, что происходит с определенными событиями, как происходящее в государстве влияет на жизнь человека и как правильно распоряжаться своими деньгами.

Финансово грамотные люди более защищены от финансовых рисков и непредвиденных событий и способны противостоять финансовому мошенничеству.

Финансовая безграмотность - большая проблема для всего государства, потому что проблемы с низким уровнем финансовой грамотности затрагивают не только население, но и всю экономическую систему государства. Если граждане не умеют оптимально распоряжаться собственными финансовыми ресурсами, то, конечно, эти средства не смогут быть использованы достаточно эффективно, что негативно отразится на экономике страны.

Проблема низкого уровня финансовой грамотности населения отражается и в сфере кредитования. С кредитами существует ряд проблем: заемщики не до конца понимают условия, на которых они берут кредит, а поручители часто не осознают всю ответственность, которую они берут на себя.

Отвечая на вопрос - что же такое финансовая грамотность? В первую очередь, нужно сказать, что это способность принимать оптимальные решения по управлению своими доходами.

Согласно исследованию финансовой грамотности населения, Россия занимает девятое место среди стран G20 после Турции и Великобритании. Исследование было проведено Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) совместно с Министерством финансов России (табл.1).

Таблица 1.

Комплексная оценка показателей финансовой грамотности населения (средний показатель, в баллах)

	Общая оценка	Оценка знаний	Оценка поведения	Оценка установок
Франция	14,90	4,90	6,70	3,20
Канада	14,60	4,90	6,20	3,50
Китай	14,10	4,70	6,20	3,10
Корея	13,90	4,90	5,80	3,20
Германия	13,80	4,80	5,80	3,20
Индонезия	13,40	3,90	5,70	3,70
Великобритания	13,10	4,20	5,60	3,30
Среднее значение по странам G20	12,70	4,30	5,40	3,00
Турция	12,50	4,60	4,80	3,10
Россия	12,20	4,10	5,10	2,90
Бразилия	12,10	4,30	4,60	3,10
Мексика	12,10	4,10	5,00	3,00
Индия	11,90	3,70	5,60	2,60
Аргентина	11,40	4,10	4,40	2,90
Италия	11,00	3,50	4,40	3,10
Саудовская Аравия	9,60	3,90	5,60	0,10
Приглашенные страны				
Норвегия	14,60	5,20	5,80	3,60
Нидерланды	13,40	4,90	5,20	3,30
Страны, представившие данные по отдельным компонентам				
Южная Африка		3,70		3,10
Япония				3,40

Источник: <https://www.fingram39.ru>

Средний рейтинг финансовой грамотности населения стран G20 - 12,7 из 21 балла, в России - 12,2 балла. В тройку лидеров вошли Франция (14,9 балла), Канада (14,6) и Китай (14,1). В пятерку лидеров вошли Южная Корея (13,9) и Германия (13,8). Далее следуют Индонезия (13,4), Великобритания (13,1) и Турция (12,5).

В списке России значатся Бразилия и Мексика (по 12,1), Индия (11,9), Аргентина (11,4), Италия (11) и Саудовская Аравия (9,6).

Норвегия и Нидерланды также были приглашены к участию в исследовании, набравшие 14,6 и 13,4 балла.

Максимум семь баллов можно было получить за оценку финансовых знаний, еще девять за оценку поведения и пять за оценку отношения.

Респонденты сдали тест на финансовую грамотность, в среднем менее половины (48%) набрали пять баллов из семи. Россия занимает 11 место в тестах (45%). В тройку лидеров входят Южная Корея (62%), Канада и Китай (по 61%), а в первую пятерку - Франция и Германия (по 59%). Другую половину первой десятки составили Турция (58%), Саудовская Аравия (51%), Индонезия (50%), Бразилия (48%) и Великобритания (47%).

За Россией следуют Мексика (39%), Аргентина (38%), Индия (32%), Италия (32%) и ЮАР (31%).

В Норвегии, не входящей в «Группу двадцати», и в Нидерландах 70% и 64% населения сдали тест на финансовую грамотность.

Финансовое поведение оценивалось по четырем параметрам: планирование личного или семейного бюджета, осознанные покупки, своевременная оплата счетов и поддержание положительного платежного баланса. В странах G20 минимальный балл в этом исследовании набрали 52% респондентов (шесть из девяти), в России - 44%.

Лучших результатов добилась Франция (85%), худших - Аргентина (25%). В целом, 60% респондентов заявили, что у них есть семейный бюджет (в России - 50%, в

Германии - 35%, во Франции 85%), только 53% имеют долгосрочные цели и стараются их достичь (46% в России).

64% респондентов также заявили, что активно экономят деньги. Наибольшая доля спасенного населения приходится на Китай (96%) и Саудовская Аравия (91%), наименьшая - в Аргентину (24%) и Бразилию (30%). В России - 55%

Исследование финансового отношения содержало три утверждения: желание жить сегодняшним днем, баланс расходов и сбережений и понимание функции денег в частной жизни.

В среднем 48% взрослых из G20 достигли минимального уровня финансового отношения, а в России - 40%. Самый высокий показатель в Индонезии (75%), а самый низкий в Саудовской Аравии (5%). В Канаде 64% не пытаются жить сегодняшним днем, а в Саудовской Аравии - только 18%. В России это было 45%.

Наибольшая доля постного потребления приходится на Индонезию (75%), наименьшая - в Саудовскую Аравию и Турцию (по 15%). В России это 22%.

Низкая финансовая грамотность населения в нашей стране связана с рядом факторов:

Во-первых, рынок финансовых услуг не был развит в советское время, и в настоящее время нет такого разнообразия финансовых институтов и продуктов.

Во-вторых, до распада СССР большинство людей понимало финансы очень ограниченно, потому что большинство проблем, связанных с финансовой сферой, решало государство. Резкий переход от экономики административного управления к рыночной экономике в 1990-е гг. XX века привели к неспособности адаптироваться к меняющейся экономической ситуации и потере сбережений.

В-третьих, кризис 90-х. XX. Века, развитие финансового мошенничества в 20-х годах 20 века. вызвали недоверие к финансовому учреждению среди населения. Граждане стали хранить деньги дома, а не в банках. Недоверие привело к отсутствию интереса к знаниям в этой области и отказу от использования финансовых услуг.

В-четвертых, периодический кризис в российской экономике (начало 1990 г.; август 1998 г.; кризис 2008-2009 гг.; кризис 2014-2015 гг.) - все это привело к подрыву доверия граждан к сегодняшней экономике и современным финансовым институтам.

Минфином России совместно с Банком России и другими заинтересованными ведомствами принята и реализуется Стратегия по повышению финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы.

Стратегия повышения финансовой грамотности направлена на то, чтобы помочь нашим гражданам эффективно управлять своими финансами, снижая риск потерь от неправильного управления личным бюджетом», - в данной программе уже задействовано около 40 субъектов Российской Федерации, в рамках которых созданы региональные центры финансовой грамотности. А с 2019 года планируется создать рейтинг регионов, где лучше ведется работа по повышению финансовой грамотности.

Количество организаций образования, организующих мероприятия и реализующих программы повышения финансовой грамотности:

- Через Минфин России курсы финансовой грамотности регулярно проводятся более чем в 15 000 общеобразовательных и средних профессиональных учебных заведений. В рамках Всероссийской недели финансовой грамотности детей и молодежи (апрель 2019 г.) проведено 41690 информационных мероприятий, в которых приняли участие 1875968 человек.

Количество регионов Российской Федерации, реализующих программы повышения финансовой грамотности через Минфин России: 75 регионов, в том числе 9 регионов, реализуют комплексные региональные программы совместно с Минфином России; Подписаны соглашения об использовании учебно-методических пособий

Минфина по финансовой грамотности в учебных заведениях и переподготовке учителей.

В нашей стране показатели финансовой грамотности населения находятся на низком уровне, но благодаря принимаемым мерам соответствующими органами управления по повышению финансовой грамотности в стране, по сравнению с результатами последнего десятилетия показатели немного улучшились. В 2019 году индекс финансовой грамотности в России вырос на 2% до 12,37 пункта (в 2018 году - 12,12 пункта).

Кроме того, увеличилось количество россиян с высоким уровнем финансовой грамотности - до 12,4% (рост почти на 3 процентных пункта по сравнению с 2018 годом). Это связано с тем, что люди все больше и больше вовлекаются в экономические отношения, а это означает, что население имеет некоторые базовые знания благодаря различным источникам информации (телевидение, Интернет и т. д.), и каждый в разной степени заинтересован в финансовой грамотности человека.

1. https://m.minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=37062-indeks_finansovoi_gramotnosti_rossiyan_vyros_v_2019_godu#
2. <https://minfin.gov.ru/ru/om/fingram/directions/>
3. <https://www.rbc.ru/economics/14/02/2019/5c65287c9a79471a4652f662>
4. <https://www.fingram39.ru/news/programnews/3913-rossiya-na-9-meste-po-finansovoy-gramotnosti-sredi-stran-g20.html>
5. <https://zen.yandex.ru/media/sergeypotanin/zachem-nujna-finansovaia-gramotnost-5d0b5ad578854a00ae3d95e5>

Калмыкова А.Д., Сыройжко В.В.

Основы социальной защиты населения в Российской Федерации

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте
РФ
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-101

idsp: ljjournal-02-2021-101

Аннотация

Социальная защита населения является неотъемлемым и одним из первостепенных направлений социальной политики Российской Федерации. Роль и значение данного направления трудно переоценить, ведь именно посредством социальной защиты государство поддерживает уровень и качество жизни своих граждан, следит за степенью удовлетворения материальных и иных потребностей, создает комфортные условия для жизни и развития человека. Осуществляя деятельность в области социальной защиты, органы власти придерживаются определенных принципов, норм и правил. Так, образуется целая система социальной защиты населения, предполагающая взаимодействие бюджетных и внебюджетных фондов на уровне федерации, региона и муниципального образования. Таким образом, реализуя социальную политику, а, в частности, социальную защиту населения, государство стремится создать развитую систему социальной защиты, направленную на установление стабильности в обществе и обеспечение благосостояния всего населения. В данной статье будут рассмотрены теоретические аспекты, основополагающие принципы, основные функции и формы социальной защиты населения в Российской Федерации.

Ключевые слова: социальная защита населения, функции социальной защиты, принципы социальной защиты, формы социальной защиты, социальное обеспечение, социальное страхование, социальная помощь.

Abstract

Social protection of the population is an integral and one of the primary directions of the social policy of the Russian Federation. The role and importance of this direction is difficult to overestimate, because it is through social protection that the state supports the level and quality of life of its citizens, monitors the degree of satisfaction of material and other needs, creates comfortable conditions for human life and development. When carrying out activities in the field of social protection, the authorities adhere to certain principles, norms and rules. Thus, a whole system of social protection of the population is formed, which involves the interaction of budgetary and extra-budgetary funds at the level of the federation, the region and the municipality. Thus, implementing social policy, and, in particular, social protection of the population, the state seeks to create a developed system of social protection aimed at establishing stability in society and ensuring the well-being of the entire people. This article will discuss the theoretical aspects, the fundamental principles, the main functions and forms of social protection of the population in the Russian Federation.

Keywords: social protection of the population, functions of social protection, principles of social protection, forms of social protection, social security, social insurance, social assistance.

Статья 7 Конституции Российской Федерации провозглашает Россию социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека [1]. Иными словами, государство берет на себя определенную ответственность перед гражданами за их благосостояние. Из этого следует, что каждый гражданин вправе рассчитывать на социальную помощь и защиту.

Профессор Е. И. Холостова под социальной защитой населения подразумевает «политику и целенаправленные действия, а также средства государства и общества, обеспечивающие индивиду, социальной группе, в целом населению комплексное, разностороннее решение различных проблем, обусловленных социальными рисками, которые могут привести или уже привели к полной или частичной потере указанными субъектами возможностей реализации прав, свобод и законных интересов, экономической самостоятельности и социального благополучия, а также их оптимального развития, восстановления или приобретения» [2, С. 19-21].

Таким образом, под социальной защитой населения следует понимать совокупность мер, призванных обеспечить наиболее приемлемые условия жизнеобеспечения, удовлетворение потребностей, минимизацию рискованных ситуаций и деятельное существование различных категорий граждан и каждого человека в отдельности [3, С. 32-36].

Основное назначение социальной защиты населения состоит в том, чтобы создать комфортные условия для жизни и развития человека и в первую очередь оказать помощь тем, кто в ней наиболее нуждается. Таким образом, происходит определенное смягчение негативных последствий социального неравенства и социально-экономических потрясений в обществе.

Действующая в Российской Федерации система социальной защиты населения основывается на определенных принципах, реализация которых позволяет наиболее эффективно осуществлять поддержку граждан. Среди таких принципов можно выделить следующие:

- Социальная справедливость и гуманность – пожалуй, важнейший принцип, без которого нельзя себе представить социальное государство. Согласно данному принципу, человек и его жизнь признаются высшей ценностью. Государство осуществляет все необходимые действия по

обеспечению благосостояния граждан, наделяет их равными возможностями и социальными привилегиями.

- Адресность. Заключается в предоставлении социальных услуг конкретным лицам, нуждающимся в этих услугах.
- Принцип превентивных мер. Означает, что деятельность государства по осуществлению социальной защиты населения должна включать в себя комплекс мер, предупреждающих причины социального неблагополучия, вскрывающих проблемы на самой начальной стадии.
- Общественная целесообразность. Категория нуждающихся в социальной поддержке граждан должна быть четко определена и ограничена только теми группами населения, которые частично или полностью лишены возможности к самообеспечению и действительно нуждаются в мерах социальной защиты.
- Многосубъектность. Предусматривает наличие многообразных институтов, деятельность которых направлена на реализацию политики государства в области социальной защиты населения.
- Комплексность. Предусматривает гарантирование совокупности мер по оказанию гражданам стандартного набора социальных услуг и реализуется посредством согласованности действий субъектов социальной защиты с учетом единства целей, принципов, направлений деятельности.
- Принцип патернализма. Определяет государство в качестве основного гаранта по обеспечению прав и свобод граждан, который проявляет «отеческую заботу» по отношению к каждому человеку и особенно опекает те категории населения, которые больше всего подвержены влиянию социально-экономических рисков.

Чтобы лучше понять сущность социальной защиты населения, помимо принципов ее организации, необходимо рассмотреть и функции, которые призвана выполнять система социальной защиты:

1. Предупредительная функция состоит в проведении комплекса организационно-технических, медицинских и иных мероприятий, направленных на минимизацию социальных рисков.
2. Экономическая функция сосредоточена на оказании материальной помощи нуждающимся категориям граждан, а также на содействии развитию сферы экономических отношений.
3. Политическая функция направлена на обеспечение социальной стабильности в обществе посредством снижения несоответствия уровней дохода различных социальных групп.
4. Демографическая функция ориентирована на увеличение рождаемости и продолжительности жизни населения.
5. Социально-реабилитационная функция направлена на восстановление утраченного здоровья и трудоспособности путем реализации совокупности медицинской, профессиональной и социальной реабилитации.

На сегодняшний день, социальная защита населения в Российской Федерации представлена тремя основными формами: социальным обеспечением, социальным страхованием и социальной поддержкой (социальной помощью). Рассмотрим указанные формы более подробно.

Социальное обеспечение – это система государственных мер поддержки граждан, реализуемая при наступлении ситуаций, признаваемых государством социально значимыми [4, С. 115-127]. На практике социальное обеспечение

реализуется посредством выплаты пенсий, пособий, предоставления льгот и определенных видов услуг, а также натуральной помощи.

Социальное страхование, как форма социальной защиты населения, имеет особое значение в реализации социальной политики государства и выражается в страховании экономически активных граждан от потенциально возможного изменения их социального и материального положения (в случае безработицы, инвалидности, болезни, беременности и родов, наступления старости, а также иных предусмотренных законом случаях). Отличительной чертой социального страхования является то, что оно финансируется из специально создаваемых фондов, формируемых за счет целевых взносов субъектов трудовых отношений (работников и работодателей), при поддержке государства.

В России на данный момент реализуется несколько видов обязательного социального страхования: обязательное пенсионное страхование; обязательное медицинское страхование; обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и материнства; страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

Социальная помощь – это помощь в денежной (субсидии, социальные пособия, компенсации и другие выплаты) или натуральной (одежда, продукты питания, медикаменты) форме, финансируемая государством или добровольными пожертвованиями граждан и предоставляемая лицам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации [5, С. 68-71]. Назначение социальной помощи состоит в том, чтобы нейтрализовать или смягчить критические обстоятельства, которые могут привести к ухудшению положения граждан в обществе, а также обеспечить оптимальные условия для их полноценной жизнедеятельности и адаптации в обществе.

Таким образом, рассмотрев сущность социальной защиты населения, приходим к выводу, что развитие и процветание страны невозможно без решения социально-экономических проблем населения, учета индивидуальных особенностей людей и их способности к удовлетворению первоочередных потребностей, обеспечения комфортных условий для жизнедеятельности, здорового образа жизни и развития личности. Очевидно, только в этом случае можно говорить о поступательном движении вперед, о социальном прогрессе и развитии государства. Важнейшим механизмом на пути к этому развитию выступает система социальной защиты населения, призванная обеспечить каждому гражданину страны достойный уровень жизни, наиболее полную реализацию конституционных прав и свобод.

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/10103000/> (дата обращения: 30.01.2021).
2. Холостова Е.И. Социальная политика: учебник для академического бакалавриата / Е. И. Холостова [и др.]; под редакцией Е. И. Холостовой, Г. И. Климантовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 395 с. – (Бакалавр. Академический курс). – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/444027> (дата обращения: 30.01.2021).
3. Кононова Л. И. Технология социальной работы: учебник для бакалавров / Л. И. Кононова, Е. И. Холостова; ответственный редактор Л. И. Кононова, Е. И. Холостова. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 503 с. – (Высшее образование). – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/425248> (дата обращения: 30.01.2021).
4. Федорова М.Ю. Право социального обеспечения в правовом механизме управления социальными рисками / М.Ю. Федорова // Рос. юрид. журнал. – 2018. – № 5. – С.115-127.
5. Воронцова М. В. Социальная защита и социальное обслуживание населения: учебник для вузов / М. В. Воронцова, В. Е. Макаров; под редакцией М. В. Воронцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 330 с. – (Высшее образование). – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/462502> (дата обращения: 30.01.2021).

Костина Д.Д.

Мировой опыт государственных мер в области общественных финансов при нивелировании экономических последствий COVID-19

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-102

idsp: ljjournal-02-2021-102

*Научный руководитель
Блохин А.А.*

Аннотация

Меры сдерживания COVID-19, введенные правительством России для прекращения распространения вируса, вызвали перебои в работе и привели к потрясениям поставок продаж. Несмотря на эти вызовы, Россия сохраняет значительные макроэкономические резервы для противостояния экономическим проблемам. Рассмотрение опыта нивелирования последствий COVID-19 может помочь России адаптировать и применить меры других стран.

Ключевые слова: пандемия, эпидемия, экономический эффект, розничная отрасль, фармацевтика, Россия, США, Китай, коронавирус.

Abstract

The COVID-19 containment measures imposed by the Russian government to halt the spread of the virus caused operational disruptions and disrupted supply sales. Despite these challenges, Russia retains significant macroeconomic reserves to withstand economic problems. Consideration of the experience of leveling the consequences of COVID-19 can help Russia adapt and apply the measures of other countries.

Key words: pandemic, epidemic, economic impact, retail industry, pharmaceuticals, Russia, USA, China, coronavirus.

Меры сдерживания коронавирусной инфекции, введенные правительством России для прекращения распространения вируса, вызвали перебои в работе и привели к потрясениям поставок продаж. Спад мирового спроса на энергоносители и другие товары, экспортируемые Россией, усиливает негативное влияние на экономику. Больше всего пострадали сектора потребительских услуг. Более того, объем производства в нефтедобывающей отрасли сократится на фоне резкого падения мирового спроса на нефть.

Фирмы страдают от резкого снижения спроса, а со стороны предложения – от неспособности работников выходить на работу и от разрушения глобальных цепочек поставок и транспортных сетей. В результате растет вероятность крупных корпоративных банкротств. Низкие цены на нефть, меры сдерживания и экономический спад приводят бюджет к дефициту. Агентства, проводящие аналитику в области мирового спроса на нефть, ожидают падение ее цены из-за COVID-19. Несмотря на эти вызовы, Россия сохраняет значительные макроэкономические резервы для противостояния экономическим проблемам.

В данной работе будут рассмотрены экономические последствия COVID-19 в России и в мире, обобщен и систематизирован подход разных стран к уменьшению негативных экономических последствий пандемии и подробно рассмотрен опыт Китая как бенчмарк. Актуальность работы заключается в том, что анализ общемирового опыта позволит обобщить, систематизировать и адаптировать меры, предложенные в других странах, под российские условия.

Целью данной работы является анализ экономической ситуации, вызванной вспышкой COVID-19, и формирование практических рекомендаций в отношении мер,

предпринимаемых правительством. Таким образом, в научном сообществе необходимо посвящать особое внимание изучению экономического эффекта от пандемий и практических решений в области общественных финансов.

Список пострадавших индустрий в России и в мире не ограничивается потребительским и нефтегазовым секторами. Например, падение потребления металлов будет наблюдаться во всех сферах горной металлургии в диапазоне 5-15%. Также ожидается существенное падение грузооборота из-за значительного снижения промышленного производства в Китае и падения спроса на российское сырье. Падение выручки российских авиакомпаний в 2020 г. может составить свыше 200 млрд. руб. в случае полного прекращения международного сообщения (сокращение выручки на 30-50%).

Учитывая, что экономические последствия отражают особенно острые потрясения в конкретных секторах, директивным органам необходимо будет принять целевые меры в области фискальной, денежно-кредитной политики и финансового рынка для оказания помощи домашним хозяйствам и предприятиям.

Домохозяйства и предприятия, пострадавшие от падения спроса, могут быть нацелены на получение денежных переводов, субсидий на заработную плату и налоговых льгот, помогая людям удовлетворять свои потребности, а предприятиям оставаться на плаву.

Например, Италия продлила налоговые сроки для компаний в пострадавших районах и расширила фонд доплаты к заработной плате, чтобы обеспечить поддержку доходов уволенных работников. Корея ввела субсидии на заработную плату для мелких торговцев и увеличила пособия неработающим и ищущим работу.

В период вспышки эпидемии экономическая политика Китая была в основном направлена на поддержку связанных с вирусом секторов производства и розничной торговли, в том числе с помощью инструментов фискального, денежного и социального страхования. Эти меры в первую очередь состояли из:

- Налогово-бюджетная политика, включая налоговые вычеты и субсидии.

Центральное правительство выпустило стимулирующий пакет для расширения мощностей по производству товаров и услуг, связанных с борьбой с вирусом. Центральное правительство предоставляло субсидии в виде кредитных платежей производителям продукции, связанной с борьбой против вируса, и стартапам, которые серьезно пострадали.

- Денежно-кредитная политика, включая смягчение условий кредитования, снижение кредитных ставок и пролонгацию долга.

Народный Банк Китая облегчил рыночное кредитование с помощью традиционных инструментов политики, включая операции на открытом рынке, нормативы резервных требований, кредитные механизмы, политику рефинансирования и повторного учета. Центральный банк также потребовал от коммерческих банков улучшить качество услуг, включая создание «зеленого канала» для бизнеса, связанного с COVID - 19, а также увеличение объема электронных платежей и онлайн-услуг.

- Полисы социального страхования, включая отсрочку или удержание страховых выплат.

Местные органы власти проводили политику, направленную на стабилизацию занятости и оказание помощи МСП в преодолении угроз во время эпидемии. Когда эпидемия в Китае начала утихать, правительство сосредоточилось на восстановлении экономики. Центральное правительство требовало, чтобы местные органы власти упростили процедуру согласования бизнеса и оптимизировали услуги, чтобы побудить предприятия и работников возобновить работу и производство.

- Возобновление работы фондового рынка.

Центральное правительство в кратчайшие сроки вновь открыло фондовый рынок.

- Налогово-бюджетная политика, включая снижение налогов, освобождение от пошлин, сокращение расходов и субсидии.

НДС для малого бизнеса был освобожден; некоторые взносы на социальное страхование работников были освобождены или уменьшены вдвое; а местным органам власти было предложено отказаться от городских налогов на землепользование, чтобы побудить землевладельцев снизить или отказаться от арендной платы.

- Денежно-кредитная и финансовая политика.

Финансовые учреждения осуществили ряд мер финансовой поддержки, особенно для МСП, включая снижение процентных ставок, увеличение пролонгации задолженности и возобновление кредитов, а также предоставление конкретных кредитных линий для возобновления производства.

- Отраслевая политика, ориентированная на крупные инфраструктурные инвестиционные проекты и цепочки поставок.

Несколько министерств координировали усилия по эффективному расширению внутреннего спроса путем стимулирования инвестиций в инфраструктуру. Центральное правительство стремится укреплять международную координацию и сотрудничество и предоставлять больше кредитов основным компаниям в соответствующих отраслях для поддержания международных и внутренних цепочек поставок.

- Торговая политика, направленная на стабилизацию внешней торговли и инвестиций.

Центральное правительство приступило к осуществлению комплекса мер по стабилизации международной торговли и иностранных инвестиций и продолжает расширять рынок. Коммерческим страховым компаниям было предложено предлагать краткосрочное страхование торговых кредитов и более низкие сборы для торговых фирм.

В качестве заключения хотелось бы отметить актуальность и необходимость изучения данной тематики и подчеркнуть, что потенциальным направлением изучения изложенного вопроса является построение моделей применения различных предложенных мер в России.

1. Барабанов О.Н. Первый год COVID-19: социально-политические последствия пандемии глазами экспертов Клуба «Валдай» // Международный дискуссионный клуб «Валдай» - 2021. URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/reports/pervyi-god-covid-19/> (дата обращения 30 января 2021 года).
2. Гурков А. Коронавирус: ЕС чрезмерно зависит от лекарств из Китая // DW – 2020. URL: <https://www.dw.com/ru/коронавирус-ес-чрезмерно-зависит-от-лекарств-из-китая/a-52761829> (дата обращения 24 января 2021 года).
3. Adda, J. Economic activity and the spread of viral diseases: Evidence from high frequency data // The Quarterly Journal of Economics – 2016. P. 891-941.
4. Gaspar, V and P Mauro. Fiscal Policies to Protect People During the Coronavirus Outbreak // IMF Blog – 2020. URL: <https://blogs.imf.org/2020/03/05/fiscal-policies-to-protect-people-during-the-coronavirus-outbreak/> (дата обращения 13 января 2021 года).
5. Georgieva K. Potential Impact of the Coronavirus Epidemic: What We Know and What We Can Do // IMFBlog – 2020. URL: <https://blogs.imf.org/2020/03/04/potential-impact-of-the-coronavirus-epidemic-what-we-know-and-what-we-can-do/> (дата обращения 13 января 2021 года).
6. Gopinath G. Limiting the economic fallout of the coronavirus with large targeted policies // Mitigating the COVID Economic Crisis – 2020. P. 41-47.
7. Huang C., Wang, Y. and Li, X. Clinical Features of Patients Infected with 2019 Novel Coronavirus in Wuhan, China // The Lancet – 2020. P. 497-506.
8. Huang Y., Lin C., Wang P. and Xu Z. Saving China from the coronavirus and economic meltdown: Experiences and lessons // Mitigating the COVID Economic Crisis – 2020. P. 77-91.

Мазур Е.В.**Необходимость экологического мониторинга (на примере Мурманской области)***Мурманский филиал РАНХиГС
(Россия, Мурманск)**doi: 10.18411/lj-02-2021-103**idsp: ljjournal-02-2021-103**Научный руководитель
Блохин А.А.***Аннотация**

В статье раскрыто понятие экологического мониторинга, его объект и цель реализации мероприятий по экологическому мониторингу.

Автор, на региональных примерах, показал деятельность Центра мониторинга загрязнения окружающей среды при ФГБУ «Мурманское Управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды». Не оставлены без внимания и положительные достижения в сфере экологии региона.

Интересен материал о значимости развития экономического и космического мониторинга для России.

Ключевые слова: экология, безопасность, жизнедеятельность, контроль, загрязнение, экомониторинг, космический мониторинг.

Abstract

The article discloses the concept of environmental monitoring, its object and the purpose of implementing environmental monitoring measures.

The author, using regional examples, showed the activities of the Center for Monitoring Environmental Pollution at the Federal State Budgetary Institution «Murmansk Directorate for Hydrometeorology and Environmental Monitoring». Positive achievements in the field of ecology of the region are not neglected.

Interesting material about the importance of the development of economic and space monitoring for Russia.

Key words: ecology, safety, vital activities, control, pollution, eco-monitoring, space monitoring.

Нормальное функционирование и устойчивость экосистем и биосферы, т.е. без превышения установленных предельных нагрузок на них, необходимы для обеспечения безопасности жизнедеятельности человека. В связи с этим, необходим поиск чувствительных звеньев в экосистемах для установления характеристики ее состояния. Поэтому осуществляются мероприятия, объединенные в понятие – экологического мониторинга, т.е. комплексной системы наблюдений, оценки, прогноза состояния окружающей природной среды из-за антропогенных воздействий.

Объектами мониторинга являются – атмосфера, гидросфера, литосфера, почва, земельные, лесные, рыбные, сельскохозяйственные и иные ресурсы. К его целям относятся:

- качественная и количественная оценка состояния воздуха, поверхностных вод, почвенного покрова, флоры и фауны, контролирование стоков и выбросов на промышленных предприятиях;
- формирование прогноза состояния окружающей среды и о возможных его изменениях;
- наблюдение за химическими, физическими, биологическими процессами, имеющимися в окружающей природной среде, уровнем загрязнения атмосферного воздуха, воды, почв и последствия этого влияния на растительный и животный мир;

- предоставление организациям и населению текущей и экстренной информации об изменениях в окружающей природной среде, предупреждений, прогнозирование ее состояния.

Работы по экологическому мониторингу в Мурманской области проводятся Центром мониторинга загрязнения окружающей среды (ЦМС) при ФГБУ «Мурманское УГМС». Так, в структуре ФГБУ «Мурманское УГМС» имеется:

- отдел метеорологических прогнозов: в него входит группа метеорологических прогнозов и подгруппа прогнозирования неблагоприятных метеорологических условий;
- отдел океанографии, объединивший группу морских гидрологических прогнозов и группу режима моря;
- отдел метеорологии и климата;
- отдел гидрологических прогнозов и режима, включающий группу гидрологических прогнозов, группу экспедиционных исследований, группу гидрологического режима;
- лаборатория мониторинга поверхностных и морских вод, она объединяет: группу химического анализа, группу физико-химических методов анализа и технического обслуживания средств измерений, экспедиционную группу, группу биологических анализов, информационную группу;
- региональная лаборатория атмосферного и радиационного мониторинга, включающая группу радиометрии и спектрометрии и группу наблюдателей за загрязнением атмосферы.

Центр мониторинга загрязнения окружающей среды (ЦМС) аккредитован в качестве испытательной лаборатории в национальной системе аккредитации, проводит систематические наблюдения за состоянием, загрязнением окружающей среды, включая радиоактивное загрязнение: атмосферного воздуха, атмосферных осадков, снежного покрова, природных вод и донных отложений.

По запросам заинтересованных организаций проводит:

- отбор и химический анализ проб атмосферного воздуха, поверхностных, морских и сточных вод, донных отложений, почв;
- расчет фоновых концентраций загрязняющих веществ в атмосферном воздухе, поверхностных и морских водах;
- производственно-экологический контроль.

В ряде городов региона наблюдения за состоянием загрязнения окружающей среды осуществляют сетевые лаборатории мониторинга среды - ЛМС Апатиты, ЛМС Мончегорск, ЛМС Никель. [1]

Вопрос состояния и контроля экологии стоит достаточно остро для интересов жителей Мурманской области. Ведь на территории региона функционируют крупнейшие в стране горнодобывающие промышленные предприятия. Так, мониторинг загрязнения атмосферного воздуха в октябре, ноябре 2020 г. показал, что

- в октябре: уровень загрязнения в городах Апатиты, Заполярный, Кандалакша, Кировск, Мурманск, Оленегорск, Мончегорск оценивается как низкий, а г. Североморск – повышенный - по содержанию оксида углерода, п. Никель – повышенный по содержанию диоксида серы. В атмосферном воздухе г. Североморска превышала санитарную норму разовая концентрация оксида азота -1.3 ПДК (19 октября), оксида углерода – 3.9 ПДК (25 октября);
- в ноябре: уровень загрязнения в городах Апатиты, Заполярный, Кандалакша, Кировск, Мурманск, Оленегорск, п. Никель оценивается как низкий, г. Ковдор – повышенный по содержанию диоксида азота, г.

Североморск – повышенный по содержанию оксида углерода, г. Мончегорск – повышенный по содержанию диоксида серы;

- по данным наблюдений станций радиационного мониторинга уровень мощности амбиентного эквивалента дозы (МАЭД) в населенных пунктах региона не превышал природного фона и изменялся в пределах от 0,05 до 0,27 мкЗв/час.

Показательным примером в необходимости постоянного мониторинга состояния загрязнения поверхностных вод суши является следующий. Так, в ноябре 2020 г. проводились наблюдения за качеством поверхностных вод суши - 7 рек, 1-го озера, 1-го ручья, проанализировано 11 проб воды и в 5 из них отмечалось высокое и экстремально высокое содержание загрязняющих веществ. Например,

- для водных объектов в зоне расположения промышленных предприятий Печенгского района характерен высокий уровень загрязнения вод никелем. В створах р. Колос-йоки – 0,6 км от устья - 49 ПДК, Хаулампейски – 0,7 ниже сброса сточных вод – 24 ПДК, Протоке без названия из озера Куэтс-ярви в озеро Сальми-ярви – 2 км от устья – 13 ПДК;
- в зоне расположения промышленных предприятий Мончегорского городского округа в створе р. Ньюдай – 0,2 км от устья содержание никеля – 70 ПДК (экстремально высокий уровень загрязнения), меди – 34 ПДК (уровень ВЗ);
- в водах ручья Варничный – объект г. Мурманска, отмечен высокий показатель фосфатного фосфора -10 ПДК, азота аммонийного – 32 ПДК. Содержание легкорастворимых органических веществ (по БПК₅) – 26 ПДК соответствовало экстремально высокому уровню загрязнения вод. Зафиксирован неприятный запах, интенсивностью 5 баллов (уровень экстремально высокого загрязнения). [2]

При наличии отрицательных примеров результатов мониторинга стоит отметить, что Общероссийская общественная организация «Зеленый патруль» подводила итоги Года экологии – это 2017 г., и был озвучен общий рейтинг экологического благополучия регионов страны, и Мурманская область заняла шестое место среди восьмидесяти пяти субъектов России. Специалисты – экологи назвали важными событиями года в нашей области – это ввод в опытно-промышленную эксплуатацию мусоросортировочной линии, реализацию проекта по ликвидации несанкционированных свалок судов в Кольском заливе, положительным примером природоохранительной политики стали мероприятия в этой сфере таких промышленных предприятий как – Кольская ГМК, АО «Апатит», «Мурманский морской торговый порт». [3]

По нашему мнению, нельзя оставить без внимания встречу министра природных ресурсов и экологии РФ Д. Кобылкина и генерального директора Госкорпорации «Роскосмос» Д. Рогозина, в октябре 2020 г., по вопросу создания цифрового космического мониторинга для эффективного контроля за использованием лесами, работы с отходами и экологического мониторинга с помощью дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ) из космоса. Эта система обеспечит получение (в оперативном режиме) информации о состоянии и статусе использования природных ресурсов и земель, позволит отслеживать активность хозяйствующих субъектов и потенциальный экономический эффект от их деятельности. Космическое инспектирование природных ресурсов страны и объектов особого внимания, безусловно, будет полезно каждому региону страны и всему государству в целом.

По мнению Д. Кобылкина, «создание единой системы космического мониторинга позволит предотвратить природные катаклизмы и аварии техногенного характера, а также обеспечит большую экологическую безопасность страны». [4]

Важно, что в сентябре 2020 г. вице-премьером В. Абрамченко одобрена концепция информационной системы мониторинга окружающей среды. Конституция РФ гарантирует свободный доступ к экологической информации, но в реальности в стране нет определения такой информации, а имеющиеся сведения очень разрознены.

В современных условиях развития России – переход к экологически ориентированной модели экономического развития и росту значения экологии, как политического инструмента на международном уровне – способствовали появлению системы экомониторинга. Данная система с открытым доступом будет способствовать не только получению оперативных данных в режиме реального времени от промышленных объектов, но и прогнозировать и моделировать изменения экосистем, последствия нанесенного вреда или результаты восстановительных работ. [5]

Итак, кроме уже традиционных видов экологического мониторинга в России появляются и будет совершенствоваться его новые виды, соответствующие развитию экономики и государству – это экомониторинг и космический мониторинг.

Приведенные выше примеры доказывают необходимость и значимость мониторинга в обеспечении экологической безопасности страны.

1. Центр мониторинга загрязнения окружающей среды. Официальный сайт ФГБУ «Мурманское Управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды». Особенности загрязнения. URL: <http://kolgimet.ru/monitoring-zagrzaznenija-okruzhajushchei-sredy/centr-monitoringa-zagrzaznenija-okruzhajushchei-sredy/> (дата обращения: 05.01.2021)
2. Состояние загрязнения атмосферного воздуха за месяц. Официальный сайт ФГБУ «Мурманское Управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды». Архив 2020. URL: <http://kolgimet.ru/monitoring-zagrzaznenija-okruzhajushchei-sredy/obzory-tekushchego-sostojanija-zagrzaznenija-okruzhajushchei-sredy/sostojanie-zagrzaznenija-atmosfernogo-vozdukha-za-mesjac/> (дата обращения: 07.01.2021)
3. Мурманская область в десятке самых экологически чистых регионов России. В-порт. Новости. 05.06.2019 URL: <https://b-port.com/news/228359> (дата обращения: 08.01.2021)
4. Минприроды и Роскосмос создадут систему цифрового космического мониторинга. Экология производства. Новости экологии. 28.12.2020 URL: <https://news.ecoindustry.ru/2020/10/minprirody-i-roskosmos-sozdadut-sistemu/> (дата обращения: 10.01.2021)
5. Правительство создает систему государственного экомониторинга. Экология производства. Новости экологии. 18.09.2020 URL: <https://news.ecoindustry.ru/2020/09/pravitelstvo-sozdaet-sistemu-gosudarstvennogo-ekomonitoringa/> (дата обращения: 12.01.2021)

Махова А.В., Созонова Е.И.

Анализ расходов на гражданскую науку в Российской Федерации в 2015–2019 гг.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» филиал в г. Славянск-на-Кубани

(Россия, Славянск-на-Кубани)

doi: 10.18411/lj-02-2021-104

idsp: ljjournal-02-2021-104

Аннотация

Данная статья включает в себя анализ расходов на гражданскую науку в 2015 – 2019 гг. в том числе: расходы на фундаментальные исследования и прикладные научные исследования, показатели к расходам Федерального бюджета и к валовому внутреннему продукту.

Ключевые слова: Экономика России, наука, расходы, прикладные исследования, фундаментальные исследования, валовой внутренний продукт.

Abstract

This article includes an analysis of expenditures on civil science in 2015-2019, including: expenditures on basic research and applied scientific research, indicators for federal budget expenditures and gross domestic product.

Keywords: Russian economy, science, applied research, scientific research, gross domestic product.

Введение

В настоящее время уделяется особое внимание научной сфере деятельности, поэтому можно наблюдать рост расходов государства в данном секторе. Правительство РФ осознает и признает необходимость развития науки для всеобщего блага.

Стоит отметить, что исключительное значение имеют расходы на гражданскую науку из средств Федерального бюджета. Данные средства выделяются в связи с тем, что фундаментальные и прикладные науки, согласно новой бюджетной политике, являются перспективными и приоритетными направлениями. При ассигновании учитываются такие разделы: «Фундаментальные исследования», «Разработка перспективных технологий и приоритетных направлений научно-технического прогресса» «Фундаментальные исследования и содействие научно-техническому прогрессу». Однако необходимо подчеркнуть, что не только Правительство РФ заинтересовано в развитии науки, но и предприниматели, а также существуют немало иных источники субсидирования науки. Все же следует признать, что основная часть средств поступает именно от федерального бюджета, что является веской причиной отставания нашей страны от стран, занимающих первенство в данной области.

Нельзя говорить о том, что государственные средства на научные исследования и разработки в полной мере могут обеспечить их развитие. Дело в том, что Российская Федерация находится всего лишь на 9-ом месте по уровню научно-исследовательской активности, уступая таким странам как: Китай, США, Германия, Великобритания, Индия и Япония и др. Необходимо добавить, что критерием в рейтинге было количество опубликованных статей, а что касается затрат на науку, то Россия занимает лишь 10-ое место. Необходимо подчеркнуть, что в 2016 году мы занимали 5-ое место по общему числу занятых в научной сфере, однако в последнее время численность исследователей значительно сократилась.

Приоритетной стратегией России, согласно распоряжению Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. является инновационное развитие Российской Федерации, основная цель которого достичь с помощью разных видов деятельности, а прежде всего, научной поднять уровень экономики. Тем не менее, очевидно, что на данный момент несмотря на некоторые успехи, наша страна не добилась нужных результатов.

Рисунок 1– Расходы на гражданскую науку из Федерального бюджета в Российской Федерации 2015–2019 гг. (всего) (млн. рублей)

Анализируя расходы на гражданскую науку из Федерального бюджета 2015–2019 гг. можно сделать следующие выводы: в 2015 г. показатель был равен 439392,8 млн. рублей, затем в 2016 г. наблюдается уменьшение до 402722,3 млн. рублей, а в 2017 г. расходы на науку имели минимальный показатель, составив 377882,2 млн. рублей, в 2018 г. увеличились до отметки 420472,3 млн. рублей, наибольшим показателем был в 2019 г. – 489158,4 млн. рублей.

Научная сфера в нашей стране имеет значительный вес, поэтому в последнее время наблюдается увеличение расходов в данной области. Основной для реализации финансирования служит государственная программа «Развитие науки и технологий» на 2013–2020 годы, утвержденная Правительством РФ. Стоит отметить, что немаловажным является национальный проект «Наука», созданный в 2018 году, а также программа «Научно-технологическое развитие РФ»

Рисунок 2– Расходы на гражданскую науку из Федерального бюджета в Российской Федерации 2015–2019 гг. в том числе: расходы на фундаментальные исследования и прикладные научные исследования (млн. рублей)

Исследуя расходы на гражданскую науку из Федерального бюджета 2015–2019 гг. в том числе: расходы на фундаментальные исследования и прикладные научные исследования можно говорить о том, что прежде всего, на фундаментальные исследования средств в той или иной период было затрачено существенно меньше, чем на прикладные научные исследования, а именно: в 2015 г. показатель был равен 120203,8, наименьшим показателем был в 2016 г., составив 105247,6 млн. рублей, затем в 2017 г. наблюдается увеличение до 116977,6 млн. рублей, в 2018 г. расходы на фундаментальную науку были равны 149550 млн. рублей, наибольшим показателем был в 2019 г. – 192495 млн. рублей. Показатели расходов на прикладные научные исследования весь период были нестабильны: в 2015 г. показатель был наибольшим – 319188,9 млн. рублей, затем в 2016 г. наблюдается уменьшение до отметки 297474,7 млн. рублей, в 2017 г. расходы на прикладные исследования были наименьшими – 260904,6 млн. рублей, в 2018 г. показатель увеличился, составив 270922,3 млн. рублей, а в 2019 г. расходы незначительно увеличились до 296663,1 млн. рублей.

Необходимо подчеркнуть, что государство в недостаточной мере уделяет внимание фундаментальным исследованиям, поскольку делается акцент именно на прикладных исследованиях, так как особая роль принадлежит отраслевым технологиям. Ко всему прочему, сказывается недостаток финансирования научной сферы деятельности и отсутствие молодых ученых в этой среде.

Рисунок 3– Расходы на гражданскую науку из Федерального бюджета в Российской Федерации 2015–2019 гг. в том числе: показатели к расходам федерального бюджета и к валовому внутреннему продукту (в процентах)

Проанализировав расходы на гражданскую науку из Федерального бюджета 2015–2019 гг. в том числе: показатели к расходам федерального бюджета и к валовому внутреннему продукту можно сделать несколько выводов: в значительной степени преобладают показатели в процентном соотношении к расходам федерального бюджета, в 2015 г. расходы были максимальны – 2,81 %, в 2016 г. наблюдается снижение до 2,45 %, затем в 2017 г. показатель был наименьший, составив 2,3 %, в 2018 г. – 2,52 %, а в 2019 г. расходы увеличились до 2,69 %.

Ситуация с расходами к валовому внутреннему продукту была относительно стабильна: в 2015 г. процент расходов был наибольшим – 0,53 %, в 2016 г. – 0,47 %, в 2017 г. – 0,41 %, наименьшим показатель был в 2018 г., составив 0,40 %, а в 2019 г. – 0,44 %.

Статистические данные, характеризующие расходы на науку в Российской Федерации нельзя себе представить без валового внутреннего продукта, в связи с тем, что он является важнейшим показателем системы национальных счетов. Стоит отметить, что именно эта система позволяет определить конечный результат той или иной деятельности.

Заключение

Научная сфера занимает особое место в современном мире, поэтому важно финансировать данную область. Однако, очевидно, что средств для развития недостаточно, и необходимо предпринимать различные меры для того, чтобы добиться определенных результатов.

Проанализировав расходы на гражданскую науку в течение 2015–2019 результаты были различны, однако практически по всем группам статистических данных максимальный показатель был достигнут к 2019 году. Соответственно, есть определенная вероятность, что не сбавляя темпов, Российская Федерация когда-нибудь сможет добиться поставленных целей, и решить основные проблемы в научной среде.

Стоит отметить, что несмотря на увеличение финансирования науки с помощью федерального бюджета, данная сфера не развивается в полной мере, поскольку государство предпочитает расставлять приоритеты в сторону тех направлений, которые выгодны именно государству, а они не способствуют социально-экономическому

развитию общества. Прежде всего, это касается прикладных наук, так как именно они требуют меньше затрат и приносят наибольшую пользу государству.

1. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Москва. – 2021. – URL: <http://old.gks.ru/> (дата обращения 20.01.2021).
2. Драгун, Е. А. Анализ взаимосвязи показателей валового внутреннего продукта и затрат на инновации в РФ / Е. А. Драгун // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 2. – С. 20–23.
3. Касавина, Н. А. Наука в современном российском обществе. Аналитический обзор // Эпистемология. Философия науки. – 2014. – № 4. – С. 77– 91.
4. Хабиб, М. Д. Состояние финансирования научных исследований в Российской Федерации на современном этапе / М. Д. Хабиб, М. Ю. Теплякова, Е. В. Краснов // Вестник университета. – 2019. – № 5. – С. –151–158.
5. Чернова, О. О. Сдерживающие факторы на пути развития фундаментальных исследований в России / О. О. Чернова, Т. Н. Батова // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 6, Ч. 1. – С. 203–206.

Полухина А.Н., Сыроижко В.В.

Мероприятия налогового контроля и виды налоговых правонарушений

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-105

idsp: ljjournal-02-2021-105

Аннотация

Формирование бюджетов на федеральном и местном уровнях связано с уплатой налогов физическими и юридическими лицами. Уполномоченные лица налоговых органов должны быть готовы к постоянным изменениям в сфере налогового контроля. Налоговый контроль является частью финансового контроля, а также одним из основных видов государственного. Должностные лица налоговых органов проверяют правильность, своевременность и полноту уплаты налогов и сборов. Данный вид контроля является средством предупреждения и выявления правонарушений и преступлений, в том числе налоговых, а также предусматривает ответственность лиц, нарушивших налоговое законодательство. Эффективность контроля зависит от правильно подобранных форм, видов и методов налогового контроля. Для соблюдения законных прав и интересов физических и юридических лиц меры налогового контроля должны соответствовать правилам и процедурам, предусмотренным законом. Ответственность за налоговые правонарушения представляет собой совокупность принудительных мер, которые применяются в качестве наказания для нарушителей в случаях и порядке, установленных законом. Она является видом юридической ответственности и должна выполнять те же требования, которые предъявляются другим видам ответственности, в частности уголовным, гражданским и дисциплинарным правам. В противном случае результаты, полученные во время проверок, могут быть признаны недействительными. Налоговый контроль является одним из основных элементов функционирования налоговой системы, а также одним из гарантов законности в сфере налогообложения, а также.

Ключевые слова: налоговый контроль, юридическая ответственность, проверка, налог, налоговые органы, экспертиза, налоговые правонарушения и преступления.

Abstract

The formation of budgets at the federal and local levels is associated with the payment of taxes by individuals and legal entities. Authorized persons of the tax authorities should be prepared for constant changes in the field of tax control. Tax control is a part of financial control, as well as one of the main types of state control. Tax officials check the correctness, timeliness and completeness of the payment of taxes and fees. This type of control is a means of preventing and detecting offenses and crimes, including tax ones, and also provides for the responsibility of persons who have violated tax legislation. The effectiveness of the control depends on the correct forms, types and methods of tax control. In order to respect the legitimate rights and interests of individuals and legal entities, tax control measures must comply with the rules and procedures provided for by law. Liability for tax offenses is a set of coercive measures that are applied as a punishment for violators in cases and in accordance with the procedure established by law. It is a type of legal liability and must meet the same requirements as other types of liability, in particular criminal, civil and disciplinary rights. Otherwise, the results obtained during the inspection, can be considered invalid. Tax control is one of the main elements of the functioning of the tax system, as well as one of the guarantors of legality in the field of taxation, as well.

Keywords: tax control, legal responsibility, audit, tax, tax authorities, expertise, tax offenses and crimes.

Любой вид контроля подразумевает проведение ряда мероприятий, которые устанавливают степень соответствия действующему законодательству.

Согласно ст.82 Налогового кодекса РФ, налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном настоящим Кодексом. [1].

Субъектами налогового контроля признаются налоговые органы, таможенные органы и органы внутренних дел.

Объектами налогового контроля признаются движение денежных средств, в процессе накопления государственных денежных фондов, материальные, трудовые и иные ресурсы налогоплательщиков. [3]

Е. В. Ордынская отмечает, что мероприятиями налогового контроля являются предусмотренные НК РФ формы деятельности налоговых органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками (плательщика сборов, налоговыми агентами) законодательства о налогах и сборах [4].

К целям мероприятий налогового контроля следует относить выявление налоговых правонарушений и налоговых преступлений, предупреждение их совершения в будущем, обеспечение наступления налоговой ответственности, обеспечение налоговой дисциплины, принятие мер наказания в отношении нарушителей налогового законодательства. [5]

Меры налогового контроля носят властный характер, их осуществление в определенной мере ограничивает права налогоплательщиков и налагает дополнительные обязанности (например, предоставлять копии необходимых документов по требованию налогового органа).

Данные мероприятия проводятся при следующих видах налоговых проверок: при камеральных проверках, при выездных проверках, при иных мероприятиях налогового контроля.

По мнению Фархудинова Р. Д., камеральной проверкой признается текущая плановая проверка документации налогоплательщика налоговым органом. [6] Камеральная налоговая проверка может осуществляться как в отношении организаций, так и в отношении физических лиц. Данный вид проверки подразумевает следующие виды мероприятий налогового контроля (рис. 1).

Направление запросов в компетентные органы иностранных государств
Направление налоговым органом запросов в банк о наличии счетов в банке и (или) об остатке денежных средств на счетах, о предоставлении выписок по операциям на счетах организаций
Допрос свидетеля
Сообщение налогоплательщику о выявленных камеральной налоговой проверкой ошибок в налоговой декларации или противоречий между сведениями, содержащимися в предоставленных документах
Истребование документов у проверяемого лица
Вызов на основании письменного уведомления в налоговые органы налогоплательщиков для дачи пояснений в связи с камеральной налоговой проверкой
Экспертиза

Рис. 1– Мероприятия налогового контроля при камеральной проверке

В ходе камеральной проверки выявляются арифметические ошибки в отчетах и проверяются сведения в документах.

Действующее налоговое законодательство Российской Федерации вводит жесткие ограничения по вопросам сбора, хранения, использования и распространения информации о налогоплательщике.

Выездная налоговая проверка в настоящее время считается одной из самых эффективных форм налогового контроля. Ее главное отличие от камеральной – это глубина проверки, ведь она проводится выборочно. Выездная проверка включает в себя такие же мероприятия, как и в камеральной. Но существует еще ряд дополнений: привлечение специалиста, переводчика, вызов понятых, а также осмотр помещений, территорий, объектов налогообложения, документов и предметов [2].

Помимо выездной и камеральной проверки также проводятся и другие мероприятия налогового контроля, предусмотренные Налоговым кодексом Российской Федерации.

Инвентаризация (п.13 ст.89 НК РФ) проводится с целью проверки подлинности данных, содержащихся в документах.

В особых случаях проводится допрос свидетеля (ст.90 НК РФ), который может иметь информацию или ему известны какие-либо обстоятельства, имеющие значение для должностных лиц, проводящих проверку.

Налоговые органы вправе проверять любые производственные, складские, торговые и иные помещения и территории, используемые налогоплательщиком для извлечения дохода или связанные с содержанием объектов налогообложения, независимо от их местонахождения (ст.91,92 НК РФ).

Согласно ст. 90 Налогового кодекса Российской Федерации любое физическое лицо может быть вызвано в качестве свидетеля для дачи показаний.

Если в ходе экспертизы эксперт установит обстоятельства, имеющие значение для дела, о которых ему не были заданы вопросы, он вправе включить выводы об этих обстоятельствах в свое заключение (ст.95 НК РФ).

Уполномоченными лицами налоговых органов может быть произведена выемка документов и предметов (ст.94 НК РФ), для того чтобы подтвердить нарушения налогового законодательства.

Для особых случаев может быть приглашен переводчик, что не противоречит Налоговому кодексу Российской Федерации (ст.97 НК РФ).

По результатам налоговой проверки юридическое или физическое лицо может быть привлечено к ответственности за совершение налогового правонарушения. (ст. 110 НК РФ).

Видов налоговых правонарушений достаточно много. Согласно гл. 16 Налогового кодекса РФ, одними из налоговых правонарушений являются непредставление налоговой декларации, нарушение порядка поставки на учет в налоговом органе, неуплата или неполная уплата сумм налога (сбора, страховых взносов) и другие нарушения налогового законодательства.

Для каждого нарушения предусмотрена определенная ответственность, она может быть налоговой, административной или уголовной. Разновидностью ответственности за совершение налогового правонарушения может признаваться штраф, арест, лишение свободы, лишение права на должность или деятельность [1].

Например, согласно п.1 ст. 129.1 НК РФ, за неправомерное несообщение лицом сведений, которые это лицо должно сообщить налоговому органу, предусмотрено взыскание штрафа в размере 5000 рублей.

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 №146 – ФЗ (ред. от 20.07.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2020)
2. Письмо ФНС России от 25.07.2013 N AC-4-2/13622 (с изм. от 15.01.2019) "О рекомендациях по проведению выездных налоговых проверок"
3. Крохина, Ю. А. Налоговое право: учебник для вузов / Ю. А. Крохина. — 9-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 464 с.
4. Ордынская, Е. В. Организация и методика проведения налоговых проверок: учебник и практикум для вузов / Е. В. Ордынская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 448 с.
5. Тедеев, А. А. Налоговое право России: учебник для вузов / А. А. Тедеев, В. А. Парыгина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 390 с.
6. Фархутдинов, Р. Д. Налоговое право: учебное пособие для вузов / Р. Д. Фархутдинов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 177 с.

Тимофеев К.О.

**Формы государственной поддержки студентов на региональном уровне в
Чувашской республике**

*ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я.
Яковлева»
(Россия, Чебоксары)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-106

idsp: ljjournal-02-2021-106

Аннотация

В данной статье рассмотрены основные формы государственной поддержки студентов на региональном уровне в Чувашской республике с целью изучить уровень осведомленности студентов Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева о данных формах с последующей возможностью каждого лично использовать тот или иной вид государственной поддержки.

Ключевые слова: формы поддержки, выплаты, студенты, социальная поддержка, материальная поддержка, стипендия.

Abstract

This article discusses the main forms of state support for students at the regional level in the Chuvash Republic in order to study the level of awareness of students of the Chuvash state pedagogical University named after I. Ya. Yakovlev about these forms with the subsequent possibility of each person to use one or another type of state support.

Keywords: forms of support, payments, students, social support, financial support, scholarships.

Существуют абсолютно разные формы поддержки для разных слоёв населения, в том числе и для такой группы как студенты. Осуществление защитных мероприятий по отношению к студенческому возрасту имеет особую значимость, поскольку в полной мере может способствовать более успешному профессиональному и личностному становлению будущих специалистов. Очень важно своевременно отслеживать и реагировать на изменения, происходящие в условиях жизни студентов, их социальной защищенности, а также выявлять положительные и отрицательные тенденции. Большой проблемой является заблуждение студентов, что существует лишь вузовская стипендия, и они не понимают куда можно обратиться в сложной ситуации. Особенно это актуально сейчас, во время затяжной пандемии, потому что не все студенты имеют возможность работать и получать образование. Поэтому особенно важно изучить данную тему и дать возможность студентам получить нужную им информацию.

Цель исследования: изучить формы государственной поддержки студентов в Чувашской республике с дальнейшей возможностью проинформировать студентов в данной теме.

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить ряд **задач**:

- 1) Провести анкетирование среди студентов с целью изучения осведомленности студентов о формах поддержки в Чувашской республике.
- 2) Проанализировать анкетирование и выделить проблемные места в данной теме.
- 3) Изучить формы поддержки студентов в Чувашской республике и проинформировать студентов.

Материалы и методы. Анкетирование, работа с литературой.

Для исследования было проведено анкетирование студентов с целью изучить уровень знания форм поддержки в Чувашской республике и количество человек, которые реально использовали данные виды поддержки. В анкетировании приняли участие студенты ЧГПУ с абсолютно разных факультетов и курсов по личному желанию в количестве 30 человек.

В анкетировании было задано 3 вопроса, и основным был вопрос «Знаете ли вы о всех формах государственной поддержки студентов в Чувашской республике?». Результаты можно увидеть на рисунке 1.

Рисунок 1- Результаты по вопросу «Знаете ли вы о всех формах государственной поддержки студентов в Чувашской республике?»

Можно увидеть, что преимущественно студенты в количестве 20 человек не знают всех государственных форм поддержки студентов в Чувашской республике. Остальные 10 человек знают о формах поддержки и как оказалось в дальнейшем пользовались ими.

Затем были заданы 2 вопроса для выяснения количества человек, которые пользовались различными формами поддержки, а также причины неосведомленности студентов по данной теме. Звучали они так «Пользовались ли вы когда-либо государственной поддержкой для студентов в Чувашской республике?» и «Почему вы не обращались за видами той или иной государственной поддержки в республике?». Результаты можно увидеть на рисунке 2,3 соответственно.

Рисунок 2- Результаты по вопросу «Пользовались ли вы когда-либо государственной поддержкой для студентов в Чувашской республике?»

Рисунок 3- Результаты по вопросу «Почему вы не обращались за видами той или иной государственной поддержки в республике?»

Можно увидеть, что большинство не обращалось никогда за формами поддержки студентов и основной причиной является незнание данных форм. К другим причинам студенты отнесли недостаток времени или отсутствие желания узнавать данные формы поддержки.

Данное исследование доказывает важность и нужность статьи для студентов. Теперь основной задачей будет-изучить формы поддержки в республике и осведомить студентов о них. Для этого мы используем интернет ресурсы и литературу.

Нашлось несколько видов поддержки: материальная поддержка в виде дополнительных стипендий за активную деятельность студента, а также социальная поддержка также в виде материальных выплат. Удалось выделить следующие формы дополнительных стипендий:

1) Специальная стипендия для представителей молодежи и студентов за особую творческую устремленность- стипендия назначается Главой Чувашской Республики ежегодно к 15 января сроком на 1 год в размере, установленном указом Главы Чувашской Республики. Претендентами на получение стипендии могут быть граждане Российской Федерации, возраст которых на день подачи документов, составляет от 14 до 30 лет, достигшие значительных результатов в учебной, исследовательской, научной, творческой, производственной, управленческой, спортивной, общественной деятельности и бизнес-проектировании, проживающие на территории Чувашской Республики.

Помимо стипендии в Чувашской республике существуют такие виды поддержки студентов как:

1) Условия для обучения с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья, в том числе получения социально-педагогической и психологической помощи, бесплатной психолого-медико-педагогической коррекции.

2) Бесплатное пользование библиотечно-информационными ресурсами, учебной, производственной, научной базой университета.

3) Свободное пользование лечебно-оздоровительной инфраструктурой, объектами культуры и объектами спорта, установленном локальными нормативными актами вуза.

4) Обеспечение публикации работ, в изданиях вуза на бесплатной основе.

5) Снижение размера платы за пользование жилым помещением (платы за наем) и (или) размер платы за коммунальные услуги в общежитии для обучающихся или не взимать такую плату с отдельных категорий обучающихся.

Обучающимся по очной форме обучения в вузе за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета и за счет полного возмещения расходов на обучение назначается и выплачивается:

1) Пособие по беременности и родам за период отпуска по беременности и родам.

2) Единовременное пособие женщинам, вставшим на учет в медицинских организациях в ранние сроки беременности.

Таким образом, можно сделать вывод, что студенты недостаточно знают о всех формах поддержки студентов в Чувашской республике и поэтому особо важно было изучить их, тем более их достаточно в нашей республике. Каждый, при выполнении условий, может воспользоваться любым видом поддержки в любое время.

1. Положение «О специальных стипендиях для представителей молодежи и студентов за особую творческую устремленность» от 15.08.2020 N 471.
2. Андреенков В.Г. Методы сбора и анализа данных // Социология / Под ред. Г.В. Осипова. М., 1996.
3. Баглай М.В., Туманов В. А. Малая энциклопедия конституционного права. М., 1999.
4. Бондарь Н.С. Права человека и местное самоуправление в Российской Федерации // Автореф. дисс. докт. юр. наук. Саратов, 1997.
5. Гусейнова Ф.Д. Студенчество: структура доходов и материальное благополучие // Социальный портрет студента. М., 2004.

Холодова К.С., Сыроижко В.В.

Возможности повышения уровня бюджетной обеспеченности муниципальных образований

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-107

idsp: ljjournal-02-2021-107

Аннотация

Вопрос бюджетной обеспеченности муниципальных образований в Российской Федерации остается актуальным и на сегодняшний день в силу нестабильной экономической ситуации. Особенно остро эта тема проявляется в условиях дефицита ресурсов и проблем в социальной сфере отдельных субъектов страны. Показатель уровня обеспеченности бюджетов муниципальных образований представляет собой основу механизма бюджетного регулирования в нашем государстве и выступает как один из главных критериев характеристики социально-экономического развития регионов. В данной статье будут рассмотрены проблемы муниципальных образований, способные оказать влияние на их бюджетную обеспеченность, а также варианты ее оптимизации с целью повышения перспектив их дальнейшего развития.

Ключевые слова: бюджетная обеспеченность, бюджетное регулирование, муниципальные образования, муниципальный потенциал, доходный потенциал, бюджет, доходы и расходы.

Abstract

The issue of budget security of municipalities in the Russian Federation remains relevant today due to the unstable economic situation. This topic is particularly acute in the context of a shortage of resources and problems in the social sphere of individual subjects of the country. The indicator of the level of provision of municipal budgets is the basis of the mechanism of budget regulation in our state and acts as one of the main criteria for characterizing the socio-economic development of regions. This article will consider the problems of municipalities that can have an impact on their budget security, as well as options for optimizing it in order to increase the prospects for their further development.

Keywords: budget security, budget regulation, municipalities, municipal potential, revenue potential, budget, revenues and expenditures.

В условиях развития бюджетного федерализма роль оценки уровня самостоятельности и устойчивости бюджетных систем регионов довольно высока. Повышенное внимание к исследованию такого показателя как бюджетная обеспеченность вызвано тем, что регионы на сегодняшний день характеризуются экономической самоуправляемостью.

Для России характерна дифференциация регионального экономического развития, что отражается и на бюджетной сфере. В частности, возникает проблема дефицита финансовых ресурсов, которая более открыто проявляется на уровне местных бюджетов. Следствием такого положения выступают различия, неоднородность обеспеченности бюджетов муниципальных образований. Это, в свою очередь, указывает на различные финансовые возможности органов местного самоуправления, необходимые для выполнения ими соответствующих задач и функций в пределах установленных полномочий.

Таким образом, очевидно, что степень обеспеченности бюджетов регионов страны, в том числе и муниципалитетов, напрямую зависит от разнородности социально-экономического пространства и богатства территории необходимыми

ресурсами. Следовательно, вопросы устойчивого развития муниципальных образований в контексте бюджетной обеспеченности особенно важны в периоды, когда регионы ощущают дефицит ресурсов и возникает обострение социальных проблем.

Для более успешного регулирования системы бюджетных отношений необходимо знать базовые понятия бюджетного процесса. Содержание термина бюджетной обеспеченности на сегодняшний день раскрыто не полностью, несмотря на упоминания о нем в ряде законодательных актов РФ.

Наиболее полно сущность данного понятия раскрыта в исследовании Поваровой А.И., М.А. Печенской. По их мнению, «бюджетная обеспеченность это способность региона обеспечивать через бюджеты всех уровней финансирование полного комплекса полномочий закрепленных за органами государственной власти, по исполнению гарантированных Конституцией Российской Федерации прав граждан и других субъектов бюджетных отношений» [6].

Шадыбеков К.Б. определяет бюджетную обеспеченность как «объем доходов в расчете на одного жителя, который может быть получен местным бюджетом исходя из уровня экономического развития соответствующей территории, с учетом различий в структуре населения, социально-экономических, климатических, географических и иных объективных факторах и условиях, влияющих на стоимость предоставления бюджетных услуг в расчете на одного жителя» [8].

Региональное законодательство представляет «бюджетную обеспеченность муниципального района как отношение индекса налогового потенциала к индексу бюджетных расходов муниципального района».

Говоря о бюджетной обеспеченности того или иного муниципального образования, стоит отметить взаимосвязь с ней таких понятий как местный бюджет, доходы и расходы. Согласно ст.15 БК РФ, «каждое муниципальное образование имеет собственный бюджет». В ст.6 БК РФ понятие бюджет трактуется как «форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления».

Основные структурные элементы бюджетов, как известно, это доходы и расходы. При рассмотрении данных структурных элементов в рамках местного бюджета следует, что доходы – это денежные средства, поступающие в безвозмездном и безвозвратном порядке в соответствии с законодательством РФ в распоряжение органов местного самоуправления. Расходы – это денежные средства, которые главным образом направлены на финансирование выполнения задач и функций местного самоуправления [1].

Бюджет муниципального образования играет большую роль в регулировании экономики регионов страны. Регулирование муниципальных бюджетов предполагает обеспечение и дальнейшее усиление самостоятельности территорий муниципальных образований, в том числе и финансовой, а также повышение ответственности за решения, принимаемые ими в рамках своих полномочий[2].

Как показывает практика, показатели бюджетной обеспеченности различных муниципальных образований в некоторых регионах сильно отличаются. Как правило, основная часть доходов концентрируется в городских округах, в то время как в муниципальных районах, где проживает существенная часть населения, достаточной налоговой базы нет. И как следствие, разброс бюджетной обеспеченности собственными доходными средствами в некоторых случаях очень велик. Соответственно, подавляющая часть муниципалитетов оказывается в ситуации, когда у них нет того объема собственных финансовых ресурсов, которого было бы достаточно для осуществления ими своих расходных полномочий.

При подобных обстоятельствах, для стабилизации сложившейся обстановки, используется выравнивание финансовых возможностей муниципальных образований для выполнения ими закрепленных полномочий посредством финансовой помощи. Но,

тем не менее, и это не всегда устраняет те значительные различия в уровне обеспечения бюджетов [4].

Одной из причин такого положения является перераспределение доходных полномочий органов местного самоуправления. Так, на разброс доходной части муниципальных образований повлияла централизация налогов, в результате которой налоговые поступления в местные бюджеты оказались сокращены. Существующая в настоящее время структура налоговых доходов снижает мотивацию деятельности муниципальных образований по вопросам экономического и социального развития территории. Это обусловлено еще и тем, что некоторые виды налогов являются федеральными. Соответственно, стимулировать их собираемость органам местного самоуправления представляется весьма трудным.

Кроме того, большая часть земель в РФ относится к федеральной собственности, в то время как могли бы выступать как постоянные источники доходов местных бюджетов. Поэтому здесь возникает мысль о возможном изменении перечня тех видов имущества, которое может находиться в ведении органов местного самоуправления, что соответственно увеличит доходную часть местных бюджетов.

Еще одна причина, влияющая на состояние бюджетной обеспеченности муниципальных образований, это изменение системы межбюджетного взаимодействия. Такая система предусматривает общее выравнивание доходного потенциала бюджетов, а также учитывает существующее различие расходных потребностей [7].

Но при этом существует ряд проблем, которые нуждаются в незамедлительном решении:

1. При решении вопросов местного значения не отражается в полной мере оценка реальных потребностей органов власти.
2. Отсутствует четкое разграничение полномочий в вопросах общего ведения органов государственной власти и местного самоуправления, в связи с чем возникают проблемы их дальнейшего финансирования.
3. Ограничения по вопросам межбюджетного регулирования.

Все вышеперечисленные проблемы указывают на необходимость внесения изменений, совершенствования механизма финансовой помощи органам местного самоуправления[3].

Одним из ключевых направлений муниципальной политики государства должно стать решение указанных проблем, и тем самым, обеспечение бюджетной самостоятельности муниципальных образований. Главная цель - заменить финансовую помощь вышестоящих бюджетов поступления из собственных доходных источников в регионах с достаточным уровнем социально-экономического развития.

В процессе некоторых исследований, были выделены основные направления, способствующие решению определенных вопросов:

1. Увеличение и укрепление доходной части местных бюджетов. Предполагается перераспределение доходов между различными уровнями власти, увеличение источников дохода местных образований, усиление роли местных налогов и придание некоторым налогам местного статуса. Также доходный потенциал кроется в развитии малого и среднего предпринимательства, чему в большей степени должны способствовать органы власти.
2. Формирование муниципальной собственности, что заключается в отмене жесткой регламентации вопросов владения муниципальными образованиями того или иного вида имущества.
3. Совершенствование межбюджетных отношений на субфедеральном уровне. Необходимость такого совершенствования обусловлена тем, что, несмотря на все еще существующие различия в бюджетной обеспеченности муниципальных объектов, не должны страдать качество и уровень оказываемых услуг гражданам. Наиболее предпочтительным здесь выступает такой механизм управления, где

предусмотрены четкое разграничение компетенции и ответственности между уровнями власти [5].

Таким образом, подводя итоги, отметим, что потенциал местного самоуправления в настоящее время используется не в полную силу, муниципальные образования существуют в основном за счет регулирования и выравнивания с помощью вышестоящих бюджетов. Обращаясь вновь к понятию бюджетной обеспеченности, отметим, что ее уровень указывает на состояние социально-экономического развития территорий. А поскольку многие муниципальные образования не имеют самостоятельности в некоторых вопросах, в том числе и в бюджетных, они не могут в полной мере обеспечить должную степень развития и качества жизни. Поэтому необходимо отметить важность и серьезность проработки данного вопроса. Проблемы обеспеченности бюджетов муниципальных образований нужно освещать не только на региональном, но и на национальном уровне. Деятельность тех территорий, которые являются с точки зрения некоторых показателей развитыми, должна стимулироваться различными методами, а те, что испытывают определенные затруднения, необходимо поддерживать.

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 01.10.2020) // Собрание законодательства РФ. - 03.08.1998. - № 31. - Ст. 3823.
2. Белев С.Г. Бюджет как инструмент экономического развития / С.Г. Белев, К.В. Векерле, Е.Т. Гурвич, А.Б. Золотарева, Н.С. Могучев, И.А. Соколов, Т.В. Тищенко, Н.И. Филиппова. -М.: Изд-во "Дом", 2019г. -72с.
3. Карпова В.В. Финансовый механизм распределения расходов региональных и муниципальных бюджетов: монография / В.В. Карпова, Т.П. Карпова, А.В. Ремжов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. - 188с.
4. Крохина Е.А. Бюджетное право России: учебник для вузов / А.Ю. Крохина - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва: Изд-во Юрайт, 2020. -345с.
5. Пинская М.Р. Потенциал роста налоговых доходов региональных и местных бюджетов: монография / под общ. ред. М.Р. Пинской. / М.Р. Пинская, С.В. Богачев, Н.Н. Башкирова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 147с.
6. Поварова А.И. Теоретико-методологические аспекты бюджетной обеспеченности региона / А.И. Поварова, М.А. Печенская // Проблемы развития территории. Вып. 5(51), 2010. - С. 43-33.
7. Скрыбин О.О. Государственное и муниципальное финансы: практикум / О.О. Скрыбин, Е.Ю. Бурова. - М.: Изд. Дом НИТУ "МИСиС", 2020. - 104с.
8. Шадыбеков К.Б. Государственное и муниципальное управление: терминологический словарь./ Под общ.ред. К.Б. Шадыбекова. / Исраилов А.А., Кожошев А.О. - Бишкек, 2014. - 434 с.

РАЗДЕЛ XX. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Буякова Ю.Л.

Анимационный контент как инструмент рекламного воздействия

Государственный университет управления
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/lj-02-2021-108

idsp: ljjournal-02-2021-108

Аннотация

В статье рассматривается анимационный контент и история его становления, как одного из самых эффективных инструментов воздействия на аудиторию. Изучен рынок анимации, проанализирован мировой опыт, а также положение анимационной рекламы в реалиях российской действительности. Рассмотрены тенденции анимационного контента. Сделано заключение о состоянии российского рынка анимационного контента.

Ключевые слова: анимационный контент, рынок анимации, тенденции анимационного рынка, мировой опыт анимации, российский рынок анимации

Abstract

The article presents a view on the transformation of socio-economic relations in the context of the development of artificial intelligence. Statistical data on the use of digital technologies by Russian and foreign companies are presented. The possibilities and threats of artificial intelligence application are investigated.

Keywords: artificial intelligence, digitalization, technology development, ethical issues

В современных условиях постиндустриального общества развитие рекламного рынка выходит за рамки человеческого понимания и сознания. Сейчас информация попадает в голову потребителей через различные рычаги воздействия: наружная реклама, нативная, indoor, реклама в СМИ (ТВ, радио, печатные), она на всем и по всюду: сувениры, транспорт и даже еда. На сегодняшний день самым востребованным форматом рекламы в России является интернет-реклама. По результатам аналитического опроса Data Insight и IAB Russia российский рынок делится на: контекстную рекламу (26%), баннерную (25%), видеорекламу (12%), лидогенерацию (10%), рекламу в социальных сетях (9%), спонсорскую рекламу (6%), мобильную рекламу (4%), rich-media (3%). Согласно прогнозам Cisco к 2021 году видеотрафик превысит 80% глобального потока информации в интернете. Если в 2016 году потреблялось в среднем 1,5 эксабайта на одного человека, то к 2022 прогнозируется уже 15,9 эксабайта. Гифки, анимация, видеопосты, синемаграммы стали неотъемлемой частью интернет-рекламы, и их популярность продолжает расти [1]. Актуальность статьи вызвана сверхбыстрым ростом использования анимационного контента в виде иллюстраций и моушн - видео. Тенденция использования данного контента начала пользоваться популярностью также и на российском рынке, однако профессиональные компетенции современных российских специалистов не всегда соответствуют тенденциям рынка в сфере всемирного анимационного контента. Основные причины возникновения этой проблемы связаны с аспектами качества итогового продукта. В свою очередь, качество анимационного контента отражается на поведении потребителя и является его следствием. Взаимосвязь легко прослеживается: анимационный ролик или иллюстрация должны захватить внимание потребителя (важно, чтобы это была

целевая аудитория) для того, чтобы в итоге была достигнута маркетинговая цель. Соответственно, если анализ потребностей был произведен неверно, была выбрана неверная цветовая палитра или выбран ошибочный набор инструментов, то это может отпугнуть потребителя, и, скорее всего, ему захочется быстрее избавиться от просмотра «творения». К сожалению, российская реальность такова, что набор компетенций современного дизайнера весьма ограничен, а кто является профессионалом в этом направлении, переполнен заказами.

Анимация — это эффект последовательного мультимедийного наделения изображения двигательными функциями и искусство создания мультипликации. Картинка начинает превращаться в анимацию при частоте смены кадров более 16 сек. Иллюстрация — изображение, сопровождающее, дополняющее и наглядно разъясняющее текст (рисунки, гравюры, фотоснимки, репродукции и т.п.). [2] Роль иллюстрации в рекламе достаточно определена. В телевизионной и наружной рекламе она несет на себе основную нагрузку. В печатных СМИ рекламная иллюстрация — рисованная или фотографическая — заставляет обратить внимание на рекламное обращение, а в следствии на продукт, активно воспринять его. Кроме привлечения внимания, иллюстрация несет на себе информативную, смысловую нагрузку. Сегодня в журнальной отрасли наступило время «просматривания», когда читатели получают 80% информации из названий статей, подзаголовков, подписей под изображениями и изображений, а не из основного содержания текста. Конечно, иллюстрация, в первую очередь, должна привлекать внимание потенциального потребителя и подчеркивать основной смысл рекламного сообщения. Видимые объекты помогают наиболее достоверно, полно, быстро и легко сформировать образ товара или услуги, связать его с определенными мыслями и эмоциями. Поэтому в рекламной полиграфии такую большую роль играют иллюстрации. Вторая функция визуализации — побуждение к покупке. Грамотно построенная иллюстрация способна вызвать интерес к восприятию всего основного текста рекламного объявления, а самое главное — товара. Идеальная иллюстрация выгодно демонстрирует товар или услугу в действии, а также их преимущества. Иллюстрацию выбирают, исходя из вида рекламы, поставленных задач и средства распространения рекламы, опираясь на предпочтения целевой аудитории. Покупатели используют как традиционные, так и нетрадиционные каналы для изучения и получения более детальной информации о конкретном товаре или бренде. [3]

Моуш-реклама или видео-реклама — рекламные видеоролики, размещаемые как внутри потокового онлайн-видео, так и на страницах сайтов, внутри текста статьи. Также размещение возможно в ленте социальных сетей. Данный вид рекламы относится к брендинг сегменту, так как оплата производится за выход рекламного сообщения. Видео-реклама используется для установления лучшей связи между потребителем и рекламодателем. Существует несколько форматов данной рекламы: in-stream: размещение рекламного видеоролика производится через внутренний поток онлайн-видео т.е. без предварительной загрузки файла на компьютер пользователя. В зависимости от места размещения по отношению к контенту, рекламный видеоролик может быть в формате преролла (перед началом показа видеоконтента), мидролла (прерывающий просмотр контента), постролла (после контента) или пауз-ролла (видеоролик, показываемый при снятии воспроизведения контента с паузы). Возможно также и не фиксированное рекламное размещение, аналогичное «плаванию» на ТВ, — all-roll/multi-roll, когда площадка/селлер размещает ролик на свое усмотрение, гарантируя определенное количество показов рекламы пользователям. Out-stream: размещение рекламного видеоролика вне потокового видео — внутри текста на сайте или в социальной сети. К видам out-stream рекламы IAB относит: in-article video — динамически загружаемое видео в текстовом пространстве, активируемое при скроллинге на него пользователя. Native video — рекламный ролик, который располагается, естественно вписываясь в основной контент страницы сайта или

социальной сети, хотя и четко идентифицируется как реклама. Виды нативной рекламы достаточно разнообразны, часть из них классифицируется как in-feed video, многие же виды создаются самим рекламодателем под кампанию. Interstitial video (transition ads) — видео, которое появляется при переходе между различными страницами контента. In-banner video — видеоролик внутри обычного web-баннера. Rewarded Video («вознаграждаемое видео»), видеоролик, как возможность получить баллы в игре. Формат ориентирован на пользователей мобильных устройств, и большая часть рекламы в нем относится к продвижению игровых приложений. [4] Рынок иллюстрированной рекламы можно разграничить по продуктовым, временным, географическим, также существует классификации по ориентированию на группу потребителей и на количество потребителей. После определения границ стоит учесть состав участников рынка: субъекты рынка — все те, кто участвует в производстве и потреблении анимационного контента, и объекты — все произведенные иллюстрации, анимации, моуш- видео и т.д.

Мировым гигантом в области создания анимационного контента является США, за ней следует Бразилия, Китай, Япония и страны центральной Европы. Развитие этого рынка в России также прогрессирует, но пока не позволяет занимать лидирующие позиции. Динамика сегмента связана как с ростом аудиторных показателей (объемов аудитории и времени потребления видео в интернете), так и с появлением и распространением инструментов для измерения и подтверждения качества размещения рекламы. Согласно опросу рекламодателей, который IAB Russia провела для Digital Advertisers Barometer, видеорекламу используют 55% респондентов, а мобильное видео — 38%. Среди опрошенных офлайн-компаний доля использующих видеорекламу несколько выше, чем среди онлайн-компаний. Что касается бизнеса, то бренды-производители используют ее в 2 раза чаще, чем ритейлеры или сервисы (78% vs. около 40%), а у рекламодателей категории FMCG и «Техника» она в два раза популярнее, чем у рекламодателей категории «Финансы» и онлайн-ритейлеров (~80% vs. ~40%). Специализированные видеоресурсы, включая сайты телеканалов, обеспечили рынку 62% всех просмотров видеорекламы, еще 16% пришлось на социальные сети, 6% — на порталы и 6% — на новостные ресурсы. Оставшиеся 10% просмотров рекламы пользователи совершили на сайтах других тематик, что можно считать долей монетизированного видеоконтента при встраивании плеера на различных ресурсах. Мониторинг Mediascope показывает, что не все зрители видеоконтента в интернете одинаково востребованы у рекламодателей. Мужчины составляют 61% от зрителей, но только 47% видеорекламы приходится на них. Соответственно женская аудитория, наоборот, в дефиците: 39% просмотров видеоконтента против 53% просмотров видеорекламы. Среди возрастных групп пользователи 35-44 лет остаются недооцененными у рекламодателей, треть просмотров контента приходится именно на них, хотя в структуре рекламных просмотров они составляют лишь 19%. [5]

Теперь обратимся к современным тенденциям: 3D анимация — процесс изменения свойств (параметров) трехмерного объекта с течением времени, становится особенно популярно из-за развития новых технологий, человеку уже недостаточно наблюдать за предметом, нужно видеть его со всех сторон, ощущать взглядом. VFX — визуальные эффекты, которые создаются в кино, рекламных роликах при совмещении отснятого реального контента и компьютерной обработки, чтобы показать детали и эстетику, которые способствуют построению более красивой картинки до повышения драматических моментов и увеличения общего эффекта от рекламы. VR — виртуальная реальность, смешивание 2D и 3D, GIF — благодаря их малым масштабам и широкой доступности, gif являются отличным способом привлечь клиентов и поделиться идеями, особенно в социальных сетях. GIF могут быть еще больше использованы компаниями, которые хотят продавать себя в цифровом пространстве. Сложные 3D и VFX — из-за их способности к визуальной инкапсуляции, чрезвычайно сложные 3D-

видео и тому подобное выделяются из толпы всего заурядного и посредственного, предлагая пользователю уникальный визуальный опыт, несравнимый ни с чем другим. [6] Анимированные логотипы — это еще один тренд, который обеспечивает бренду узнаваемость и привлекает внимание. Красочные цветовые палитры, основываясь на сочетании цветов, все еще привлекают внимание аудитории. Ретро-графика — использование ретро элементов, технологий для создания анимации. Морфинг — плавное преобразование одного предмета в другой. Кинетическая типографика — использования всех возможностей шрифта от растягивания и замены гарнитуры до изменения цвета. Конторы и тонкие линии, подчеркивающие каждую деталь. Зернистая текстура тренд, используемый в моушн-дизайне для придания шума визуальным элементам. Цифровой сюрреализм и абстракция — стиль изображает сюрреалистический виртуальный мир, состоящий из четких визуальных элементов и материалов, которые кажутся одновременно знакомыми и воображаемыми. Сочетание натурального материала и цифрового дизайна допускает поведение, которое было бы невозможно в реальной жизни. [7]

Следует упомянуть о важности создания анимационного контента, как самый прогрессирующий вид digital рекламы. Эта популярность вызвана бурным развитием и появлением новых технологий, которых с каждым годом становится все больше и больше. Мировые аналитики пророчат России прорыв, ведь уже наблюдается появление арт-студий анимационного контента, создающих качественную рекламную продукцию, входящие в топ-20 мирового рынка. Также российский рынок богат рекламным мусором, безвкусным контентом, от которого устал потребитель. Именно поэтому для того, чтобы привлечь драгоценное внимание целевой аудитории, нужно сначала произвести анализ нужд, который продемонстрирует интересы целевого потребителя, затем, на основе полученных данных, создавать контент, который выделится и запомнится потребителю.

1. IAB Russia Digital Advertisers Barometer – Режим доступа: <https://datainsight.ru/iab-barometer-2019>
2. История анимации – Режим доступа: <http://animation-ua.com>
3. Васильева О. А., Восканян И. Г. Интерактивные маркетинговые технологии как тенденции развития рынка косметических услуг. Наука и бизнес: пути развития, № 11 (101) 2019 - с. 126
4. Анимация в рекламе – Режим доступа: <http://poleznyi.com>
5. Исследовательская компания Mediascope – Режим доступа: <https://mediascope.net/>
6. Vasilyeva O.A. Neuromarketing Technologies in the Advertising Industry. Наука и бизнес: пути развития, № 10 (100) 2019 - с. 151-153
7. Болкова Д.А. Современные технологии создания анимационного рекламного ролика – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

Иневатова О.А., Ремзов А.С.

Рекламный маркетинг. Путь к успешной рекламной кампании

*ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»
(Россия, Оренбург)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-109

idsp: ljjournal-02-2021-109

Аннотация

Данная статья отражает общую характеристику влияния рекламы на современную экономику и потребителя. В статье реклама рассматривается как фактор неценового потребительского спроса, а также в качестве средства коммуникации. В нашем мире реклама играет все большую роль в жизни людей, в особенности – в развитии рыночной экономики и маркетинга. Все утверждения, гипотезы и выводы

данной статьи были сделаны на основе уже имеющихся статистических данных, которые отражают сущность и особенности развития современной рекламы.

Ключевые слова: Рыночная экономика, потребительский спрос, маркетинг, рекламная коммуникация.

Abstract

This article reflects the general characteristics of the impact of advertising on the modern economy and the consumer. In the article, advertising is considered as a factor of non-targeted consumer demand, as well as as a means of communication. In our world, advertising plays an increasingly important role in people's lives, especially in the development of the market economy and marketing. All statements, hypotheses and conclusions of this article were made on the basis of already available statistical data, which reflect the essence and features of the development of modern advertising.

Keywords: Market economy, consumer demand, marketing, advertising communication.

Всем известно, что современный мир буквально переполнен рекламой: вывески, постеры, билборды, листовки, рассылки, каталоги, реклама на телевидении и в интернете. Производители стремятся к колоритной, выразительной подаче своих товаров и услуг. Разумеется, они делают это вовсе не по своей прихоти: мы живем в обществе потребления; во времена жесткой рыночной конкуренции. Товаропроизводители вкладывают все больше сил в анализ рынка, маркетинговые исследования и, разумеется, рекламную составляющую. В сложившейся ситуации реклама выступает одним из основных факторов прибыльной реализации товаров и услуг. Важно отметить, что данное положение актуально как для экономически развитых стран, так и для тех, что только сделали шаг в сторону рынка.

Какое же положение занимает реклама в современной экономической системе? Каково ее влияние на рынке? Всегда ли реклама оказывает должный эффект на потребителя? Кто отвечает за рекламные кампании предприятий? Что является определяющим фактором эффективности рекламы?

На протяжении долгих лет главной задачей рекламы было информирование потенциальных клиентов об ассортименте, ценах, местах приобретения и т.д., а также убеждение потребителей в необходимости приобретения товаров и услуг (формирование потребительского спроса).

Первые упоминания о рекламной практике причисляются к глубокой древности. В ходе раскопок были найдены многочисленные письменные заметки о покупке или продаже. Считается, что первые рекламные записи появились в Египте – они свидетельствовали о работоторговле. Помимо письменных источников рекламные тексты были обнаружены на стенах и плитах, чаще всего высеченные специальными инструментами или написанные краской.

К нашему времени задачи рекламы не просто сохранили свое значение – они эволюционировали в своем влиянии на рыночную структуру. Основными направлениями этого влияния являются:

- рост объемов продаж;
- массовый сбыт;
- развитие конкуренции;
- массовое производство;
- влияние на цены;
- влияние на циклы производства товаров;
- доходы и развитие СМИ.

На основании результатов маркетинговых и экономических исследований можно сделать вывод о том, что рекламный рынок является одним из наиболее динамично развивающихся рынков. Темпы его развития и затрат на рекламу превышают темпы роста валового продукта развитых стран и темпы инфляции в мире [1].

Говоря о влиянии рекламы на экономику нельзя не отметить тот факт, что современная реклама – понятие яркое и вездесущее. Именно поэтому она не ограничивается границами рынка. Сейчас можно говорить об эстетической, образовательной, идеологической составляющей рекламы, однако ее основные задачи всегда будут направлены на помощь в коммерческой деятельности. Благодаря рекламе налаживается связь между хозяйствующими субъектами, производителями и, разумеется, потребителями. Реклама поддерживает конкуренцию и дает товаропроизводителям стимул к производству более качественных или же абсолютно новых товаров, тем самым расширяя выбор покупателей.

Если современный товаропроизводитель не желает пользоваться услугами рынка рекламы для привлечения покупателей, то чаще всего спрос на его продукцию относительно мал, что в свою очередь ведет к риску быть отодвинутым более сильным, продвинутым конкурентом. Именно поэтому реклама имеет большое значение на ранних этапах формирования организации. В случае, если организация уже имеет достаточное влияние на рынок сбыта, реклама позволяет удержать своего постоянного покупателя.

Однако не стоит думать, что реклама всегда оказывает ожидаемый эффект на потребителя. Рекламу часто критикуют за навязчивость, необъективность; кто-то обвиняет рекламу в манипулировании и откровенной лжи. В маркетинговой практике существует немало примеров того, когда реклама негативно сказывалась на положении, а иногда и бюджете товаропроизводителя. Рассмотрим это на конкретных примерах:

В 2012 Ferrero – итальянский производитель шоколадной пасты Nutella – был втянут в судебные разбирательства из-за рекламного утверждения о пользе своего продукта. Ferrero связывал шоколадную пасту со «здоровым завтраком» для детей, однако это полностью противоречило составу, ведь Nutella содержит более 20 граммов сахара и 11 граммов жиров на порцию.

Иск против компании подала жительница Калифорнии, утверждая, что была введена в заблуждение рекламой и дала пасту Nutella своему ребенку, не осознавая, что в ней содержатся вредные ингредиенты.

Производитель шоколадной пасты Nutella выплатила 3,05 млн. долларов после того, как суд поддержал иск потребителей, подтвердив, что компания распространяла в рекламе ложную информацию о пользе своего продукта.

Или другое:

В 2011 McDonald's запустил в эфир рекламный ролик, где 5-летняя девочка предлагает мальчику-ровеснику стать ее бойфрендом. Однако мальчишка отказывается, потому как не хочет «содержать» свою подругу. Но, как оказалось, девочка была не требовательна, и все что ей нужно – это порция картошки-фри от McDonald's. Рекламу раскритиковали филиппинские священники, которые заявили, что видео пробуждает в детях расчетливость и корысть, одновременно продвигая стереотип о женской расчетливости.

Данные примеры показывают то, насколько осторожным нужно быть при составлении рекламной тематики. Ведь в случае провала производитель может лишиться не только своего престижа, но и потерпеть серьезные убытки. Разумеется, компании также теряют своих клиентов (постоянных потребителей), что может способствовать снижению влияния товаропроизводителя на рынке.

Таким образом, перед организацией рекламной кампании производителю необходим четко продуманный план, отвечающий всем этическим требованиям.

Именно поэтому реклама не должна затрагивать те сферы общества, которые могут вызвать противоречия между потребителем и производителем. Но как же понять, как именно общественность отреагирует на ту или иную рекламу? Для решения этого и многих других вопросов, касающихся рекламы, существует отдельная сфера деятельности – рекламный маркетинг.

Рекламный маркетинг – это наука и искусство по овладению и управлению рынком рекламы с целью удовлетворения потребностей рекламодателей в эффективном влиянии на покупательскую целевую аудиторию с помощью рекламных средств [2].

Данный вид маркетинга можно позиционировать как систему, которая позволяет связать товаропроизводителя и потребителя посредством рекламы. Все начинается с привычного нам анализа рынка, а именно – с изучения состояния сбыта и запросов потенциального покупателя. Далее составляется подробный план рекламной кампании, после чего происходит ее реализация.

В наше время реклама – это один из видов массовой коммуникации, поэтому важно отметить, что при разработке рекламы маркетологи стараются сделать акцент не на выгоде от приобретения товара, а на том, как и в какой степени он может удовлетворить запросы потребителя. С точки зрения маркетинга можно сказать, что реклама ведет монолог, цель которого заключена в убеждении потребителя совершить покупку.

В настоящее время маркетологи прибегают к следующим методам рекламного воздействия на потребителя:

1. игра на психологических потребностях:
 - потребность в принадлежности;
 - престиж и статус;
 - любовь и забота.
2. акцентирование на комфорте;
3. стимулирование людского азарта;
4. убеждение в экологичности и безопасности товара;
5. подсознательное влияние;
6. привлечение научных фактов.

При выборе форм и методов рекламы учитываются следующие факторы:

- a. стоимость товара;
- b. частота размещения;
- c. степень охвата аудитории.

Современный рынок характеризуется множеством путей распространения рекламы – это могут быть рекламные щиты, реклама на транспорте, в газетах и журналах, на радио и т.п. Однако 21 век – век информационных технологий, поэтому все больше маркетологов уделяют внимание ТВ-рекламе и рекламе в интернете. Чаще всего реклама транслируется СМИ, размещается в социальных сетях, на медийных порталах, форумах и блогах. Разумеется, внешняя реклама не потеряла своей актуальности, однако по статистическим данным все больше людей узнают о рекламных предложениях именно посредством телевидения или интернета.

В маркетинге совокупность процессов реализации и распространения рекламы называется рекламной коммуникацией. Рассмотрим ее основные элементы:

- адресат (получатель);
- отправитель (коммуникатор);
- рекламный контакт.

Под адресатом подразумевается потребитель, а именно – аудитория, на которую будет направлена рекламная кампания. Роль адресата в этой схеме определяющая, потому как именно от аудитории будет зависеть то, каким образом будет изложена

реклама. Отправителем считается сторона, от имени которой было послано рекламное сообщение. В момент, когда рекламная информация отправителя достигает адресата, возникает рекламный контакт. Важное место здесь занимает кодирование информации. Коммуникатор должен отталкиваться от своей аудитории и использовать код, хорошо знакомый получателю [3].

При формировании рекламной коммуникации стоит обратить внимание на барьеры, с которыми сталкивается отправитель. Это могут быть этические или религиозные установки, цензура, законодательство. Разумеется, наличие рекламных фильтров непосредственно связано с выбором целевой аудитории. Именно она определяет то, какой должна быть рекламная кампания. Изучением данного вопроса также занимается рекламный маркетинг.

В наши дни реклама является одной из важнейших задач, которые ставят перед собой маркетологи. Причиной тому – особая специфика рекламы, которая способствует успешному решению главного вопроса маркетинга, а именно – продвижению и сбыту товара.

В процессе создания и реализации рекламной кампании маркетологи придерживаются определенной стратегии, которая подразумевает планирование рекламного обращения, что, в свою очередь, является ответом на вопрос: «как добиться максимальной эффективности от рекламы?».

Планирование рекламной кампании включает в себя несколько этапов:

1. Проведение анализа рынка, постановка целей и задач. На этом этапе рассматриваются возможные варианты подачи информации и решается, какими способами можно максимизировать отдачу от проведения рекламной кампании.

2. Выбор аудитории и определение рыночного сегмента. Как мы выяснили, аудитория ставит перед нами несколько задач – рекламные барьеры, актуальность, коммуникация. Маркетологи исследуют показатели потребностей рыночного сегмента, в особенности изучают спрос на определенный товар фирмы. Потребителей разделяют на определенные группы, которые могут характеризоваться возрастной категорией, социальным статусом, уровнем дохода и т.д. После этого маркетологи определяют наиболее подходящее содержание рекламы, способное удовлетворить и, что важно, не оттолкнуть целевую аудиторию.

3. Разработка концепции рекламы. Данный этап предполагает творческую деятельность маркетологов, целью которой является определение идеи и темы проекта. Здесь решается вопрос о том, как именно нужно преподнести информацию, чтобы она была понятной и в то же время привлекательной, цепляющей.

4. Выбор каналов распространения рекламы. Очевидно: какой бы хорошей не была реклама, она не будет оценена, если никто ее не увидит. Именно поэтому маркетологи ищут пути, по которым ее можно распространить. Правильным подходом считается давать рекламу там, где больше слушателей или читателей. В современном обществе такими каналами выступают СМИ и интернет. На этом этапе также определяется срок размещения рекламы и её периодичность.

5. Расчет бюджета на проведения рекламных мероприятий. Проведение рекламной кампании зачастую требует значительных финансовых вложений. Затраты на рекламу принято относить к текущим издержкам. Рекламный бюджет зависит от многих факторов: уровень конкуренции на рынке, охват целевой аудитории, престиж каналов распространения и др. Чаще всего эффективность рекламы прямо пропорциональна размеру вложений, поэтому расчет бюджета играет немалую роль в ее создании.

Подводя итоги, можно смело сказать, что реклама – понятие сложное и многогранное. Она является одним из наиболее значимых неценовых факторов потребительского спроса, но в то же время характеризуется как отдельный вид коммуникации. Мало того, для передачи рекламного сообщения сложились

определенные тенденции, влияющие на ее содержание. Маркетологи ежедневно отслеживают эти тенденции, изучают их и даже прогнозируют грядущие. Можно смело предположить, что рекламная стратегия напрямую зависит от окружающего нас мира, а точнее – от событий, происходящих в нем. Каждый день приносит нам что-то новое, сознание людей периодически меняется. Вместе с этим меняется и реклама.

В самом деле, реклама прошла немалый исторический путь. Разумеется, она значительно преобразилась, однако ничуть не потеряла своего первоначального значения, а в некоторых аспектах даже расширила его. На сегодняшний день реклама имеет немалую ценность, которая отмечается в различных отраслях современного общества, что определяет разнообразие её типов: политическая, социальная, коммерческая (товарная) и т.д.

Известный маркетолог Дэвид Огилви определял рекламу следующим образом: «Реклама – это эффективный способ торговли». И, действительно, современный рынок не может обойтись без рекламы, и потому эта сфера развивается с особой динамикой, увеличивая спектр своего влияния с каждым годом.

1. Золотарева Л. Г. Современная реклама как экономический и социокультурный феномен // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – Москва, - 2006. – № 102. - С. 50-56.
2. Васильев Г.А. Поляков В.А. Основы рекламной деятельности. – Москва, Юнити-Дана, - 2004. - 414 с.
3. Мирзабекова М.Ю. Маркетинг рекламной деятельности // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – Новосибирск, - 2014. – № 24. - С. 87-95.

Каменская Д.Д.

Возможности использования теории архетипов в брендинге

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-110

idsp: ljjournal-02-2021-110

Аннотация

Статья посвящена возможностям использования теории архетипов в маркетинге. Автор рассмотрена типологизация архетипов по К.Пирсон, приведены примеры их использования мировыми брендами. Изложены положительные стороны использования теории архетипов в процессе формирования брендов, а также неоднозначные взгляды на этот подход.

Ключевые слова: маркетинг, архетип, брендинг, позиционирование, бренд, восприятие, потребитель

Abstract

The article is devoted to the possibilities of using the theory of archetypes in marketing. The author considers the typology of archetypes according to K. Pearson, gives examples of their use by world brands. The positive aspects of using the theory of archetypes in the process of brand formation, as well as ambiguous views on this approach, are described.

Keywords: marketing, archetype, branding, positioning, brand, perception, consumer

В настоящее время на любом рынке, разрываемом конкуренцией, невозможно обойтись без четкой и понятной каждому платформы позиционирования. Особую значимость этот аспект приобретает для компаний, стремящихся перевести свою торговую марку в бренд. Помимо создания таких необходимых атрибутов, как логотип,

слоган, фирменный стиль, брендбук., компания следует вдумчиво и тщательно проработать образ, планируемый к созданию в головах потребителей своей целевой аудитории, а также понимать, какое позиционирование будет положительно или благосклонно ею восприниматься. Для решения этой задачи маркетологи часто обращаются к классической теории архетипов, предложенной психоаналитиком К. Юнгом. Доказано, что бренды, четко соответствующие определенному архетипу, реально и стабильно увеличивают прибыльность и успех компании. [1] Однако до сих пор специалисты расплывчато понимают, как использовать данный подход в позиционировании бренда, а также какие преимущества и опасности следует учитывать в процессе. Прежде чем углубиться в область практического маркетинга, необходимо вспомнить, что из себя представляет архетип. Не углубляясь в психологию, следует обозначить, что архетипы - врожденные и универсальные для всех людей модели поведения. Тема архетипов возбудила интерес во многих ученых, впоследствии давших развитие этой теории. Теорию архетипов с маркетингом связала и описала американский писатель и педагог К.Пирсон, которая в своих трудах описала архетипы и расширила первоначальное их количество, увеличив его до 12 типов. Ниже представлено краткое описание архетипов [2]:

– *Простодушный / Невинный.* Главное желание Невинного заключается в легкой и беззаботной жизни. Это спонтанный и доверчивый ребенок, который, хотя и зависим от других, оптимистично пускается в путь. Невинный боится быть покинутым и ищет безопасности. Его сильные черты, доверие и оптимизм, располагают к себе других.

– *Славный Малый / Свой парень / Сирота.* Славный малый понимает, каждый в мире имеет значение, как и он сам. Этот архетип выглядит простым, но в его простоте заключена глубина человека, которого уже задела жизнь. Его сильные черты – умение поддержать и быть полезным, а также прагматичный реализм, которому ему пришлось научиться с ранних лет.

– *Воин / Герой.* Жесткий и храбрый, этот архетип помогает устанавливать цели и добиваться их, преодолевать препятствия. Воин относительно прост в своих мыслительных паттернах: он ищет возможности просто победить все, с чем сталкивается.

– *Хранитель / Заботливый / Наставник.* Хранитель – это альтруист, движимый состраданием, щедростью и самопожертвованием для того, чтобы помочь другим. Опекун помогает нуждающимся и выстраивает структуры для укрепления жизни и здоровья, питает отвращение к эгоизму.

– *Искатель / Землепроходец / Странник.* Искатель покидает знакомое, чтобы открыть и исследовать неизвестное. Этот внутренне суровый человек смело встречается с одиночеством и изоляцией, чтобы искать новые пути. Он много учится, полон амбиций на своем пути и часто избегает взаимодействия с другими людьми и взаимопомощи. Ему важно «сделать это самому», он продолжает движение, пока не найдет свою цель.

– *Разрушитель / Изгой / Бунтарь.* Разрушитель воплощает подавленную ярость в отношении структур, которые больше не служат жизни, даже если такие структуры поддерживаются социумом или сознательным выбором. Бунтарь – боец, он не заботится о своей безопасности и может подвергнуть опасности других.

– *Любящий / Любовник / Романтик / Эстет.* Архетип Любящего определяет все виды любви: родительскую, дружескую, духовную, но легче всего узнать его в романтической любви. Этот архетип готов принимать на себя обязательства и следовать за предметом своей страсти. Это персонаж, жаждущий ответа от мира, ожидающий любви и восхищения от других существ также, как восхищен ими сам.

– *Творец*. Архетип Творца поощряет любые порывы воображения: от высокого искусства до мельчайших инноваций в жизни или работе. Это тот, кто постоянно создает свои реальности, но при этом очень нуждается в базовом реальном мире снаружи, иначе он чувствует себя незащищенным и одиноким.

– *Правитель*. Архетип Правителя нацелен на то, чтобы взять ответственность за жизнь всего царства и за общество в целом. Он дает закон и порядок миру, который был им создан.

– *Маг / Волшебник / Иной*. Архетип Мага исследует фундаментальные законы науки и метафизики чтобы понять, как трансформировать ситуации, влиять на людей и превращать видения в реальность. Его задача состоит в том, чтобы трансформировать и преобразовывать что-то или кого-то.

– *Мудрец / Философ*. Мудрец – искатель истины и просветления, который отправляется в далекие путешествия за еще одним золотым слитком знания. Его самая светлая надежда в том, что он действует честно и объективно. Мудрец учится видеть с ясностью, которая поможет увидеть правду и отделить ее от обмана.

– *Шут*. Архетип Шута побуждает наслаждаться простым течением жизни. Цель Шута - наслаждаться жизнью как она есть, со всеми ее парадоксами и дилеммами. Его больше всего страшит недостаток событий и впечатлений, и быть «не живым». Он нуждается в том, чтобы постоянно находиться в состоянии бурлящей жизни.

Поскольку в маркетинг архетипы перешли из психологии, они имеют глубинную связь с подсознанием человека, а, следовательно, создавая бренд на основе определенного архетипа, компания сразу удовлетворяет одну из основных психологических потребностей не только у потенциального клиента, но и личности вообще – быть понятым. Происходит не только передача информации, но также проявляется эмоционально-психологический климат взаимодействия, который напрямую влияет на эффективность и долгосрочность деловых взаимоотношений. Важно понимать, насколько участники коммуникативного процесса адекватно оценивают ситуацию, способны отражать свои чувства, понимают личностные и деловые мотивы партнера, уровень его умственных способностей и профессиональные навыки. [3] Отражая в бренде характер, который присущ самой целевой аудитории или ее желанию обладать определенными чертами, бренд и потребитель сближаются, и последний начинает воспринимать бренд, как своего товарища или часть самого себя. В подсознании срабатывает принцип «мы с тобой одной крови». Бренд похож на потребителя, не идет вразрез с его мировоззрением, значит, всё создано для него – таково восприятие бренда с правильным позиционированием. Обращение к «опыту опытов» есть первая причина использования архетипов в брендинге. Вторая причина связана с фрагментарностью марочных коммуникаций. Ежедневно потребитель сталкивается со множеством рекламных сообщений, которые остаются в его подсознании фрагментами. [4] Организация марочных коммуникаций по архетипическому принципу обеспечивает легкость узнавания каждого отдельного сообщения, их интеграцию в единое целое и заполнение «пустот» неприятия, недоверия и непонимания личным опытом. Третьей причиной использования архетипов в брендинге является «управление значением». Именно глубокий смысл и важность коммуникации для потребителя создает его приверженность бренду, однако глобальный смысл невозможно сформировать с помощью коротких, даже частых, коммуникаций. [5] На этапе, когда такое значение еще не создано, в связи с не длительным взаимодействием с брендом, можно использовать значения, сформированные жизненными ситуациями потребителя.

В итоге, при использовании архетипов складывается наиболее желаемая картина для любой компании: бренд берет потребителя за руку, и вместе они отправляются в путешествие, длительность которого уже зависит от последующих действий компании. Тем не менее, в использовании метода архетипов есть своя опасность. Несмотря на то, что данный метод понятен интуитивно, и даже не обладая определенными знаниями в области маркетинга, определить атрибуты и стратегию бренда становится возможным, использовать исключительно данный метод при разработке бренда значит запутаться не только в собственном позиционировании, но в ведении марки вообще. Более того, избрав исключительно один архетип и придерживаясь лишь его, возникает опасность лишить свой бренд развития, свежих мыслей. В таком случае он может просто выбыть из коммерческой гонки. Для решения данной проблемы следует помнить, что хотя метод архетипов является действительно яркой и полезной в брендинге системой, специалистам, особенно начинающим, необходимо помнить о том, что лучше всего этот метод работает в качестве уточнения стратегии позиционирования, но плохо подходит для создания бренда с нуля. Лишь используя его в связке с другими методами разработки бренда, можно получить качественный результат. [6] Для гибкости использования теории архетипов в брендинге были введены две шкалы «стабильность-изменения» и «принадлежность-индивидуальность», в соответствии с которыми распределены базовые архетипы:

- на шкале «стабильность» закреплены правитель, заботливый, творец;
- на шкале «изменения» расположены волшебник, герой, бунтарь;
- на шкале «принадлежность» отражены шут, любовник, славный малый;
- на шкале «самопознание» присутствуют мудрец, простодушный, искатель

Подобное шкалирование помогает определять общие мотивы и ценности, близкие потребителю, что в последствии даст подсказку: чертами какого архетипа, помимо ведущего, можно наделить свой бренд, чтобы не создать диссонанс с существующим позиционированием. Это поможет создать последовательное развитие бренда и избежать смешения противоречащих образов. Ниже представлена таблица, в которой отражены примеры брендов в соответствии с архетипами и основным ценностным посылом потребителю.

Бренды	Архетип	Коммуникационное сообщение
Sony, Williams - Sonoma	творец	создавать нечто новое
Nokia, AT&T (Ma Bell), DHL	заботливый	заботиться о других
American Express, E-bay	правитель	осуществлять контроль
LG, Miller Lite, Red Bull, Bounty	шут	приятно проводить время
PlayStation, Wendy`s	славный малый	быть в порядке, как и они
Hallmark, Nestle	любовник	искать и дарить любовь
Nike, Apple, Honda	герой	действовать смело
Harley – Davidson, Calvin Klein	бунтарь	нарушать правила
Calgon, GE, Mazda	маг	осуществлять превращения
Ivory, Lufthansa	простодушный	сохранять или обновлять веру
Levi`s, Diesel	искатель	отстаивать независимость
Wikipedia, Oprah`s Book Club	мудрец	понимать этот мир

Более подробно стоит проанализировать архетип бренда Disney. Данный бренд является ярким представителем архетипа Волшебник (Mag), целью которого является преобразование мира посредством воплощения мечтаний в реальность. Выбор компании в пользу данного архетипа очевиден, ведь целевой аудиторией являются дети. Именно эта целевая аудитория воспринимает понятие «волшебство» наиболее канонично. Кроме того, исходный и основной продукт компании – мультипликация –

как ничто иное иллюстрирует жизненную цель Волшебника, а именно создание нового мира. Таким образом, архетип прослеживается в данном бренде с момента его основания. Он не был избран маркетологами после, он был рожден вместе с ним.

На логотипе бренда Disney изображен замок, и даже в черно-белом варианте легко угадываются очертания именно волшебного замка: множество башенок, увенчанных флажками, дуга над замком – след падающей звезды. Использование именно темно-синего неба также имеет свои основания. Во-первых, на рисунке изображены сумерки, вечернее время, что так же ассоциируется со временем сна и мистики, а падающая звезда лишь дополняет образ – под падающие звезды традиционно загадывают желания. Также, если обратиться к психологии цвета, то можно заметить, что синяя гамма символизирует вселенную, мечтательность, мудрость, освобождение от страхов. И это как ничто лучше соответствует образу Волшебника. Отдельно стоит отметить создание Disneyland. Данное решение переводит бренд на совсем другой уровень с точки зрения роста архетипа. "Where Dreams Come True", – таков слоган Disneyland, и он описывает замысел как нельзя лучше. Волшебник создал свой собственный, совершенно особенный мир не только в форме мечтаний – мультфильмов – но смог воплотить его в реальности. Волшебство сработало, и мечты стали осязаемы. Правильный выбор архетипа и его развитие принесли свои плоды, и на сегодняшний день Disney все так же успешно творит свое волшебство, как и в прошлом веке.

Следует понимать, что архетипы в итоге – не строгий свод правил в позиционировании бренда. Это лишь каркас, помощник в построении истории, которую бренд доносит до потребителя или вектор, который задаст общее направление движения. И для оптимальной работы с этим инструментом стоит подходить к нему разумно и, возможно, с некой долей критики. Лишь пользуясь множеством инструментов возможно получение качественного результата. Одной из основных задач производителя является не только создание близкого потребителю продукта, но и организация эффективных маркетинговых коммуникаций при взаимодействии с потребителем на рынке. [7] На основании изложенного материала можно сделать вывод, что метод архетипов в брендинге является хорошим помощником для уточнения позиционирования бренда. У данного метода есть как свои последователи, так и противники, что показывает общую заинтересованность в данном вопросе. К настоящему моменту многие компании и специалисты разработали собственные подходы к данному методу, их изучение и применение так же поможет в работе с данным инструментом. Таким образом, метод архетипов в брендинге является перспективным, хоть и не однозначным, направлением работы с брендом.

1. Ивашенко А. Теория архетипов и практика брендинга – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article19720.html>
2. Пирсон К., Марк М. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. – М.: Питер, 2005
3. Васильева О.А. Эффективная обратная связь - ключевой фактор успешности коммуникационного процесса. Международный научно-исследовательский журнал, 2012
4. Аакер Д.А. Создание сильных брендов – М.: ИД Гребенникова, 2003
5. Соловьев Д. Метод архетипов в брендинге: – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/234/21626/>
6. Лос Ю. Как использовать метод архетипов в брендинге – Режим доступа: <https://yulialos.com/archetypes/kak-ispolzovat/>
7. Васильева О.А., Дергачева М.Е. Особенности гендерного маркетинга на рынке косметических средств. Журнал «Наука и бизнес: пути развития» science and business: development ways № 8 (86) 2018, с. 86-90

Попова В.Н.

**Роль бренд-айдентики во внутрикорпоративных отношениях на примере
компании «Р.Д.Менеджмент сервисез»**

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-111

idsp: ljjournal-02-2021-111

Аннотация

В статье представлены результаты исследования влияния бренд-айдентики на корпоративные отношения. Объектом стала компания «Р.Д.Менеджмент сервисез», специализирующаяся на оказании услуг в области управления коммерческой недвижимостью. Автор делает выводы о том, какую роль играет фирменный стиль для внутрикорпоративных отношений.

Ключевые слова: бренд-айдентика, внутрикорпоративные отношения, компания, сотрудники

Abstract

The article presents the results of a study of the influence of brand identity on corporate relations. The object was the company "R.D. Management Services", specializing in the provision of services in the field of commercial real estate management. The author draws conclusions about the role of corporate identity for internal corporate relations.

Keywords: brand identity, internal corporate relations, company, employees

Наличие и развитие корпоративного фирменного стиля имеет определяющее значение для повышения конкурентоспособности, имиджа и узнаваемости компаний как в профессиональной среде, так и для потребителей товаров или услуг. При знакомстве с компанией клиент сталкивается, в первую очередь, с атрибутами бренда, с его отличительными чертами. Бренд-айдентика помогает наладить коммуникацию между компанией и клиентом, создает положительный образ в восприятии потребителя. Безусловно, бренд является более системным явлением, чем просто красивый запоминающийся логотип или форменная одежда сотрудников компании. Это ценностные ориентиры компании в сознании клиента. Однако без айдентики невозможно сформировать первое впечатление о компании.

Роль бренд-айдентики для внешней среды компании рассматривается широко. Важность логотипа как элемента визуальной идентичности бренда в рыночных условиях очевидна. В среднем каждый житель мегаполиса в течение дня сталкивается с 1200 логотипами. Логотип является первым коммуникатором компании, именно он олицетворяет историю, уникальность, ценности компании, которая стала брендом. [1] Понятие отличительных элементов бренда может рассматриваться в узком и широком смыслах. В узком смысле это такие составляющие как логотип, слоган, фирменный стиль. В широком смысле это рекламные сообщения, каналы распространения, медиастратегии. В настоящей статье айдентика бренда будет представлена в узкой понятийной направленности. К основным задачам, решаемым бренд-айдентикой, относят [2]:

- закрепление узнаваемого образа компании в глазах целевой аудитории;
- доступность для потребителя и легкая идентификация,
- выделение бренда среди конкурентов, привлечение к нему внимания.

Если бренд является узнаваемым и понятным, то велика вероятность формирования лояльного отношения со стороны потребителей и инвесторов. В качестве примера можно рассмотреть айдентику бренда Coca-Cola. Первые ассоциации с брендом, возникающие в сознании – Рождество, волшебство, Санта-Клаус, семья. Это

система общечеловеческих ценностей, которая глубже и прочнее впечатлений, связанных с молодежными трендами, на которые опирается их конкурент – Pepsi, ассоциируясь, в первую очередь, с медийными личностями – Дэвидом Бекхэмом, Кристиной Агилерой, а также с молодежью, футболом, кинотеатрами. Сегодня Coca-Cola по версии Interbrand, является самым дорогим брендом на планете. Pepsi же занимает 26 место в списке. Таким образом, обеспечивается успешная коммерческая и публичная деятельность. [3] Другим примером значимости айдентики может стать бренд Nescafé. Для определения иерархии важности атрибутов бренда было проведено исследование среди офисных работников компании. Выборка составила 100 человек. В анкете были представлены 4 атрибута айдентики бренда: логотип, упаковка, фирменный стиль и POS-материалы, на которые чаще всего обращает внимание потребитель в точках продаж. По результатам проведенного анкетирования стало известно, что 37% обращают внимание на упаковку, 32 % на логотип, 20% на POS-материалы в местах продаж и 11 % на фирменный стиль. [4] Это лишний раз подтверждает факт, что визуальные элементы являются одним из определяющих факторов коммуникации с потребителем на рынке.

Сотрудники компании являются одной из целевых групп, с которой коммуницирует бренд: ежедневно они взаимодействуют, сознательно или бессознательно обращая внимания на фирменный стиль. При этом значимости бренд-айдентики для внутренней коммуникации уделяется недостаточно внимания. В настоящей статье будет рассмотрена значимость бренд-айдентики для внутрикорпоративных отношений на примере компании «Р.Д.Менеджмент сервисез», оказывающей полный комплекс услуг в области управления коммерческой недвижимости класса А.

Термин «бренд-айдентика» тесно связан с такими ключевыми понятиями, как визуальная составляющая бренда, инструмент для повышения узнаваемости, графические элементы, фирменный стиль. [5] Бренд-айдентика – это визуальная основа бренда, включающая в себя графические, акустические, осязательные и другие элементы, позволяющая выделить компанию среди других, а также помочь потребителю понять идею компании и пробудить в нем интерес к бренду. Фирменный стиль выражается во внешнем образе через единство формы (товарный знак, логотип, цветовая гамма и шрифт, деловая документация, рекламные материалы, оформление офиса), а также в единстве стиля поведения во внешней среде посредством проведения PR-акций, стимулирования сбыта, рекламных кампаний, переговоров с партнерами и личных продаж. [8]

Компания «Р.Д.Менеджмент сервисез» придерживается стратегии позиционирования. Потребителями являются арендаторы и владельцы бизнес-центров, которым важно иметь ясное представление о позиции компании. В социальных сетях и на официальном сайте постоянно присутствуют фразы, которые дают четко понять, как себя позиционирует компания. «Мы делаем объекты премиальными! Мы – это команда RD Management!», «Основные принципы работы RD Management – поддержание высоких стандартов обслуживания объектов и сохранение их инвестиционной стоимости». Компания «Р.Д.Менеджмент сервисез» имеет свою собственную разработанную айдентiku. Логотип – визитная карточка компании, он присутствует на бланках деловых документов, в оформлении офиса, бейджах персонала, а также наносится на канцелярские принадлежности. Все сотрудники компании представляют, как выглядит их логотип, встречают его ежедневно и могут отличить от других логотипов. Помимо этого, в компании имеются корпоративные цвета, которые также сопровождают сотрудников в течение рабочего времени. Отдел маркетинга и связей с общественностью разрабатывает внутрикорпоративный журнал, доступный только для сотрудников. В нем обязательно присутствует логотип, он выполняется в фирменном стиле: шрифты, цвета, форматы – эти элементы позволяют компании выделяться. Для

понимания значимости бренд-айдентики «Р.Д. Менеджмент сервисез» для внутрикорпоративных отношений был проведено глубинное интервью среди ключевых представителей основных целевых групп сотрудников компании. В анкетировании приняли участие:

- *исполнительный директор* – является компетентным в вопросах взаимоотношений внутри компании, участвует в организации мероприятий компании, имеет авторитетное мнение при выборе элементов айдентики;
- *руководитель отдела маркетинга и связей с общественности*, в его функционал входит управление созданием и поддержанием корпоративного стиля компании, участие в разработке элементов айдентики, организация внутрикорпоративных мероприятий;
- *менеджер по подбору персонала* – ответственен за взаимоотношения между сотрудниками и является компетентным в вопросах организационной психологии;
- *дизайнер* – занимается разработкой внешнего вида элементов бренд-айдентики компании, а также адаптацией их на различные носители.

Эксперты выразили единогласное мнение о важной роли бренд-айдентики для компании в целом, ее влиянии на взаимоотношения в коллективе, роль при организации мероприятий, а также влияние на отношение сотрудников к работе. Результаты глубинных интервью сформулированы ниже.

1. Бренд-айдентика направлена на построение успешных взаимоотношений с клиентом. Важны детали – от приветственных слов при входе в офис до атмосферы при совершении сделки. Эксперт отмечает: «Мы стараемся формировать стиль компании не только во внешнем виде сотрудников, но даже в канцелярских принадлежностях, настенных часах. Мы стараемся сделать так, чтобы клиент, глядя на наш стиль, сразу сформировал свое мнение и захотел работать с нами».

2. Имидж компании позволяет выделяться на рынке, делает ее конкурентоспособной. Разнообразие брендов и продуктов на современном рынке косметических средств заставляет потребителя тщательно выбирать товар, способный удовлетворить его потребности. Поэтому одной из основных задач производителя является не только создание близкого потребителю продукта, но и организация эффективных маркетинговых коммуникаций при взаимодействии с потребителем на рынке. [6] Выбирая из компаний, предоставляющих одинаковый спектр услуг, вероятность интереса потенциального клиента к той, где четко прослеживается единый стиль во всем, выше.

3. Бренд-айдентика способствует привлечению новых сотрудников в компанию. Наличие фирменного стиля сильнее мотивирует соискателя получить должность в компании.

4. Наличие элементов бренд-айдентики в компании делает общение сотрудников более деловым и нацеленным на результат. Сотрудники обращают внимание на корпоративные элементы и формируют общение с коллегами, ориентируясь и соответствуя стилю компании. Благодаря бренд-айдентике атмосфера в коллективе становится позитивной. Эксперты отмечают, что, приходя на работу и наблюдая повсюду логотип компании, фирменные цвета, у сотрудников улучшается настроение, возникает желание общаться с коллегами как с близкими людьми: «Приятно сидеть в офисе, где тебя окружает стиль. Сотрудники чувствуют важность своей работы, их взаимоотношения становятся более открытыми».

Отдельно стоит остановиться на роли бренд-айдентики в организации мероприятий компании.

1. Все мероприятия, проводимые в компании, включают в себя элементы бренд-айдентики. Они могут присутствовать как в оформлении помещения, где проводится мероприятие, так и в рассылках, анонсирующих мероприятие, на раздаточных материалах, банкетном столе. Не являются исключением и корпоративы для сотрудников компании. Фирменный стиль создает атмосферу единства сотрудников, делает коллег сплоченными.

2. Мероприятия остаются в истории компании, а значит, клиенты и сотрудники будут обращать внимание на бренд-айдентичку при просмотре новостей, фото и видео материалов. Даже незначительное внимание на элементы фирменного стиля позволят сформировать впечатление успеха, как мероприятия, так и компании в целом. «Проводя крупное мероприятие, необходимо помнить, что твои клиенты, сотрудники будут о нем говорить и вспоминать» - отмечают эксперты.

3. От качества проведенного мероприятия зависят дальнейшие отношения между сотрудниками. Если мероприятие проходит неудачно, сотрудники будут предъявлять претензии организаторам, то есть своим коллегам. В обратном случае организаторы получают благодарности и восторженные отзывы, а значит, взаимоотношения внутри компании улучшатся.

Не менее важным является мнение экспертов о влиянии бренд-айдентики на отношение сотрудников к работе. Здесь можно выделить следующие ключевые моменты.

1. Бренд-айдентика компании формирует настрой сотрудников на рабочий день. Эксперты отмечают, что нанесение логотипа компании на канцелярские принадлежности, бланки документов ежедневно оказывает позитивное психологическое влияние на сотрудников. В компании «Р.Д. Менеджмент сервисез» логотип в большом формате расположен сразу у входа в офис, что способствует моментальному переключению мыслей сотрудников с обыденности на рабочие вопросы.

2. Бренд-айдентика позволяет не только погружаться в работу, но и делать это с позитивом. У каждой компании свои корпоративные цвета. У «Р.Д. Менеджмент сервисез» это черный и синий. Эксперты утверждают, что именно эти цвета позволяют рабочему дню проходить позитивно и легко. Сотрудники чувствуют себя важным элементом компании, они уверены, что работают в серьезном месте и выполняют важную работу. Бренд-айдентика позволяет чувствовать себя причастным к успеху компании.

3. Бренд-айдентика компании влияет на качество работы. Сотрудники стараются соответствовать стилю, поэтому делают свою работу четко и усердно. Эксперты отмечают, что в компании, где все слаженно, в том числе есть и фирменный стиль, работа проходит успешно, соответствуя имиджу всей фирмы: «В хорошей и яркой компании хочется работать усердно, ради результата. Чтобы не подвести компанию, а наоборот повысить ее имидж».

4. Бренд-айдентика воспитывает в сотрудниках дисциплину. Чтобы соответствовать имиджу компании, сотрудники одеваются в соответствии с дресс-кодом, не опаздывают, не нарушают распорядок дня. Эксперты уверены: «Наша компания уверена, что наши сотрудники сами создают фирменный стиль своей работой».

Таким образом, бренд-айдентика в построении внутрикорпоративных отношений компании «Р.Д. Менеджмент сервисез» играет значимую роль. Для выживания в условиях высокой рыночной конкуренции компании вынуждены искать новые способы повышения капитализации брендов, создания механизмов лояльности и привлечения внимания покупателей. [7] Следует отметить, что теория ставит акцент на

роли бренд-айдентики во внешних коммуникациях. Однако практика показывает, что роль во внутренних коммуникациях также важна.

1. Киуру К. Обновление логотипа как стратегия брендинга – СПб.: Брендинг как коммуникативная технология XIX века, 2018
2. Линдстром М. Чувство бренда. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов – М.: Эксмо, 2014
3. American Marketing Association – Режим доступа: <http://www.ama.org>
4. Чашленкова Е.В. Атрибуты айдентики бренда и их роль в формировании стратегии бренда. Научно-практический журнал «Аллея Науки» №7, 2017
5. Аакер Д. Создание сильных брендов. – М.: Изд. Гребенникова, 2012
6. Васильева О., Дергачева М. Особенности гендерного маркетинга на рынке косметических средств. Журнал «Наука и бизнес: пути развития» science and business: development ways № 8 (86) 2018 - с. 86-90
7. Васильева О., Восканян И. Интерактивные маркетинговые технологии как тенденции развития рынка косметических услуг. Журнал «Наука и бизнес: пути развития» № 11 (101) 2019 - с. 124-129
8. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. – СПб.: Питер, 2013

Свирин В.А.¹, Герасимов Д.Д.²

Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинговой деятельности

¹Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

²Дальневосточный федеральный университет
(Россия, Владивосток)

doi: 10.18411/lj-02-2021-112

idsp: ljjournal-02-2021-112

Аннотация

Интернет маркетинг – это вид классического маркетинга, который реализуется в онлайн-пространстве с возможностью получения обратной связи. В настоящей статье анализируется понятие интернет-маркетинга, приводится основная структура, составляющая интернет-маркетинга с существенными характеристиками таких элементов, как: реклама, SMM, SEO-продвижения, Email-маркетинга, Веб-аналитики, Контент-маркетинга.

Ключевые слова: интернет, маркетинг, интернет-маркетинг, продажи, сайты

Abstract

Internet marketing is a type of classic marketing that is implemented in the online space with the possibility of obtaining feedback. This article analyzes the concept of Internet marketing, provides the main structure that constitutes Internet marketing with essential characteristics of such elements as: advertising, SMM, SEO promotion, Email marketing, Web analytics, Content marketing.

Keywords: internet, marketing, internet marketing, sales, websites

В современном мире большое значение уделяется интернету и цифровым технологиям. Люди всё больше времени проводят в социальных сетях и за монитором компьютера. Сейчас потребители, всё реже посещают магазины и выходят на интернет площадки, выбирая всё вплоть от еды и заканчивая одеждой. Такие площадки по покупке различных товаров, как Ozon и Wildberries, в России имеют в сутки миллионы запросов от пользователей. Для людей это не просто удобно и сокращает время на поездку в магазин, а также выгодно, ведь чаще всего товар, продаваемый в интернете стоит гораздо дешевле нежели на полках супермаркетов. Это связано с тем, что при такой продаже издержки (от затрат на заработную плату сотрудникам магазина и до арендной платы за землю) меньше и, следовательно, уменьшается стоимость покупок.

Необходимо дать определение значению слова интернет-маркетинг. В первую очередь это деятельность, которая направлена на продвижение товаров в интернете и услуг в сети интернет. Целью интернет маркетинга является получение максимальной прибыли от клиентов сайтов, а тех людей кто не уверен в том, что ему нужна вещь, убеждение в обратном

В широком смысле интернет-маркетинг — это продвижение товаров и услуг онлайн. Однако в отличие от классического маркетинга, интернет- маркетинг это возможность с помощью веб-аналитики отследить весь путь пользователя: от первого «клика» пользователя до продажи товара или услуги. К тому же онлайн-маркетинг имеет существенное преимущество в таргетировании, то есть в рекламе. Так такие развлекательные платформы, как Тик- Ток и Instagram, уже давно используются как платформы для заработка и продвижения своих товаров и услуг на таких платформах очень популярен таргет, и он имеет существенные преимущества перед рекламой на телевидении, так реклама, которая запускается в социальных сетях, может быть настроена по таким критериями, как: определение возрастного ценза аудитории, или места нахождения, как часто человек пользуется аналогичными товарами или услугами и на основании этих данных запускается реклама, тем самым реклама при таком подходе является более эффективной и менее затратной [1].

Интернет- маркетинг – это реалии наших дней, особенно в пандемию COVID-19, люди особо ощутили преимущества онлайн- покупок и оказание онлайн- услуг. Можно выделить наиболее востребованные интернет-платформы: онлайн-заказов такси, еды, авиабилетов, продуктов, одежды, оказание образовательных услуг. Однако над созданием данных продуктов работают целые корпорации. Цель данных корпораций – предоставить обществу необходимый продукт, сделать его более доступным и удобным [2].

С первого взгляда, может показаться что интернет – маркетинг- это простая и легкая для понимания платформа для создания бизнеса. Однако в самом обобщенном виде, можно выделить следующие необходимые элементы, составляющие интернет-маркетинг:

1. 1.Реклама
2. 2.SMM
3. 3.SEO-продвижения
4. 4.Email-маркетинг
5. 5.Веб-аналитика
6. 6.Контент-маркетинг

В рамках данной статьи не представляется возможным раскрыть все плюсы и минусы данных составляющих, однако для начальных представлений об интернет-маркетинге можно определить следующие существенные характеристики:

1. Реклама, является неотъемлемой частью для продвижения своего контента

Алгоритм размещения рекламы в общем понимании выглядит следующим образом: интернет платформы (например, Facebook, Google, Яндекс, ВКонтакте) имеют рекламные площадки с предоставлением информации о пользователях (их действия, интересы, поисковые запросы), на основе которой можно продвигать рекламу. Огромный плюс в такой рекламе – предоставление рекламы только тем пользователям, которые с большей вероятностью заинтересуются вашим товаром или вашей услугой. Потенциальный клиент, переходя на сайт совершает целевое действие, тем самым повышая просмотр и количество запросов на продвигаемом интернет-продукте. С помощью веб-аналитики фиксируется посещения и целевые действия, тем самым можно высчитать сколько «стоит» каждый привлеченный клиент и оправдывает ли себя реклама. Реклама в интернете – это в первую очередь, профессиональная деятельность, которая требует особых навыков. Реклама требует постоянной оптимизации, в частности, изменение ключевых слов в запросе.

2. Social Media Marketing (SMM). Это относительно новый уровень маркетинга, который заключается в ведении социальных страниц от лица компании. В результате такой деятельности происходит коммуникация с целевой аудиторией, повышение узнаваемости бренда, формирование сообщества лояльных клиентов непосредственно продажа товаров и услуг.

3. SEO. Условно можно обозначить, как поисковую оптимизацию, то есть основная задача SEO — сделать так, чтобы люди, которые ищут в интернете ваши товары или услуги, нашли их. Так, для начала нужно определиться с количеством поисковых запросов, то есть имеется ли запрос на продукцию, также проведение конкурентного анализа с изучением рынка конкурентов, изменения своего контента, техническая оптимизация сайта, так сайт должен соответствовать требованиям поисковых систем.

4. Email-маркетинг — это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет выстраивать прямую коммуникацию между брендом и потребителем за счет email-коммуникаций. Выделяют несколько видов электронных писем: триггерные письма, которые отправляются пользователям, когда они совершают какое-то ключевое действие. Транзакционные письма уже предназначены для продажи товара или услуги, а также, чтобы стимулирования завершения покупки. Контентные письма просто рассказывают подписчикам об интересных обновлениях сервиса и возможностях.

5. Веб-аналитика. Возможность подробной аналитики и сбора точечных данных — основные отличия интернет-маркетинга от классического. Веб-аналитика позволяет понять, как пользователи ведут себя на сайте, и помогает бизнесу повысить эффективность маркетинговых активностей.

Две самые частые используемые системы — это Яндекс. Метрика и Google Analytics. Каждая из них работает со своей поисковой системой, они не обмениваются данными между собой, поэтому для аналитики трафика лучше использовать UTM-метки [2]. Также Яндекс. Метрика позволяет пользоваться вебвизором. Вебвизор — запись действий пользователя на экране. С его помощью возможно отследить все действия пользователя на сайте в течение сеанса.

6. Контент-маркетинг - это продвижение товаров или услуг с помощью полезного для аудитории контента, который должен решать задачу пользователей читателей. В самом понятии «контент-маркетинг» уже заложены две составляющие — контент и маркетинг. Контент — то, что создается. Он может быть текстовым (статьи, инструкции, кейсы и др.), визуальным (вебинары, презентации, инфографики, онлайн-курсы, имиджевые ролики), аудиальным (подкасты, треки). Маркетинг — то, как вы продвигаете созданный контент (с помощью email-рассылок, социальных сетей, платной рекламы или СМИ).

Интернет-маркетинг – это относительно новый, постоянно развивающийся вид маркетинговой деятельности. Интернет - маркетингу не обучают, в университетах, разве только что отдельными предметами в рамках направления «Экономика» или «Бизнес-индустрии». Для продвижения в этой сфере нужно самостоятельно почувствовать в интернет- форумах, проходить специальные курсы, и заниматься самообразованием. Следить за основными направлениями и тенденциями. В рамках интернет-маркетинга написано довольно мало научных работ, хотя безусловно данная сфера является актуальной, и обладает научной новизной, однако, как уже было отмечено выше, данная сфера не входит образовательную программу, поэтому является достаточно сложной для самоизучения.

1. Шапа Н.Н., Лобань А.А. Интернет-маркетинг, как инструмент развития современного предприятия // Вісник ПДАБА. 2014. №6 С. – 156-164
2. Официальный сайт [электронный ресурс] // режим доступа: [https://spravochnick.ru/marketing/internet-marketing/]

РАЗДЕЛ XXI. МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИКА

Мамытбек уулу Талгар, Айбашев М.Ж.

Меняющиеся модели миграции в Кыргызской республике

*Ошский государственный университет
(Кыргызская Республика, Ош)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-113

idsp: ljjournal-02-2021-113

Аннотация

Международная и внутренняя трудовая миграция является основным источником обеспечения средствами существования для многих граждан Кыргызской Республики. По примерным оценкам, треть трудоспособного населения Кыргызской Республики работает за рубежом, в странах пребывания Российская Федерация, Республика Казахстан, Турция, США, Италия, Корея, Германия, ОАЭ, Великобритания. Однако современные явления трудовой миграции не являются исключительными, поскольку история Центральной Азии всегда характеризовалась перемещением мигрантов, включая внутреннюю и внешнюю, добровольную и принудительную, легальную и нелегальную, постоянную и временную, этнически или экономически мотивированную миграцию. Эта статья дает обзор исторических и современных миграционных процессов с особым акцентом на сельские районы Кыргызской Республики. В ней рассматриваются возможности и трудности, с которыми сталкиваются сегодня трудовые мигранты и их немигрирующие члены семей. Результаты основаны на обширных полевых работах в Кыргызской Республике.

Ключевые слова: трудовая миграция, Кыргызская Республика, внутренняя и внешняя миграция, рынок труда, эмигранты, иммигранты, Российская Федерация, Центральная Азия.

Abstract

International and internal labor migration is the main source of livelihoods for many citizens of the Kyrgyz Republic. According to rough estimates, one third of the working-age population of the Kyrgyz Republic works abroad, in the host countries- the Russian Federation, Republic Kazakhstan, Turkey, USA, Italy, Korea, Germany, the United Arab Emirates and the United Kingdom. However, modern phenomena of labor migration are not exceptional, since the history of Central Asia has always been characterized by the movement of migrants, including internal and external, voluntary and forced, legal and illegal, permanent and temporary, ethnically or economically motivated migration. This article provides an overview of historical and contemporary migration processes with a particular focus on rural areas of the Kyrgyz Republic. It examines the opportunities and challenges faced by labor migrants and their non-migrant family members today. Results based on extensive fieldwork in the Kyrgyz Republic.

Keywords: labor migration, Kyrgyz Republic, internal and external migration, labor market, emigrants, immigrants, Russian Federation, repatriates, Central Asia.

Неустойчивость политической ситуации, нестабильности в экономике после развала Советского Союза привели к возникновению острого роста миграционных процессов в Кыргызской Республике. Если до развала бывшего союза участие населения республики в миграционных процессах имела характеристики с низкими показателями, то после обретения суверенитета начал наблюдаться активный рост. Таким образом, одним из основных объектов исследования ученых становится

миграция, так как постепенно миграционные процессы и степень влияния миграционных процессов на политическую, социально-экономическую ситуацию в республике становятся ощутимой. Поэтому, перед учеными возникает вопрос определения характеристик и закономерностей миграционных процессов через определение миграционных моделей.

Цель данной статьи – восполнить пробелы в существующей литературе путем изучения современных миграционных моделей на фоне прошлых перемещений населения. Это связано с тем, что миграция не только связана с индивидуальными или коллективными решениями и действиями межличностных миграционных сетей, но и должна анализироваться в контексте социально-экономических структур и моделей, таких как общая история Советского Союза. Во время исследования был применен метод опроса - анкетирование. Опрос был произведен для населения сельских регионов Кыргызской Республики. Так как, на сегодня 66% населения Кыргызской Республики проживает в сельской местности, где экономические трудности, связанные с процессом трансформации, особенно велики. В статье сначала устанавливаются закономерности движения населения в Кыргызской Республике в исторической перспективе, а затем стремится расширить понимание недавних миграционных процессов в Кыргызской Республике, которые являются реальностью миллионов людей в Центральной Азии, обеспечивая тем самым основу для сравнения с другими постсоветскими центральноазиатскими государствами.

История миграции в Кыргызстане. История на территории Кыргызской Республики постоянно происходила миграционные процессы. Высокая мобильность была устойчивой чертой кыргызского населения, с течением времени кыргызские кочевники горы Тянь-Шаня регулярно меняли свое местоположение в поисках подходящих пастбищ для своих животных, но это происходило в одном и в том же регионе. После присоединения в 1876 территорий современной Кыргызской Республики к царской империи начались работы по обеспечению оседлости местному населению. Так как наблюдался большой приток населения царской империи в Центральную Азию особенно на территорию современной Кыргызской Республики из-за освобождения крестьян в результате реформ 1890 года. Миграция русскоязычного населения на территорию современной Кыргызской Республики получило тенденции дальнейшего увеличения. Темпы миграционных процессов приобрели повышенные обороты особенно после принятия Закона Столыпина о переселении от 6-июня 1904г., который вступил в силу в Центральной Азии в 1907г., предоставив мигрантам такие привилегии, как полное освобождение от налогообложения и обязательной службы в течение пяти лет, различных субсидии на сельское хозяйство и строительные материалы [4].

Принудительная и регулируемая миграция в советское время. Во время Советского Союза миграционные процессы связаны в основном с политическими проблемами. Во-первых, это специалисты для обеспечения высокой степени образования, освоения техники и технологии гидросооружений и т.д. во-вторых, из-за депортации неблагонадежных частей населения или целых этносов, в-третьих, военнопленные после второй мировой войны.

Таким образом, после образования Советского Союза иммиграция русских и других европейцев в Центральную Азию продолжалась, но была дополнена другими формами движения населения, инициированными и вынужденными Советским правительством. Во-первых, советское правительство объявило кочевой скотоводческий образ жизни более нежизнеспособным и подлежащим к ликвидации. Это обосновывалось расселением кочевых группировок в идеологический терминал, чтобы дать возможность современным институтам, строительству школ для повышения грамотности, участия в современной экономике и государственных учреждений. Расселение кочевников коренным образом изменило их социальную организацию и

часто приводило к крайней нищете среди них, так как земледелие было для них не привычным делом. Во-вторых, тысячи немцев (потомки немцев переселенцев XVIII века в Поволжье), чеченцы, крымские татары, турки-месхетинцы, карачаевцы, корейцы и другие были депортированы в Центральную Азию и Сибирь во время второй мировой войны. Например, более 70000 чеченцев было депортировано в Киргизскую ССР в 1944г. В-третьих, во время Второй мировой войны и послевоенного восстановления советской экономики значительное количество в основном военно-промышленные предприятия вместе с их персоналом (в основном русскими и украинцами) были перемещены в Центральную Азию из европейской части СССР, где их функционированию угрожали военные действия и послевоенные потрясения [3]. Приток людей в эти годы усилил полиэтнический характер местности и привел к значительному росту населения, особенно в городах. Огромный приток русских в Центральную Азию характеризовал период с 1926 по 1959гг. их количество в Кыргызстане увеличилось за это время с 116 810 до 623 500. Как следствие, доля титульного населения снизилась с 66,7% (1926г.) до 40,5% (1959г.), хотя общая численность кыргызов увеличилась [4].

В 1960-1970гг. Москва выделяла крупные инвестиции в гидроэнергетику республики, горно-металлургические заводы, для которых в Кыргызстан переезжали инженеры и другие специалисты. Индустриализация Кыргызстана почти полностью опиралась на труд иммигрантов (в основном этнических русских). Однако в ходе десталинизационных кампании часть депортированных стала покидать Киргизскую ССР и вернуться в места своего происхождения. Например, большинство чеченцев вернулись в Чечню в 1960г. Центробежная миграция продолжалась в Советском Союзе до начала 1970г. В течение 1970г. и 1980г. приток в Центральную Азию из России сократился, так что количество эмигрантов немного превышало количество иммигрантов в Киргизской ССР. Этот процесс стимулировался аграрным перенаселением, жесткая конкуренция на рынках труда и растущий слой квалифицированных кадров среди коренного населения в Центральной Азии, из-за чего нетитульное население покинуло эти регионы [3].

Репатриация или этнический переход в постсоветской Кыргызской Республике. После распада Советского Союза в 1991 году наблюдался значительный рост миграционных потоков. Политические и этнические конфликты, отсутствие гарантий основных гражданских прав для лиц, внезапно оказавшихся “за границей”, растущая безработица, резкое снижение уровня жизни и стремления представителей этнических групп, принудительно изгнанных со своих исторических территории, привели к огромному количеству жертв беженцев, вынужденных и добровольных мигрантов. Соответственно, миграционный отток из Кыргызской Республики усилился вскоре после 1991 года. Она достигла своего наивысшего уровня в 1993 году, когда страну покинуло более 140 000 человек. 84% всех эмигрантов переехали в страны СНГ, в основном в Россию, за которой следуют Узбекистан, Казахстан, и Украина, примерно 13% в Германию и 3% в другие страны. Официальная численность эмигрантов – 688 000 человек, что почти каждый шестой житель покинул Кыргызскую Республику в период с 1989 по 1999гг. [6]. Поскольку многие из эмигрантов – высококвалифицированные рабочие из городских районов, эта «утечка мозгов» привела к нехватке квалифицированного человеческого капитала и усугубило трудности переходного периода, значительные усилия и финансы необходимы для обучения новых специалистов. В конце советской эпохи русские были чрезмерно представлены в промышленности, в строительстве, в связи и правительстве, но недостаточно представлены в сельском хозяйстве. Эмиграцию русских и европейцев можно интерпретировать как репатриацию или как этнические перемещения. Тем не менее, экономические факторы, такие как высокий уровень безработицы и снижение уровня жизни населения, были вероятно наиболее важной движущей силой большого

оттока из Кыргызской Республики. В результате массовой эмиграции русского и европейского населения в 2004 году титульное население увеличилось до 67,4% от общей численности населения Кыргызской Республики, составляющей 5 065 000 человек, в то время как доля этнических русских снизилось до 10,3%, а количество украинцев и татар уменьшилось на половину [8]. Узбекская община стала крупнейшей этнической группой в Кыргызской Республике с долей 14,2%. Помимо миграционных процессов, более высокий естественный рост населения среди кыргызов и узбеков также является причиной этой тенденции. С 1989 года численность кыргызов увеличилась на 1,1 миллиона, а количество узбеков более чем на 150 000 [7,8].

Однако уже упомянутый большой избыток рабочей силы и недавние экономические трудности подготовили площадку для массовых перемещений людей трудоспособного возраста в поисках работы и лучших условий жизни. Уже в советское время так называемая «проблема Центральной Азии», а именно рост численности коренного населения в сельских районах Центральной Азии и, следовательно, излишки рабочей силы представляет интерес как для ученых, так и для политиков [9].

Трудовая миграция как стратегия заработка в сельских районах Кыргызской Республики. Советская политика модернизации способствовала созданию диверсифицированной экономики и передовых образовательных учреждений, системы здравоохранения и социального обеспечения, которая охватила также сельские районы Центральной Азии. Система централизованного планирования Советского Союза сократила региональные диспропорции в развитии за счет системы централизованных бюджетных трансфертов путем направления инвестиционных средств, оборудования, технологии и опыта от относительно хорошо развитых к менее развитым регионам [5]. Однако в 1991 году все еще существовал значительный разрыв между уровнями развития регионов, особенно между европейской частью СССР и Центральной Азией. Распад общесоюзной системы и переход от социалистической системы хозяйства к рыночной экономике привела к резкому экономическому спаду и дестабилизации жизни миллионов людей в Центральной Азии. В сельской местности Кыргызской Республики закрытие или реструктуризация основных работодателей, совхозов и колхозов резко повлияли на жизненные шансы населения. Без альтернативы занятости многие люди начали искать работу в городах или за границей. Более полумиллиона человек из Кыргызской Республики живут и работают в Российской Федерации, что в сумме составляет примерно треть экономически активного населения [1]. Аналогичным образом, масштабы внутренней трудовой миграции, в основном направленной из сельской местности в столицу Бишкек, трудно определить, поскольку большинство внутренних мигрантов не регистрируются в пункте назначения [2].

Экономические проблемы в сельской местности Кыргызской Республики. Распад советского союза нарушил условия жизни местного населения и исследуемые деревни пережили экономический спад. В отличие от совхозов и колхозов Кыргызстана, государственные лесные хозяйства все еще работают, но они резко сократили свой штат. Сегодня меньшая часть населения официально работают в лесхозах, сельских администрациях, местных школах, или детских садах, а также в медицинских центрах. Некоторые граждане начали малый бизнес в качестве торговцев, водителей или временно зарабатывают деньги посредством туризма. Почти все домохозяйства занимаются сельским хозяйством и лесоводством частично для пропитания, а частично, чтобы получать доходы. Большинство домашних хозяйств держат небольшой огород для выращивания овощей и картофеля для потребления. Небольшой пахотный участок площадью не более 0,3 га засеянный подсолнечником, картофелем или кукурузой, и имеют доступ к лесным участкам площадью около 1 га, где они собирают грецкие орехи, яблоки и зелень, а также сено для домашнего скота. Их домашний скот – это примерно от одной до трех коров и пары овец на семью. Молочные продукты продаются на рынке, а животные рассматриваются как важный

капитал, который можно продать в случае чрезвычайной ситуации. Однако, ограниченных полей, стада и лесных ресурсов недостаточно для поддержания средств к существованию домохозяйств, поэтому необходимы другие источники дохода. Таким образом, официальный уровень безработицы примерно 10% неточно представляют реальную ситуацию с занятостью, поскольку большинство людей не зарегистрированы как безработные, но как фермеры или иждивенцы. Население деревень проживало за чертой бедности, а ежемесячный доход в 2020 году менее 104,52 долларов США дает более реалистичную картину насущных экономических трудностей. Из-за очень ограниченных возможностей трудоустройства, сопровождающихся высоким приростом населения, многим гражданам в трудоспособном возрасте нужно искать другие способы получения доходов. Сегодня большое количество местных жителей зависимы от денежных переводов от членов семьи мигрантов. Внутренняя и внешняя трудовая миграция стала типичной особенностью сел Кыргызской Республики [11].

Пункт назначения, продолжительность пребывания и род занятий трудовых мигрантов. Примерно треть всех трудовых миграции из деревень приходится на внутреннюю миграцию, главным образом в столицу Бишкек или в Ош, второй по величине город Кыргызской Республики. Среди внешних мигрантов основными направлениями являются города Москва, Магнитогорск, Свердловск, Красноярск, Иркутск, Челябинск и Санкт-Петербург в Российской Федерации. Российская Федерация привлекает рабочих благодаря своему обширному рынку труда, относительно стабильной политической ситуацией и быстрому экономическому росту. Направление мигрантов во многом связано с наличием родственников или знакомых в этих городах, которые выполняют функцию первого пункта назначения. Сети между регионами происхождения и назначения имеют важное значение, поскольку они делают миграционные решения более расчетливыми, помогают снизить затраты и риски, и оказывают поддержку вновь прибывшим мигрантам [10]. Частые перемещения между двумя или более местами являются живой реальностью многих «трансмигрантов» или «транснациональных мигрантов», что приводит к эволюции мультилокальных социальных сфер, расположенных в регионах между ними. Сообщения об успешных мигрантах создают новые факторы притяжения для дальнейшей миграции. Выходя на рынок труда в Российской Федерации, трудовые мигранты из Кыргызской Республики сталкиваются с проблемой того, что их навыки, знания и образование, которые были важны в сельской местности Кыргызской Республики, имеют лишь ограниченное применение. Поэтому диапазон возможностей трудоустройства довольно ограничен. Большинство трудовых мигрантов из Кыргызской Республики заняты по месту назначения в торговле, строительном секторе, общепите, промышленности или на низкооплачиваемых работах, таких как дворники или погрузчики. Меньшее число занято в транспорте и связи, образовании, медицинском обслуживании или в других отраслях. Что касается продолжительности трудовой миграции 63% всех трудовых мигрантов переезжают временно. Продолжительность их пребывания за границей колеблется от нескольких недель до пары лет. Однако многие трудовые мигранты не знают, как долго они пробудут за границей, это зависит от их успеха в местах назначения. Сезонная миграция, которая длится от трех до шести месяцев, также преобладает для внешней и внутренней трудовой миграции. Многие из них повторяют свою миграцию каждый год или каждые два года, они обычно снова перемещаются в одно и то же место благодаря существующим связям и сетям. Причина повторной миграции заключается в том, что вернувшиеся мигранты в большинстве случаев не находят соответствующей работы на родине.

Заключение. Основной характерной особенностью миграционных процессов современности являются постоянное увеличение ее масштабов. Пространственная мобильность и миграция глубоко укоренились в реалиях Кыргызской Республики и не

должны рассматриваться только как преходящее явление. До и после советского периода миграция жителей Кыргызской Республики – это прежде всего стратегия обеспечения средств к существованию. Но самые высокие показатели постоянной миграции, представителей других этнических групп имели место при советской власти, в основном в форме принудительного перемещения людей по идеологическим, политическим и экономическим причинам. В результате Кыргызская Республика превратилась в многонациональную страну, в которой кыргызы стали меньшинством в середине XX века, но через несколько десятилетий вновь обрели абсолютное большинство. Хотя к 1991 году советская политика модернизации успешно сократила региональные диспропорции в развитии через систему централизованных бюджетных трансфертов, все еще существовал разрыв между уровнями развития в разных регионах, особенно между относительно развитыми регионами Европейской части СССР и менее развитыми регионами Центральной Азии, который стал еще шире после распада системы советского союза. Большая свобода выбора и экономический спад привели к этнически и экономически мотивированным миграционным моделям, а рыночные силы начали влиять на место экономической деятельности. Основными тенденциями являются, во-первых, возвратная миграция ранее перемещенных лиц, во-вторых, временная или постоянная трудовая миграция жителей Центральной Азии в Российскую Федерацию, где уровень жизни и спрос на рабочую силу выше.

А также краткий экскурс по развитию миграционных процессов показало, что направление миграционных потоков и его модели могут быть разными и они не постоянны.

Проведенная оценка последних явлений ясно показала, что трудовая миграция является одновременно и возможностью, и угрозой. С одной стороны, трудовая миграция иногда представляет собой единственную возможность для людей поддерживать свои собственные средства к существованию или средства к существованию зависимых домашних хозяйств. Это особенно важно с учетом нынешних отчаянных экономических реалии в сельских районах Кыргызской Республики, с высоким уровнем безработицы и массовой бедностью. Денежные переводы от мигрантов могут помочь улучшить уровень жизни, уменьшить бедность и создавать на рынке рабочие места. В сельских районах Кыргызской Республики строительство новых домов и появление многих потребительских товаров являются очевидным свидетельством денежного перевода трудовых мигрантов, но инвестиции в производительные товары и финансирование предприятий по-прежнему редки. Постоянная эмиграция квалифицированной рабочей силы приводит к «утечке мозгов», которая может ухудшить ситуацию перспектив социально-экономического развития в долгосрочной перспективе.

Трудовая миграция в Российскую Федерацию будет продолжаться и, вероятно увеличиваться до тех пор, пока не будут решены экономические проблемы в Кыргызской Республике. Если международная трудовая миграция понимается как средство реализации возможностей участия в процессах глобализации, то мигранты преуспевают в разной степени в зависимости от своих индивидуальных способностей, политических, правовых, экономических и социальных обстоятельств. Но становится очевидным, что на национальном уровне экономическая зависимость Кыргызской Республики определяется необходимостью регулярных потоков денежных переводов от трудовых мигрантов за рубежом.

1. Айбашев М.Ж. Основные причины миграции населения Кыргызской Республики// Вестник филиала ФГБОУ ВС РГСУ в г. Ош Кыргызской Республики №15, 2017г. с. 18-22
2. Айбашев М.Ж., Мамытбек уулу Талгар Внутренние миграционные процессы и их последствия в Кыргызской Республике// Вестник ФГБОУ ВС РГСУ в г. Ош Кыргызской Республики №1(21), 2020г. с. 20-25

3. Академия наук Киргизской ССР, Киргизская Советская Социалистическая Республика, энциклопедия, Фрунзе 1982г.
 4. Асанканов А.А., Осмонов О.Дж. История Кыргызстана//Бишкек 2002г.
 5. Коробков А.В. Миграционные тенденции в Центральной Азии: политика против экономики// Коммунист и посткоммунистические исследования. Обзор Центральной Азии 2007г. с. 169-189
 6. Национальный статистический комитет КР// Основные итоги первой национальной переписи населения КР, Бишкек, 1999г.
 7. Национальный статистический комитет КР// Миграция населения Кыргызстана, Бишкек 2002г.
 8. Национальный статистический комитет КР// Кыргызстан в цифрах, Бишкек 2004г.
 9. Рыбаковский Л.Л., Тарасова Н.В. Современные проблемы миграции населения СССР//Советская география №32 (7), 1991г. с.458-473
 10. Эргешбаев У.Ж. Миграционные процессы в странах СНГ в постсоветский период и их последствия// Вестник филиала ФГБОУ ВО РГСУ в г. Ош Киргизской Республики, 2017г. с.117-120
 11. Эргешбаев У.Ж. Влияние миграции на экономическое развитие региона// Народонаселение №1-1, Москва 2016г. с.34-41
-

РАЗДЕЛ XXII. СЕРВИС И ТУРИЗМ

Евдокимова А.А., Кусерова А.И.

Сопровождение иностранных туристов в России

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарёва»
(Россия, Саранск)

doi: 10.18411/lj-02-2021-114

idsp: ljjournal-02-2021-114

Аннотация

В статье рассматривается понятие иностранного туриста с позиции российских нормативных документов. Дается характеристика сопровождения иностранных туристов. Проанализированы статистические показатели туристских прибытий в Россию. На примере работы туристско-информационного центра Республики Мордовия во время Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ выявлены особенности сопровождения иностранных туристов в нашей стране.

Ключевые слова: сопровождение туристов, иностранные туристы, национальный характер, менталитет, Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России™.

Abstract

The article considers the concept of a foreign tourist from the point of view of Russian regulatory documents. The characteristic of accompanying foreign tourists is given. Statistical indicators of tourist arrivals in Russia are analyzed. Using the example of the work of the tourist information center of the Republic of Mordovia during the 2018 FIFA World Cup Russia™, the peculiarities of escorting foreign tourists in our country are revealed.

Keywords: escort of tourists, foreign tourists, national character, mentality, 2018 FIFA World Cup Russia™.

Туризм и туристские услуги непосредственно связаны с постоянным общением, поэтому коммуникация с туристами и экскурсантами является ключевым аспектом работы сопровождающего. Особую важность это имеет при работе с иностранными туристами. Учитывая возросшую популярность нашей страны после Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ (далее – Чемпионат мира) среди представителей зарубежных стран и увеличившийся турпоток иностранцев в Россию, можно считать актуальным исследование сопровождения иностранных туристов.

В соответствии с федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристом является «лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания» [6].

В федеральном законе «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» содержится следующее определение: «иностранный

гражданин – физическое лицо, не являющееся гражданином Российской Федерации и имеющее доказательства наличия гражданства (подданства) иностранного государства» [5].

Таким образом, понятие иностранного туриста в российском законодательстве не закреплено, но определение можно сформулировать, исходя из указанных выше терминов: иностранный турист – лицо, не являющееся гражданином России и имеющее доказательства наличия гражданства (подданства) иностранного государства, посещающее страну временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране временного пребывания.

Как правило, сопровождением иностранных туристов занимаются гиды-переводчики. Согласно федеральному закону, «гид-переводчик – профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания» [6].

Взаимодействие с иностранными туристами – это большая ответственность для сотрудников. Работая с туристами, требуется к каждому находить индивидуальный подход, в особенности с иностранцами, ведь языки, культура, традиции и понятия очень разнятся с принимающей стороной туристов.

Для большего понимания специфики иностранных туристов необходимо проанализировать характерные черты разных наций, являющихся основными въездными туристами, а также особенности этикета. Но необходимо учитывать то, что практически невозможно абсолютно точно описать национальный стиль, так как нас везде окружают устоявшиеся стереотипы. Желательно не забывать, что национальные черты или особенности не будут обязательными чертами, которые характерны для каждого представителя конкретной страны, а лишь типичными для нации. Знание национального характера будет служить гиду ориентиром для поведения в различных ситуациях, а особенно в общении.

Национальный характер – устойчивые особенности, характерные для членов того или иного национального (этнического) сообщества, особенности восприятия мира, мотивов поступков (идей, интересов, религии). Также исследователи включают в совокупность национального характера особенности и специфику поведения, ритуалы, распространенные привычки или традиции, специфику темперамента и др. [4]. Менталитетом обычно называют склад ума, характерный для какого-либо социального или этнического сообщества. Оба понятия сочетают в себе культурные особенности этноса.

Для характеристики сопровождения иностранных туристов в России были проанализированы некоторые статистические данные. На рисунке 1 показана динамика посещений нашей страны иностранными туристами. На графике видно, что наибольшее количество иностранцев посетило Россию с туристскими целями в 2015 г. Это можно объяснить следующими причинами:

- сравнительная дешевизна товаров и услуг относительно стран Европы;
- рост туристского потока из стран Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Латинской Америки.

Рисунок 1 – Количество туристских прибытий в Россию в 2014–2019 гг.

Рассмотрим статистику Ассоциации туроператоров России по въезду иностранных граждан в Россию по итогам 2019 г. (рисунок 2).

Рисунок 2 – ТОП-10 стран по количеству поездок в Россию в 2019 г. [1]

Судя по рисунку, большую часть иностранных туристов в России составляют китайцы. Поэтому логично, что в настоящее время среди гидов-экскурсоводов и гидов-переводчиков происходит переориентация на Китай. Если ранее основными иностранными языками для общения с иностранцами были английский и немецкий, то сейчас на первое место выходит китайский язык. В Москве уже сложился определенный «набор» объектов показа, посещаемых китайскими туристами (рисунок 3).

Рисунок 3 – Основные достопримечательности Москвы для китайских туристов [7]

Наибольший опыт работы с иностранными туристами российские сотрудники туристской сферы приобрели во время проведения в нашей стране Чемпионата мира по футболу. Суммарное количество туристов и болельщиков, посетивших в период проведения матчей города-организаторы футбольного первенства, составило порядка 6,8 млн чел., среди которых более 3,4 млн – иностранцы.

По данным Ростуризма, гостями Республики Мордовия во время Чемпионата мира стали более 140 тыс. чел., в том числе более 106 тыс. иностранных туристов из Колумбии, Перу, США, Ирана, Японии, Мексики, Панамы, Аргентины, Германии, Китая, Бразилии, Туниса, Дании, Канады, Нигерии, Испании, Великобритании, Нидерландов, Индии, Австралии [8].

Множество гостей желало не только увидеть матчи, но и узнать город-организатор. В этой задаче помог Туристско-информационный центр Республики Мордовия (ТИЦ РМ), организовавший с 15 по 29 июня бесплатные экскурсии на различных языках, а также обеспечивающий необходимой информацией и отвечающий на все вопросы гостей. На официальном туристско-информационном портале Республики Мордовия был размещен реестр аккредитованных экскурсоводов, которые могли провести экскурсию как на английском, так и на других языках, проблем с пониманием между принимающей стороной и иностранцами не возникало. Помимо того, в офисе ТИЦ всегда присутствовал англоговорящий сотрудник, который в любой момент мог ответить на любые вопросы иностранных гостей [2].

Во время проведения Чемпионата мира штат ТИЦ значительно расширился. Нанималось большое количество сотрудников, говорящих на различных языках. Сотрудники в офисе объясняли гостям, где можно перекусить и зарядить телефон, также была представлена печатная продукция – путеводители и карты города, где отражено расположение основных достопримечательностей (рисунок 4) [3].

Рисунок 4 – Информационные материалы для иностранцев

Помимо этого, туристы и болельщики посещали туристско-информационный центр не только за получением различной информации, но и для того, чтобы приобщиться к культуре региона. В офисе они примеряли традиционные мордовские наряды, фотографировались в фотозонах и покупали сувениры. В книге жалоб и предложений были только позитивные отзывы, комментарии и пожелания.

Сотрудникам, взаимодействующим с иностранными туристами, можно порекомендовать уделять большее внимание изучению элементарных тонкостей культуры гостей, а также знать невербальный язык, то есть жесты, ведь некоторые положительные жесты в нашей стране могут быть жестами грубости в другой, поэтому это достаточно важно. Во время проведения Чемпионата мира в Саранске была организована экскурсия для граждан Ирана, говорящих на языке фарси. При этом русскоговорящий экскурсовод переводил свой рассказ на английский язык для иранского переводчика, а тот – на язык фарси. Иранский переводчик перед экскурсией рассказал сотрудникам ТИЦ об особенностях своей родной культуры и языка жестов, дабы избежать недопониманий. Поскольку для иранцев очень важен тактильный контакт, вопрос жестов и их значений в восточной культуре также немаловажен в работе сопровождающего.

Таким образом, можно выделить следующие особенности сопровождения иностранных туристов в России:

- знание иностранного языка на высоком уровне, чтобы свободно общаться с туристами на любые темы;
- знание практической психологии и умение оказывать туристам психологическую помощь;
- учет этнических особенностей иностранных туристов;
- предварительная подготовка к работе с каждой туристской группой.

В заключение можно добавить, что помощником в успешном взаимодействии с иностранцами будет являться заинтересованность в каждом члене туристской группы, будь то экскурсия или сопровождение.

1. В 2019 году иностранных туристов в Россию приехало на 20,5 % больше. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/50489.html> (Дата обращения: 03.06.2020).

2. Жулина М. А., Кицис В. М., Чегина О. Е. Направления влияния Чемпионата мира по футболу 2018 года на развитие туризма в Республике Мордовия [Текст] // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т. 14. № 3 (90). С. 130–144.
 3. Кусерова А. И. Туристские информационные материалы по г. Саранску // XLVII Огаревские чтения. Материалы научной конференции: в 3 частях. 2019. Ч. 2. С. 391–395.
 4. Мункуева Р. Б., Серебрякова Ю. А. Понятие национального характера [Текст] // Вестник Бурятского государственного университета. 2018. № 3-3. С. 32–37.
 5. О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации: Федеральный закон от 25.07.2002 № 115-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37868/ (Дата обращения: 03.06.2020).
 6. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (Дата обращения: 03.06.2020).
 7. Туристическая ассоциация «Мир без границ». URL: <http://www.visit-russia.ru/> (Дата обращения: 03.06.2020).
 8. Федеральное агентство по туризму. URL: <https://www.russiatourism.ru/> (Дата обращения: 03.06.2020).
-

Научный журнал

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
№70, 02.2021

Февраль 2021 г.
Часть 3

Подписано в печать .25.02.2021 Тираж 400 экз.
Формат.60х84 1/16. Объем уч.-изд. л.5,52
Бумага офсетная. Печать оперативная.
Отпечатано в типографии НИЦ «Л-Журнал»
Главный редактор: Иванов Владислав Вячеславович