

ISSN 2070-7568

Наука Красноярья

●

Krasnoyarsk Science

www.kras-science.ru



Volume 10, Number 5-1
2021

Наука Красноярья

Том 10, № 5-1
2021

Krasnoyarsk Science

Volume 10, Number 5-1
2021

Главный редактор

Бобкова Е.Ю. кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры прикладной экономики и менеджмента (Самарский филиал Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет», Самара, Российская Федерация)

Заместитель главного редактора

Фролов Д.П. доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга (Волгоградский государственный университет, Волгоград, Российская Федерация)

Зав. редакцией – Максимов Я.А.

Выпускающие редакторы – Доценко Д.В., Максимова Н.А.

Корректор – Зливко С.Д.

Компьютерная верстка, дизайн – Орлов Р.В.

Технический редактор, администратор сайта – Бяков Ю.В.

Ответственный секретарь – Коробцева К.А.

Красноярск 2021

Наука Красноярья / Krasnoyarsk Science

Научно-практический рецензируемый журнал
Peer-reviewed scientific-practical journal

Периодичность. 4 номера в год / Periodicity. 4 issues per year

Том 10, № 5-1, 2021 / Vol. 10, No 5-1, 2021

<p>Учредитель и издатель: ООО Научно-инновационный центр</p> <p>Журнал основан в 2011 году Зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Красноярскому краю Свидетельство регистрации ПИ № ТУ 24-00430 от 10.08.2011 г.</p> <p>Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, выпускаемых в РФ, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук</p> <p>Индексирование и реферирование: РИНЦ Ulrich's Periodicals Directory Cyberleninka Google Scholar DOAJ BASE EBSCO WorldCat OpenAIRE ЭБС IPRbooks ЭБС Znanium ЭБС Лань</p> <p>Адрес редакции, издателя и для корреспонденции: 660127, г. Красноярск, ул. 9 Мая, 5 к. 192 E-mail: editor@kras-science.ru http://kras-science.ru/</p> <p>Подписной индекс в каталоге Почты России «Подписные издания» – 94090</p>	<p>Founder and publisher: Science and Innovation Center Publishing House</p> <p>Founded 2011 The edition is registered by the Federal Service of Intercommunication and Mass Media Control Mass media registration certificate PI № TU 24-00430, issued August 10, 2011.</p> <p>Krasnoyarsk Science is included in the List of leading peer-reviewed scientific journals and publications issued in the Russian Federation, which should publish main scientific results of doctor's and candidate's theses</p> <p>Indexing and Abstracting: RSCI Ulrich's Periodicals Directory Cyberleninka Google Scholar DOAJ BASE EBSCO WorldCat OpenAIRE IPRbooks Znanium Lan'</p> <p>Editorial Board Office: 9 Maya St., 5/192, Krasnoyarsk, 660127, Russian Federation E-mail: editor@kras-science.ru http://kras-science.ru/</p> <p>Subscription index in the 'The Russian Post' General catalog – 94090</p>
--	--

Свободная цена
© Научно-инновационный центр, 2021

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Bostan, Ionel, PhD, Professor (Universitatea "Stefan cel Mare" din Suceava, Сучава, Румыния)

Алескерова Айгюн Агаселим кызы, кандидат экономических наук, доцент (Азербайджанский государственный экономический университет, Баку, Азербайджан)

Архипова Марина Юрьевна, доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента статистики и анализа данных (Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики", Москва, Российская Федерация)

Белозеров Сергей Анатольевич, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления рисками и страхования (Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Вахрушина Мария Арамовна, доктор экономических наук, профессор, профессор департамента учета, анализа и аудита (ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Гандилова Саадет Таги кызы, доктор экономических наук, доцент, проректор по работе со студентами (Азербайджанский государственный экономический университет, Баку, Азербайджан)

Глущенко Константин Павлович, доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник, профессор (Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Российской академии наук; Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Российская Федерация)

Дресвянников Владимир Александрович, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры "Менеджмент и экономическая безопасность" (ФГБОУ ВО "Пензенский государственный университет", Пенза, Российская Федерация)

Исаченко Татьяна Михайловна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры международных экономических отношений и внешнеэкономических связей им. Н.Н.Ливенцева (Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Коокуева Виктория Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры "Финансовый менеджмент" (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Российская Федерация)

Макаров Анатолий Николаевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой "Экономическая теория и экономическая политика" (Набережночелнинский институт (филиал) КФУ, Набережные Челны, Российская Федерация)

Малов Владимир Юрьевич, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник (Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Российской академии наук, Новосибирск, Российская Федерация)

Медведева Вероника Роммилевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры Менеджмента и предпринимательской деятельности (Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казань, Российская Федерация)

Морозко Наталья Иосифовна, доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления (ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Никитин Юрий Александрович, доктор экономических наук, кандидат военных наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин (Военная академия материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулёва, Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Новиков Александр Владимирович, доктор экономических наук, профессор, ректор (Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск, Российская Федерация)

Новикова Татьяна Сергеевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры "Финансы и кредит" (Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Российская Федерация)

Пинская Миляуша Рашитовна, доктор экономических наук, доцент, профессор Департамента налоговой политики и таможенно-тарифного регулирования (ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Погодина Татьяна Витальевна, доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента менеджмента (ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Разманова Светлана Валерьевна, доктор экономических наук, доцент, начальник лаборатории экономической эффективности проектов разработки (Филиал ООО «Газпром ВНИИГАЗ» в г. Ухта, Ухта, Российская Федерация)

Разовский Юрий Викторович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций (Московский гуманитарный университет, Москва, Российская Федерация)

Сербиновский Борис Юрьевич, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры системного анализа и управления факультета высоких технологий (Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Aygyun Agaselim kyzy Aleskerova, Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor (Azerbaijan State University of Economics, Baku, Azerbaijan)

Marina Yu. Arkhipova, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Statistics and Data Analysis (National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation)

Sergey A. Belozyorov, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Risk Management and Insurance (St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation)

Ionel Bostan, PhD, Professor (Universitatea "Stefan cel Mare" din Suceava, Suceava, Romania)

Maria A. Vakhrushina, Doctor of Economics, Professor, Professor of Accounting, Analysis and Audit Department (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Gandilova Saadet Tagi kyzy, Doctor of Economics, Associate Professor, Provost for Student Affairs (Azerbaijan State University of Economics, Baku, Azerbaijan)

Konstantin P. Gluschenko, Doctor of Economics, Leading Researcher, Professor (Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS; Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation)

Vladimir A. Dresvyannikov, Doctor of Economics, Candidate of Engineering Sciences (Ph.D.), Associate Professor, Professor of the Department of Theory and Practice of Management (Penza branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Penza, Russian Federation)

Tatiana M. Isachenko, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Foreign Economic Relations named after N.N. Liventsev (Moscow Institute of International Relations (MGIMO-University), Moscow, Russian Federation)

Viktoriya V. Kookueva, Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor, Associate Professor of the Academic Department of Financial Management (Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation)

Anatoly N. Makarov, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department "Economic theory and economic policy" (Kazan Federal University - Naberezhnye Chelny Institute, Naberezhnye Chelny, Russian Federation)

Vladimir Yu. Malov, Doctor of Economics, Leading Researcher, Professor (Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS, Novosibirsk, Russian Federation)

Veronika R. Medvedeva, Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor, Associate Professor of Logistics and Management (Kazan National Research Technological University, Kazan, Russian Federation)

Natalia I. Morozko, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Yury A. Nikitin, Doctor of Economics, Candidate of Military Sciences (Ph.D.), Professor, Head of the Department of Humanitarian and Socio-Economic Disciplines (Military Academy of Material and Technical Support named after General of the Army A.V. Khruleva, St. Petersburg, Russian Federation)

Alexander V. Novikov, Doctor of Economics, Professor, Rector (Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation)

Tatiana S. Novikova, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance and Credit (Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation)

Milyausha R. Pinskaya, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Tax Policy and Customs Tariff Regulation (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Tatyana V. Pogodina, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Svetlana V. Razmanova, Doctor of Economics, Associate Professor, Head of Laboratory of the Economic Efficiency of Development Projects (Gazprom VNIIGAZ, branch in Ukhta, Ukhta, Russian Federation)

Yury V. Razovsky, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of the Theory of Advertising and Mass Communications (Moscow University for the Humanities, Moscow, Russian Federation)

Boris Yu. Serbinovskiy, Doctor of Economics, Candidate of Engineering Sciences (Ph.D.), Professor of the Department of System Analysis and Management of the Faculty of High Technologies (Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation)

DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-7-12

УДК 330.3

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Бердникова А.Е., Монако Т.П.

Актуальность исследования связана с новой эпидемиологической ситуацией в мире. Она существенно образом влияет на формирование человеческого капитала. Главная роль в этих процессах принадлежит системе высшего образования, которая одновременно перешла на дистанционный формат обучения. В статье проанализированы основные проблемы этого процесса.

Ключевые слова: *человеческий капитал; эпидемиологическая обстановка; высшее образование; дистанционное образование*

FEATURES OF THE FORMATION OF HUMAN CAPITAL IN MODERN CONDITIONS

Berdnikova A.E., Monako T.P.

The relevance of the study is related to the new epidemiological situation in the world. It significantly affects the formation of human capital. The main role in these processes belongs to the higher education system, which simultaneously switched to a distance learning format. The article analyzes the main problems of this process.

Keywords: *human capital; epidemiological situation; higher education; distance education*

Человеческий капитал является основополагающим фактором развития каждой экономической системы. Его одной из главных составляющих являются знания, полученные на всех ступенях образования, и практический опыт их применения. Современная эпи-

демиологическая обстановка оказывает не такое масштабное разрушение на физический капитал – здания, фабрики, инфраструктура сохраняются. Разрушительному воздействию подвергается здоровье человека, сокращается численность трудовых ресурсов, значительно меняется система образования. Это влияет на качество человеческого капитала, приводит порой к необратимым процессам. Для восстановления человеческого капитала на уровень начала 2020 года понадобится значительное время, кадры, современные образовательные программы и комплексы, значительные материальные ресурсы. Различные карантинные меры, локдауны, запреты и ограничения привели к ослаблению экономических систем всех стран мира как в целом, так и по отдельным отраслям. Происходит сокращение рабочих мест на фоне продолжающейся пандемии, которая подрывает здоровье рабочей силы. Результатом становится ее численное сокращение.

В современных экономических и эпидемиологических условиях меняются требования к трудовым ресурсам, их профессионализму, знаниям, умениям, наличию определенных компетенций. Формирование человеческого капитала у той части населения, которая уже вышла на рынок труда, влечет за собой дополнительные инвестиции в общее и профессиональное образование. Для обучающихся – пересмотра своего отношения к образованию, повышению требовательности к учебным программам, которые позволят им получить необходимые компетенции для успешного выхода и продвижения на современном рынке труда. Сложившаяся эпидемиологическая обстановка послужила катализатором для резкого перехода на удаленный режим работы, на использование дистанционного обучения на всех уровнях образования. Это и оказало влияние на качество формирования человеческого капитала. Основными особенностями перехода на дистанционное обучение является «во-первых, охват всей системы образования страны на всех уровнях ее функционирования; во-вторых, неожиданность, отсутствие какой-либо специальной предварительной подготовки к такому переходу; в-третьих, одномоментность перевода на качественно иной формат обучения» [2].

Официально признано, что дистанционное обучение снижает уровень качества образования. А это в свою очередь влияет на качество человеческого капитала настоящего и будущих поколений. По многим дисциплинам дистанционный формат обучения не позволяет получить достаточный объём практических знаний. Необходимо соответствующее оборудование, мощные компьютеры, лаборатории для экспериментальной очной работы. В зависимости от специальности требуется наличие достаточного количества часов на работу в лабораториях, на производственную практику на фирмах и заводах для получения практического опыта, для апробации и закрепления получаемых знаний. Дистанционное обучение не позволяет это сделать полноценно. Оно направлено в основном на приобретение теоретических знаний. Обучение в дистанционном формате требует от студентов самостоятельности, ответственности, умения работать с различной информацией. Мы согласны с мнением А.И. Ракитова о том, что «формализация знаний и снижение их разнообразия может в определенных условиях негативно сказаться в дальнейшем на практической деятельности выпускников вузов» [5].

По оценкам исследователей система высшего образования является главенствующей в процессе формирования человеческого капитала. В целях изучения влияния дистанционного формата обучения на качество образования нами и был проведен опрос среди студентов Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова, обучающихся на различных специальностях. Переход на дистанционное обучение вызвал трудности различного характера у 89,6% студентов. Это были трудности технического характера (отсутствие необходимой техники, интернета, условий для занятий дома). Были трудности психологического характера (состояние тревожности, неуверенности в завтрашнем дне и в будущем в целом, отсутствие непосредственного контакта с однокурсниками, преподавателями, сложности с самоорганизацией). Студенты указывали на значительную потерю мотивации обучения.

Определенная часть студентов (67%) испытывают дискомфорт в связи с тем, что им не всегда удается иметь дома соответствующую

щую для дистанционных занятий обстановку (отключение света, недостаточные технические возможности, отсутствие Интернета в горных селениях). Более 65% опрошенных студентов отметили, что на каждой специальности есть достаточное количество дисциплин, которые, по их мнению, нельзя изучать в дистанционном формате. Был отмечен недостаточный уровень коммуникаций: студентам не хватает личного контакта и общения с преподавателями. Преподаватель всегда был для студентов образцом профессионализма. В аудитории, отметили студенты, удобно задавать вопросы любой степени сложности и получить на него исчерпывающий ответ. Дистанционное обучение приводит к отчуждению преподавателя и студентов. Следует отметить, что все опрошенные студенты отметили снижение качества образования. Это естественно приведет к появлению на рынке труда трудовых ресурсов совсем другого качества, что повлияет на структуру человеческого капитала и развитие общества вообще.

Таким образом, в новых условиях развития человеческого общества меняется и сам человеческий капитал. Важна роль в его формировании всегда отводится системе высшего образования. Проведенные исследования показали, что необходима корректировка учебных планов с учетом особенностей обучения. Важной проблемой становится обучение студентов умениям успешно работать в условиях эпидемий и пандемий.

Успех в развитии человеческого общества определяют система здравоохранения и система образования, которые непосредственно влияют на качество рабочей силы как нынешнего поколения, так и на производительность труда следующего поколения работников. И, следовательно, на конкурентоспособность как отдельной личности, так и всей страны в целом.

Список литературы

1. COVID-19 и человеческий капитал. Доклад об экономике региона Европы и Центральной Азии, осень 2020 года. Всемирный банк, Вашингтон, округ Колумбия. Doi: 10.1596/978-1-4648-1643-7.

2. Гафуров И.Р., Ибрагимов Г.И., Калимуллин А.М., Алишев Т.Б. Трансформация обучения в высшей школе во время пандемии: болевые точки // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. №10. С. 101-112.
3. Качество образования в российских университетах: что мы поняли в пандемию. Аналитический доклад. Томск. Изд-во Томского государственного университета. 2021. 46 с.
4. Монако Т.П. Система образования в новых эпидемиологических условиях // Russian Journal of Education and Psychology. 2021. V.12. №2-2. P. 79-84.
5. Ракизов А.И. Высшее образование и искусственный интеллект: эйфория и алармизм // Высшее образование в России. 2018. Т. 27. №6. С. 41-49.

References

1. COVID-19 and human capital. Report on the economy of the Europe and Central Asia region, autumn 2020. The World Bank, Washington, DC. Doi: 10.1596/978-1-4648-1643-7.
2. Gafurov I.R., Ibragimov G.I., Kalimullin A.M., Alishev T.B. Transformation of higher education during a pandemic: pain points // Higher education in Russia. 2020. Vol. 29. No. 10. pp. 101-112.
3. Quality of education in Russian universities: what we understood in the pandemic. Analytical report. Tomsk. Publishing house of Tomsk State University. 2021. 46 p.
4. Monaco T.P. Education system in new epidemiological conditions // Russian Journal of Education and Psychology. 2021. V.12. No.2-2. P.79-84.
5. Rakitov A.I. Higher education and artificial intelligence: euphoria and alarmism // Higher education in Russia. 2018. Vol. 27. No. 6. pp. 41-49.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Монако Татьяна Петровна, доцент, кандидат физико-математических наук
Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова
ул. Ватутина, 44-46, г. Владикавказ. 362025, Россия
monako_tatyana@bk.ru

Бердникова Анастасия Евгеньевна, преподаватель, кандидат экономических наук
ФГБОУ ВО «Государственный горский аграрный университет»
ул. Кирова, 37, г. Владикавказ, 362040, Россия
stacey.official@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Monako Tatyana P., associate professor, candidate of physical and mathematical sciences
North Osetian State University of a name of K.L. Khetagurov
44-46, Vatutin Str., Vladikavkaz, 362025, Russia
monako_tatyana@bk.ru
ORCID: 0000-0002-9688-7245

Berdnikova Anastasia E., candidate of economic Sciences
Gorsky State Agrarian University
37, Kirov Str., Vladikavkaz, 362040, Russia
stacey.official@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7422-4654

DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-13-17

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Давыдова Т.В.

В данной статье рассмотрены основные предпосылки становления неопределенности ведения бизнеса, связанные с распространением коронавирусной инфекции COVID-19. Определены современные методы поддержки бизнеса правительством страны. На основании проведенного исследования предложены основные рекомендации, которые целесообразно учесть в управленческой практике на современном этапе.

Ключевые слова: пандемия коронавирусной инфекции; риск неопределенности; поддержка бизнеса; управление бизнесом; основные рекомендации

FEATURES OF BUSINESS MANAGEMENT IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY AT THE PRESENT STAGE

Davydova T.V.

This article discusses the main prerequisites for the formation of business uncertainty associated with the spread of COVID-19 coronavirus infection. Modern methods of business support by the government of the country have been identified. Based on the conducted research, the main recommendations are proposed, which it is advisable to take into account in management practice at the present stage.

Keywords: coronavirus pandemic; risk of uncertainty; business support; business management; basic recommendations

Современные мировые тенденции, связанные с пандемией коронавирусной инфекции диктуют обществу и бизнесу новые условия функционирования, которые определяются высокой степенью неопределенности. Практически ни кто, ни одно мировое правительство или экспертное сообщество не может с высокой степенью достоверности предположить тенденции ближайшего будущего, так как уровень риска неопределенности крайне высок:

- неопределенно поведение самого вируса COVID-19, скорости его мутации;
- неопределенна политика и антикризисные меры правительств различных государств, так как все стремятся с наименьшими потерями для экономики разрешить ту или иную проблему;
- неопределенно поведение мирового потребителя, а соответственно уровень спроса, предложения, уровень конкуренции;
- неопределенны мировые показатели ВВП, инфляции, котировок на фондовых биржах, цены на энергоресурсы и др. показатели.

Все выше перечисленное крайне затрудняет функционирование и развитие бизнеса, в условиях возникшего высокого риска неопределенности.

При этом необходимо отметить, что государством оказывается существенная поддержка бизнеса с учетом настоящего положения неопределенности и высокого уровня риска, связанного с распространением коронавирусной инфекции COVID-19. Правительством РФ разработан перечень отраслей экономики, наиболее пострадавших в связи с распространением коронавирусной инфекции. Для предприятий данных отраслей увеличили срок уплаты некоторых видов налогов, в том числе налог на прибыль, НДС, единый сельскохозяйственный налог. Продлен срок уплаты страховых взносов, в некоторых случаях приостановлены налоговые проверки. Утверждены правила предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям, определены условия предоставление субсидий российским авиакомпаниям, разработаны рекомендации по отсрочки банкротства.

Определены меры поддержки некоммерческих организаций, условия предоставления из федерального бюджета субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства, акционерным обществам ведущим деятельность в отраслях в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения коронавирусной инфекции.

Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека разработаны рекомендации для бизнеса в условиях сохранения рисков распространения COVID-19. На сайте респотребнадзора можно найти рекомендации по организации работы предприятий сферы услуг, торговли, туризма и отдыха, транспорта, культуры, образования, строительства, спорта и других сфер деятельности. Также, с учетом опыта функционирования бизнеса в условиях неопределенности и высокой степени риска становится возможным предложить рекомендации, которые целесообразно учесть в управленческой практике [1]. К основным предложениям можно отнести:

- создание рабочей группы (команды), ответственной за принятие управленческих решений, за постановку целей, за разработку планов функционирования; группа может осуществлять управление процессами, контроль и оценку результатов;
- выявление факторов риска по слабым сигналам;
- проведение оценки уровня риска, и с учетом результатов проведение корректировки планов и инструментов экстренного реагирования;
- разработку плана антикризисного управления или финансового оздоровления, функционирования в условиях неопределенности и т.п.[2];
- выделение дополнительных ресурсов или перераспределение имеющихся с целью обеспечения эффекта синергии;
- разработку стратегии функционирования в сложившихся условиях, но при этом необходимо учитывать особенности сложившейся ситуации и стремиться к уникальности стратегии;
- определение способов минимизации уровня риска;

- применения методов сценариев будущего при управлении;
- создание благоприятных условий взаимодействия с поставщиками, покупателями, сотрудниками;
- активное использование IT-технологий в организации бизнеса с применением современных продуктов защиты информации [3];
- необходимость перестройки отдельных процессов бизнеса на удаленный режим работы;
- отслеживание изменений в законодательстве, в части налогообложения и др.;
- поиск резервов роста за счет факторов внутренней и внешней среды организации;
- проведение, при необходимости реорганизации, реструктуризации на основании слияния или разделения бизнеса, его подразделений;
- проявление социальной ответственности, как к сотрудникам организации, так и к внешним партнерам, покупателям и другим участникам бизнеса и другое.

Все выше перечисленные рекомендации обеспечения устойчивости функционирования бизнеса в условиях неопределенности не являются шаблоном конкретных действий, они требуют более углубленного изучения, возможно модификации с учетом специфики деятельности бизнеса и особенностей факторов влияния, определяющих внутреннее и внешнее окружение.

В заключении необходимо сделать вывод, что, не смотря на сложность сложившейся ситуации, как со стороны государства, так и со стороны бизнеса проведена огромная работа по поддержанию деятельности предприятий на экономическом пространстве. Все в комплексе дает свои результаты и ситуация постепенно начинает улучшаться.

Список литературы

1. Фадеев И.В., Стратегическое управление предприятием в условиях риска неопределенности (на примере пандемии коронавируса). <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-upravlenie->

- predpriyatiem-v-usloviyah-riska-neopredelennosti-na-primere-pandemii-koronavirusa
2. Кошевенко С.В. Влияние личностных качеств руководителя на процесс принятия управленческих решений в зависимости от сферы деятельности // Научно-методический электронный журнал концепт. 2016. т. 45. с. 29.
 3. Ершова Е.Ю. Тенденции развития цифровых технологий в российском ритейле // Цифровое образование в РФ: состояние, проблемы и перспективы. Материалы Международного форума. 2019. С. 142-144.

References

1. Fadeev I.V., Strategic management of an enterprise in conditions of risk of uncertainty (on the example of the coronavirus pandemic). <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-upravlenie-predpriyatiem-v-usloviyah-riska-neopredelennosti-na-primere-pandemii-koronavirusa>
2. Koshevenko S.V. The influence of personal qualities of a manager on the process of making managerial decisions depending on the field of activity // Scientific and methodological electronic journal concept. 2016. vol. 45. p. 29.
3. Ershova E.Y. Trends in the development of digital technologies in Russian retail // Digital education in the Russian Federation: state, problems and prospects. Materials of the International Forum. 2019. pp. 142-144.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Давыдова Татьяна Викторовна, доцент кафедры, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО Смоленский государственный университет
ул. Пржевальского, 4., г. Смоленск, 214000, Россия
rectorat@smolgu.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Davydova Tatyana Viktorovna, Ph. D., Associate Professor
Smolensk state University
4, Przhevalsky Str., Smolensk, 214000, Russia
rectorat@smolgu.ru
ORCID: 0000-0003-4982-3190

DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-18-22

УДК 339.138

**ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ:
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОКУПАТЕЛЕМ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

Ершова Е.Ю.

В статье описаны тренды развития экспериментального маркетинга, рассмотрены основные стратегии применения. Описанная практика использования инструментов экспериментального маркетинга дает представление о возможностях взаимодействия с потребителем в условиях социального дистанцирования.

Ключевые слова: экспериментальный маркетинг; формирование бренда; поведение потребителей; он-лайн формат

**EXPERIMENTAL MARKETING:
INTERACTION WITH THE BUYER IN A PANDEMIC**

Ershova E. Y.

The article describes the trends in the development of experimental marketing, the main application strategies are considered. The described practice of using the use of experimental marketing tools gives an idea of the possibilities of interaction with the consumer in the conditions of social distancing.

Keywords: experimental marketing; brand formation; consumer behavior; online format

Экспериментальный маркетинг получил широкое распространение в условиях повышения конкуренции и облегчает процесс идентификации.

В условиях пандемии и развития информационных технологий экспериментальный маркетинг продемонстрировал расширение контактов с покупателями. Основными целями является рост объема продаж, уровня лояльности, узнаваемости бренда. Таким образом, объектом исследования является комплекс экспериментального маркетинга, генерирующего восприятие бренда и влияющего на поведение покупателя. Цель исследования: уточнить особенности экспериментального маркетинга и значение эмоциональной составляющей при восприятии бренда.

Степень разработанности проблемы: достаточное количество научных работ посвящено продвижению брендов. Российские и зарубежные исследователи разрабатывали значение эмоциональной составляющей в концепции маркетинга – Д. Аакер, С. Анхолт, Е. Голубков, Н. Кларк, В. Музыкант. Однако, развитие экспериментального маркетинга в период пандемии потребовало нового осмысления этого явления. Цель работы – уточнить особенности экспериментального маркетинга и описать существующие стратегии применения.

Традиционные формы экспериментального маркетинга заключаются в дегустации, семплинге, показе мод и т.д. Пандемия COVID 19 в значительной мере изменила поведение покупателей, в следствии чего началось развитие онлайн-форм экспериментального маркетинга. Следует заметить, что исследование диджетал-форматов экспериментального маркетинга велось и до начала пандемии, однако, современность потребовала трансформации применяемых инструментов.

На стратегию продвижения товара влияет уникальное торговое предложение товара или услуги, вида деятельности компании, территориального расположения. Все эти факторы образуют базовые преимущества в конкурентной среде. Рассмотрим основные стратегии экспериментального маркетинга:

1. Стратегия дифференциации позволяет в условиях перегретого рынка чувствовать вкус, запах продукта, расположить покупателя к продукту

2. Добавление творческой составляющей реализуемой через оригинальные и творческие проекты бренда, обеспечивая внимание инфлюенсеров и СМИ

3. Обмен эмоциями в социальных сетях делаются эмоциями, историями взаимодействия с продуктами бренда.

4. Приобщение к бренду – возможность масштабной дегустации, одновременного символического употребления продукта - спонсорство в олимпиадах, показах и т.д. Так же следует упомянуть как продвижение бренда участие Pepsi в виртуальном концерте One World All Together – апрель 2020 г.в апреле 2020 года с участием Леди Гаги, Пола Маккартни, Билли Айлиш и других звёзд. Компания привлекла обширную аудиторию разных возрастов и сделала пожертвования на борьбу с COVID-19.

5. Уникальность впечатлений (например – оформление компанией Mattel автобусной остановки в стилистике дома Барби).

Экспериментальный маркетинг в условиях пандемии помимо объединения онлайн и традиционных технологий продолжает развитие и поиск новых форм, в том числе применении технологии дополненной реальности. Это дает возможность потребителю взаимодействовать с товарами более увлекательно и персонализировано.

Популярна технология дополненной реальности при покупке мебели. Компания IKEA одной из первых применила технологию встроенного искусственного интеллекта, прибегнув к которой покупатель получает возможность представить приобретаемые предметы в солившемся интерьере.

При наступлении пандемии мероприятия, традиционно проводимые в оф-лайне, произвели попытки трансформации продукта с применением платформ как Instagram Live, TikTok, Twitch и Zoom. Развлекательная индустрия освоила виртуальные концертные площадки делая шоу с большим охватом аудитории. Так, организаторы концертов российской группы БИ-2 предлагали различные форматы для зрителей – от простого подключения к концерту, до трансляции лиц зрителей на специальных экранах в зрительном зале и возможности предконцертной встречи с артистами. Поскольку изоляция и

социальное дистанцирование стали частью реальности, освоение виртуальных возможностей экспериментального маркетинга позволяющих потребителю присутствовать на мероприятии как виртуально так и лично способствует более эффективному продвижению бренда.

Так как ведение компании перешли на проведение торговых мероприятий онлайн, экспериментальный маркетинг был внедрен в широкую практику более быстро, чем прогнозировалось. Именно этот вид маркетинга позволяет потребителю получить и новый опыт контакта с брендом, обеспечивает узнаваемость бренда, рост лояльности потребителей. Применение новых технологий позволило изменить поведение потребителей, поэтому экспериментальный маркетинг трансформировался от формата личной коммуникации к цифровой.

Применение экспериментального маркетинга позволяет изменить отношение к известным брендам путем создания новых форматов взаимодействия бренда и покупателя в виде вирусного контента, конкурсов, демонстраций, он-лайн мероприятий. Потребители отмечают высокую привлекательность данной формы.

Как показала практика, со времени наступления ограничений, связанных с пандемией, персональный опыт взаимодействия с брендом не обязательно должен быть личным, поскольку форма цифрового взаимодействия показала достаточную эффективность за счет большого охвата.

Современный формат экспериментального маркетинга инкапсулирует положительный опыт онлайн взаимодействия брендов и потребителей на основе эмоций. Режим изоляции и социального дистанцирования стимулировали этот процесс. Внедрение новых технологий бренд знакомит потребителей со своим предложением, а не просто информирует. Таким образом, экспериментальный маркетинг можно рассматривать как перспективный метод продвижения товаров и услуг, поскольку он основывается на интерактивном опыте побуждения покупателя к решению о приобретении товара или услуги.

Конфликт интересов отсутствует. Исследование не имело спонсорской поддержки.

Список литературы

1. Давыдова Т.В. Современные тенденции развития цифровой экономики.//Цифровое пространство: экономика, управление, социум. Сборник научных статей I Всероссийской научной конференции. Смоленский государственный университет. 2019. С. 49-52.
2. Кошевенко С.В. Современные тенденции в брендинге: цифровой аспект: цифровой аспект//Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 4-4. С. 123-128.

References

1. Davydova T.V. Sovremennye tendencii razvitiya cifrovoj ekonomiki.//Cifrovoe prostranstvo: ekonomika, upravlenie, socium. Sbornik nauchnyh statej I Vserossijskoj nauchnoj konferencii. Smolenskij gosudarstvennyj universitet. 2019. S. 49-52.
2. Koshevenko S.V. Sovremennye tendencii v brendenge: cifrovoj aspekt: cifrovoj aspekt//Nauka Krasnoyar'ya. 2020. T. 9. № 4-4. S. 123-128.

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Ершова Елена Юрьевна

*ФГУ ВПО Смоленский государственный университет
ул. Пржевальского, 4, Смоленск, 214000, Россия
kiriенkee@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Ershova Elena Yurevna

*Smolensk State University
4, Smolensk Str., Przewalski Str., 214000, Russia
kiriенkee@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-4189-5069*

DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-23-32**УДК 658.8****ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ) НА РЫНКЕ***Панушкина А.М., Шевченко Е.А.*

В данной статье подробно разобраны аспекты и сущность потребительского поведения, а также влияющие на него факторы. Представлены типы потребителей и их особенности. Подробно описана маркетинговая модель поведения потребителей, и, следовательно, сделан вывод о том, что маркетологи имеют возможность использовать параметры личности для прогнозирования потребительского поведения.

***Ключевые слова:** потребительское поведение; типы личностей потребителя; маркетинговая модель; рынок; мотивация потребителей*

**RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR OF PRODUCTS
(WORKS, SERVICES) ON THE MARKET***Panushkina A.M., Shevchenko E.A.*

This article discusses in detail the aspects and essence of consumer behavior, as well as the factors influencing it. The types of consumers and their features are presented. The marketing model of consumer behavior is described in detail, and, therefore, it is concluded that marketers have the ability to use personality parameters to predict consumer behavior.

***Keywords:** consumer behavior; consumer personality types; marketing model; market; consumer motivation*

По мнению известных авторов, современный маркетинг выстраивается за счет потребительских привычек, а также многих других факторов, связанных с решением о приобретении продукта. В статье

«Исследование поведения потребителей продукции (работ, услуг) на рынке» разобраны аспекты, оказывающие влияние на потребительское поведение, выявлены те из них, которые важно учитывать и определено их воздействие на продвижение продукта.

По Джеймсу Энджелу, поведение потребителей – это деятельность, направленная непосредственно на получение, потребление и распоряжение товарами, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними.

В этом определении отражаются индивидуальные решения, а также решения, обусловленные личными взаимоотношениями потребителей и продавцов [1].

Исследование потребителя – это выявление предпочтений своих потребителей и что влияет на выбор, а затем и определение самой целевой аудитории. Именно благодаря такому маркетинговому исследованию можно менять рекламу или же сам продукт, чтобы он соответствовал потребностям потенциального покупателя [2].

Главная задача маркетолога – вложить в суть продукта больше ценностей, чтобы обойти конкурентов, при этом сохранив прибыль [3].

Важно отметить, чем действует покупатель при принятии решения о приобретении продукта.

- Выбор товара в соответствии с личными качествами, покупательской способностью и тому подобное;
- Самостоятельное принятие решения о покупке;
- Предложение на рынке на прямую зависит от выбора покупателя и наоборот.

Подводя итог по вышесказанному, можно сделать вывод, что поведение покупателя формируется по личным интересам, по фактической пользе, а также по ценовой категории. Финансовые ограничения – один из главных факторов, учитываемых при покупке, при его наличии потребитель зачастую ограничен в выборе, в следствии приобретая более дешевый товар с меньшей полезностью.

Выбор потребителя также зависит от ценности продукта, чем выше ценность, тем осторожнее клиент принимает решение о покупке.

Таблица 1.

Поведенческие разновидности потребителя [3]

Тип поведения потребителя	Описание	Задача продавца (маркетолога)
Сложное поведение	Является следствием множественности предложения в пределах определенной категории товара. Например, выбор техники. В данном случае покупатель оценивает свои возможности до мельчайших деталей.	Предоставить полную информацию о товаре, о его положительных и отрицательных характеристиках.
Неуверенное	Происходит при ограниченном предложении и повышенном спросе на продукт. При выборе потребитель учитывает личные предпочтения.	Убедить клиента в правильности выбора.
Привычное	Для потребителей свойственно покупать знакомые, и как правило, недорогие продукты. Так как у разных производителей товары практически не отличаются, из-за этого невозможно оценить свойства или их другие характеристики. Вероятно, многие покупки совершаются из-за привычки покупателей приобретать уже знакомый и надежный товар.	Наиболее важной задачей продавца является привлечение внимания. К примеру, помочь в этом могут стимулирующие акции, скидки, бонусы, а также создание нового фирменного логотипа, выделяющегося среди конкурентов.
Поисковое	Появляется в период, представления на рынке широкой линейки производителей и продукции нужной категории.	Основной задачей продавца является правильное стимулирование покупателей. Например, фиксирование бренда в памяти клиентов, создание выгодных предложений.

Исходя из вышеупомянутой характеристики типов поведения потребителя можно сделать вывод что каждый человек индивидуален, он не будет относиться только к одному типу, поэтому задача маркетолога знать личность потребителя и подстраиваться под его желания. В связи с этим выявляется потребность в изучении психологии потребительского поведения типов личности потребителей.

Следует сделать акцент на том, что свойства поведения потребителя объясняют те аспекты, которые остаются относительно неизменными, и, следовательно, маркетологи имеют возможность использовать параметры личности для прогнозирования потребительского поведения. Личность характеризуется врожденными импульсами, инстинктами, а также приобретенным опытом и мотивами.

В настоящее время тенденции в выборе товара стали заметно меняться. Аналитики компании по исследованию рынка Euromonitor выявили новые тенденции потребительского поведения, безусловно на эти тенденции повлияла ситуация с COVID-19:

Во-первых, скорость формирования потребительских привычек выросла.

Во-вторых, потребитель становится более самостоятельным, появляется тренд на индивидуальность и экологичность.

И последнее, но не менее важное, потребитель более внимателен к брендам, успехом пользуются те предприниматели, которые нацелены на защиту общества и планеты в целом.

Потребитель ожидает, что компания перейдет к стратегии, ориентированной на социальные ценности. Здесь расставлены приоритеты на экологизацию брендов и их продукцию, в частности снижение потребляемого пластика, а также защиту здоровья и благополучия сотрудников и помощь локальным сообществам.

Во время пандемии руководители компаний по всему миру общались с различными потребителями и выступали с инициативой защищать персонал, клиентов и общество, что позволило наладить эмоциональные связи с потребителем.

Из-за смены повседневных привычек потребителя, компании часто задумываются о необходимости быстрой адаптации своих процессов, для создания устойчивого клиентского опыта при сохранении удобства потребления. В результате сложившейся ситуации появились совершенно новые тенденции поведения потребителей, по которым можно сделать определенные выводы:

Первый вывод заключается в том, что все больше потребителей вынуждены планировать свой день, когда раньше он мог быть до-

вольно спонтанным. В следствие чего пандемия ускорила внедрение цифровых технологий. Выходом в сложившейся ситуации является электронная торговля.

Второй вывод заключается в том, чтоб выбор большинства потребителей чаще всего сводится к развлечениям и встречам на открытом воздухе. Во многих частях света компании уже внедрили передовые технологии и меры по охране здоровья, все мероприятия были перенесены на улицу, это позволило потребителям чувствовать себя вне дома в безопасности. Также были внедрены яркие тренды такие, как фестивали, ярмарки и так далее.

Третий вывод заключается в социализации и общении. Значительное скопление людей представляет опасность для здоровья людей, но несмотря на это, потребитель стремится к социализации, а выбирая сельские местности, как мы заметили ранее, потребитель невольно приводит за собой и торговые сети, широкое распространение в этой сфере получили кинотеатры на колесах, занятия спортом на свежем воздухе.

Четвертый вывод характеризует столкновение жизни и цифровизации или Phygital Reality. Новейшие технологии позволяют потребителям оставаться всегда на связи, находясь дома, и безопасно выходить во внешний мир по мере того, как экономика вновь активизируется.

Заключительный пятый вывод связан с одержимостью безопасности. Из-за активной работы СМИ происходит повышенная осведомленность людей о здоровье, что стимулируют спрос на гигиенические средства и толкает потребителей к бесконтактному социальному взаимодействию. Компании должны успокоить потребителя и внедрять максимум средств безопасности в повседневной работе.

Подводя итог из вышесказанного, можно сделать следующие заключения:

Во-первых, пандемия изменила повседневную жизнь людей. Бизнес-компании должны, несмотря на сложную ситуацию в мире, предоставлять продукты и услуги, поддерживая психическое благополучие потребителей и помогая им пережить неблагоприятные обстоятельства.

Во-вторых, потребители стали более осторожными и бережливыми. Расходы снижаются из-за неопределенности экономических условий. Компаниям необходимо выбирать предложения, которые

соответствуют соотношению цены и качества, предлагая доступные варианты без ущерба для качества.

В-третьих, потребители находятся в поиске новых способов определения начала и конца рабочего дня, стараясь управлять временем. Компания должна поддерживать баланс между работой и личной жизнью, производительностью и потребностями в общении [4].

На основе рассмотренных типов потребительского поведения нами была разработана анкета и проведено исследование. Опрос проводился среди студентов и преподавателей Омского Государственного Университета Путей и Сообщения как в онлайн-формате, так и в письменном, непосредственно в аудиториях. Опрос был нацелен на выявление потребительского поведения и привычек по отношению выбираемого товара, и состоял из таких вопросов как:

- Делаете ли вы спонтанные необдуманные покупки?
- Как часто вы обращаетесь к консультантам за помощью?
- Всегда ли вы покупаете то, что планировали?
- Может ли консультант повлиять на ваше мнение при покупке?
- Важен ли для вас бренд покупки?
- Вникаете ли вы в подробности, рассказываемые консультантом при беседе?
- Любите ли вы рисковать?
- Насколько быстро вы принимаете решение о покупке?

Опросив студентов 1-5 курсов и преподавателей, было выявлено, что больше половины опрошенных проявляют неуверенное поведение при покупках. Ответчики совершают необдуманные покупки, не всегда покупают то, что планировали, а также не уверены нужна ли им помощь консультанта, поэтому предпочитают не обращаться к нему. Это обусловлено несколькими факторами:

- в первую очередь покупательская способность людей, зависящая от региона;
- ограниченное предложение, при котором человек не уверен в правильности своей покупки. Оно может возникнуть в отдаленных городах от центра, где появление трендов наблюдается значительно позже;

- а также личные желания, редко коррелирующие с полезностью. В условиях небольшой покупательной способности товары для самореализации отходят на второй план.

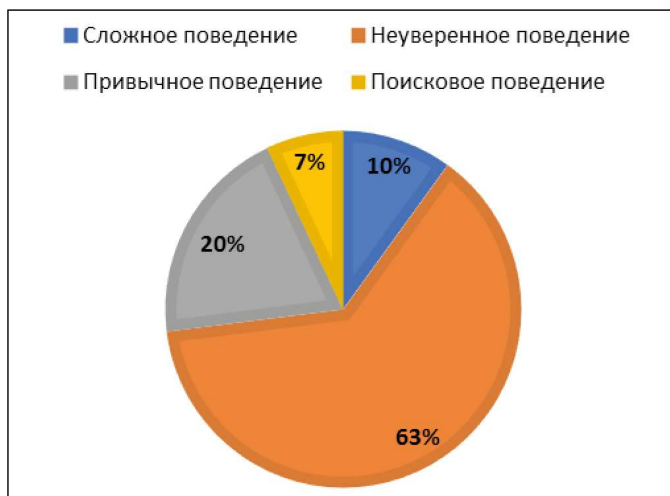


Рис. 1. Поведенческие разновидности потребителя

Также большой процент занимает привычное поведение, характерное для потребителей, которые привыкли покупать определенный товар, определенного бренда. Товар им знаком, удобен и выгоден, поэтому не возникает потребности в поиске нового.

Большинство из опрошенных не обращаются к консультантам за помощью, но если такая потребность возникает, то потребители не слушают подробности описываемого товара. Также опрошенным важен бренд продукта больше, чем его характеристики. Ответчики не любят рисковать, поэтому обдумывают свое будущее приобретение.

В данных случаях маркетологу важно проявить настойчивость, убедить потребителя в правильности его выбора, а также привлечь внимание к своему товару, например, путем введения акций, бонусов и так далее.

Но перед ним стоит сложная задача – цифровизация рыночного пространства. Из этого возникает острая потребность освоения ин-

тернета, ведения онлайн-магазинов, ведь в сложившейся ситуации с пандемией 2020 года потребитель перестроился в своих привычках.

В данном случае производители могут понести убытки, ведь сфера маркетинговых услуг стала еще шире, и людям недостаточна реклама по радио, по телевидению, появляется необходимость освоения интернет-рекламы.

Выходом из ситуации является таргетинг, который сможет настроить любой производитель при помощи таргетолога или без нее. Таргетинг – это наиболее распространённый в последнее время способ онлайн-рекламы. В таргетированной рекламе применяются приемы и настройки поиска целевой аудитории в соответствии с заданными параметрами людей.

Данная реклама видна только выбранной аудитории, что позволяет эффективнее использовать рекламный бюджет компании.

Выделяют следующие параметры настроек: демографические (национальность, возраст, пол), психологические (образ жизни, ценности потребителя), географические и временные.

У таргетированной рекламы есть как преимущества, так и недостатки.

Для потребителей: преимущества – просто сидя в соц.сетях человек видит именно ту рекламу, которая ему будет интересна; недостатки – конфиденциальность, так как происходит анализ сайтов, которые посещает человек.

Для рекламодателей: преимущества – получают больше клиентов, при этом затрачивая меньше средств на рекламу; недостатки – для получения нужных результатов может потребовать много времени и средств.

Ретаргетинг – механизм, благодаря которому можно повторно показать рекламу той части аудитории, которая видела нашу рекламу, но не сделала целевое действие. Главное преимущество ретаргетинга заключается в том, что можно обеспечить бизнес дополнительными продажами, затратив меньше времени и средств на настройку рекламы.

В настоящее время таргетинг очень актуален, так как огромное количество людей пользуются интернет ресурсами каждый день.

Таким образом, таргетинг будет дешевым и действенным способом связи потребителя и производителя.

Резюмируя все вышесказанное, можно отметить, что поведение потребителей в отношении выбора товара напрямую зависит от внешних условий, а также от уровня развития общества, что наглядно показало исследование, проведенное среди преподавателей и студентов ОМГУПС.

Список литературы

1. Тимохина Г.С. Поведение потребителей. Екатеринбург: [Publishing house Ural. state econom. un-ta], 2016. Ч. 2. 126 с.
2. Изучение потребителей: методы и направления, алгоритм исследования и возможные ошибки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://yasno.mobi/blog/izuchenie-potrebiteley-metody-i-napravleniya-algoritm-issledovaniya-i-vozmozhnye-oshibki/>
3. Почепский О. Поведение потребителей: что это такое и какие социальные и психологические факторы влияют на принятие решения о покупке товаров и услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/povedenie-potrebiteley-cto-eto-takoe-i-kakie-sotsialnye-i-psikhologicheskie-factory-vliayut-na-pri/>
4. Топ-10 потребительских трендов 2021 года от Euromonitor [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.dairynews.ru/news/top-10-potrebiteleskikh-trendov-2021-goda-ot-euromo.html>
5. Google Форма «Потребительские привычки» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/1JWcL9CZVTMipQHL910Hzzj6MzGjNlCdaeGejBkugRqM/edit>

References

1. Timohina G.S. Povedenie potrebitelej. Ekaterinburg: [Izd-vo Ural. gos. jekon. un-ta], 2016. Ch. 2. 126 p.
2. Izuchenie potrebitelej: metody i napravlenija, algoritm issledovaniya i vozmozhnye oshibki [Electronic resource] – Rezhim dostupa: <https://yasno.mobi/blog/izuchenie-potrebiteley-metody-i-napravleniya-algoritm-issledovaniya-i-vozmozhnye-oshibki/>

3. Pochepskiy O. Povedenie potrebitelej: chto jeto takoe i kakie social'nye i psihologicheskie faktory vlijajut na prinjatie reshenija o pokupke tovarov i uslug [Electronic resource] – Rezhim dostupa: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/povedenie-potrebiteley-chto-eto-takoe-i-kakie-sotsialnye-i-psikhologicheskie-factory-vliyayut-na-pri/>
4. Top-10 potrebitel'skih trendov 2021 goda ot Euromonitor [Electronic resource] – Rezhim dostupa: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/povedenie-potrebiteley-chto-eto-takoe-i-kakie-sotsialnye-i-psikhologicheskie-factory-vliyayut-na-pri/>
5. Google Forms «Potrebitel'skie privichki» [Electronic resource] – Rezhim dostupa: <https://docs.google.com/forms/d/1JWcL9CZVTMipQHL-910Hzzj6MzGjNIcdaeGejBkugRqM/edit>

ДААННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Шевченко Екатерина Александровна, студент

*Омский государственный университет путей сообщения
Карла Маркса просп., 35, Омск, Омская обл., 644046, Россия
katya.shevchenko.09@mail.ru*

Панушкина Анна Максимовна, студент

*Омский государственный университет путей сообщения
Карла Маркса просп., 35, Омск, Омская обл., 644046, Россия
onyanya1997@gmail.com*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Shevchenko Ekaterina A., student

*Omsk State Transport University
35, Karla Marksa Ave., Omsk, Omsk Region, 644046, Russia
katya.shevchenko.09@mail.ru
ORCID: 0000-0001-6389-5524*

Panushkina Anna M., student

*Omsk State Transport University
35, Karla Marksa Ave., Omsk, Omsk Region, 644046, Russia
onyanya1997@gmail.com
ORCID: 0000-0002-0805-0067*

DOI:10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-33-38**УДК 338.46**

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Миркина О.Н.

Конкурентоспособность предприятий общественного питания является необходимым условием их успешной работы. Факторы конкурентоспособности разделяются на внешние и внутренние. Необходимо уделять особое внимание внутренним факторам, особенно таким, которые в большой мере поддаются руководящему воздействию. Это проявляется в воздействии по таким направлениям, как руководство предприятия, его персонал и меню.

Ключевые слова: конкурентоспособность; рынок; факторы; персонал; меню; руководство

FACTORS OF COMPETITIVENESS OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES

Mirkina O.N.

The competitiveness of public catering enterprises is a necessary condition for their successful operation. Competitiveness factors are divided into external and internal. It is necessary to pay special attention to internal factors, especially those that are highly amenable to guiding influence. This is manifested in the impact in such areas as the management of the enterprise, its staff and the menu.

Keywords: competitiveness; market; factors; personnel; menu; management

Конкурентная борьба – характерная черта рыночной экономики. Именно конкуренция обеспечивает постоянное стремление предприятий совершенствовать технологии и продукты. Конкуренция проникает во все сферы экономики, поэтому определение факто-

ров конкурентоспособности предприятия необходимо для любой отрасли, в том числе общественного питания. Несмотря на крайне негативное влияние последствий пандемии новой коронавирусной инфекции на эту отрасль, безусловно, общественное питание продолжит развиваться, а значит и исследование факторов конкурентоспособности предприятий, входящих в нее, является актуальным.

В отечественной и зарубежной науке проблеме выявления и изучения факторов конкурентоспособности предприятий уделяется много внимания. Значительный вклад внесли: Фатхутдинов Р.А., Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., Денисов В.А., Сергиенко Т.А., Юрова Е.С., Азоев Г.Л., Челенков А.П. и др.

Цель статьи – систематизация факторов конкурентоспособности предприятий общественного питания и выделение направлений приоритетного воздействия с целью повышения конкурентоспособности.

Методами исследования являются общенаучные методы сравнения, опроса, методы статистического и факторного анализа.

В научной литературе понятие «конкурентоспособность предприятия» не имеет однозначно принятой формулировки, отмечено, что определения авторов зависят от целей и задач исследования, изучаемых объектов, требований субъектов рыночных отношений и т.д. [1]. Жданова Е.С. выделяет четыре подхода к определению рассматриваемого термина, основанных на: факторах внутренней среды предприятия, его способности создавать конкурентные преимущества; необходимости удовлетворения требований потребителей; конкурентоспособности продукции (услуг) предприятия; на сравнении с конкурентами. Обобщая эти подходы, можно сказать, что конкурентоспособность предприятия является его свойством, которое характеризуется степенью реального или потенциального удовлетворения им определенной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на этом рынке. Она устанавливает способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке [2].

Высококонкурентная сфера общественного питания считается атрибутом развитой рыночной экономики. В индустрии обществен-

ного питания принято различать общую, ценовую, территориальную и внутрисегментную конкуренцию [4].

В научной литературе принято выделять внешние и внутренние факторы конкурентоспособности предприятий общественного питания [2, 3]. Так в число внешних факторов включают: политические; экономические; финансовые; социально-демографические; географические и природные; инфраструктурные. Эти факторы воздействуют на предприятие с различной степенью интенсивности в разные периоды времени, во многом определяют его поведение на рынке. Объединяет их то обстоятельство, что предприятие не имеет возможности оказывать на эти факторы воздействие, они формируют его внешнюю среду, под которую оно подстраивается. Хотя, безусловно, существуют инструменты воздействия на внешнюю среду (маркетинговые коммуникации, мониторинг деятельности конкурентов и т.п.), но они направлены скорее на смягчение среды, чем на ее формирование.

Гораздо больше внимания следует уделять факторам внутренним. Внутренние факторы конкурентоспособности предприятий общественного питания составляют: производственная и организационная структура; технологии; уровень квалификации сотрудников; качество менеджмента; развитость сбытовой сети и иные [2, 3]. Именно перечисленные факторы в определенной мере находятся в сфере воздействия управленцев предприятия и, соответственно, через них предприятие может повысить свою конкурентоспособность. Очевидно, что именно предприятие принимает решение о применяемых технологиях и используемом сырье, предлагаемом ассортименте продукции; подбирает персонал соответствующей квалификации и количества; формирует отношения с поставщиками и клиентами. Для повышения конкурентоспособности должна учитываться информация, характеризующая качество предлагаемой продукции и услуг; дающая представление о степени соответствия оказываемых услуг требованиям клиента; характеризующая качество процесса, его эффективность и ресурсоемкость; содержащая степень удовлетворенности посетителя, и возможности выполнения потребностей клиентов [5]. Представляется целесообразным

разделить внутренние факторы на две категории: те, что более подвержены влиянию руководства и те, что являются относительно подверженными такому влиянию. Так, в первую группу можно отнести производственную и организационную структуру, уровень квалификации сотрудников, качество менеджмента, предлагаемый ассортимент. Ко второй группе относятся: величина затрат на производство и цена продукции, развитость сбытовой сети, технологии.

Для предприятий общественного питания представляется особенно важной работа по таким направлениям, как руководство, меню, персонал, поскольку именно они составляют суть факторов конкурентоспособности, в наибольшей степени подверженных влиянию руководства предприятия. Можно с уверенностью утверждать, что качественная организация производственного процесса, повышение мотивации персонала, оптимизация меню приведут к повышению уровня удовлетворенности посетителей, что повысит конкурентоспособность предприятия.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия общественного питания сложное, многоплановое понятие, находящееся под воздействием ряда факторов. Факторы конкурентоспособности предприятий можно разделить на внешние (создающие условия работы предприятия) и внутренние (формируемые самим предприятием). Внутренние факторы также можно разделить на две группы в зависимости от их реакции на воздействия руководства: те, что более подвержены влиянию руководства и те, что являются относительно подверженными влиянию. Целесообразно обратить внимание на организацию руководства предприятия, предлагаемое меню и персонал, поскольку они составляют суть факторов, в наибольшей степени определяющих конкурентоспособность предприятий общественного питания и находящихся в группе факторов, более подверженных влиянию руководства.

Список литературы

1. Жданова Е.С. Анализ определений термина конкурентоспособность предприятия // Вестник науки и образования Северо-Запада России. 2015. №4.

2. Пташкин С.А. Конкурентоспособность предприятий общественного питания // *Norwegian Journal of Development of the International Science*. 2020. № 41-2. С. 25-27.
3. Лаптева Е.П., Ивашкина А.В. Совершенствование методического подхода формирования стратегии конкурентоспособности предприятий общественного питания // *Научные труды Дальрыбвтуза*. 2019. № 3 (т. 49). С. 69-76.
4. Пак В.В. Конкурентоспособность предприятий сферы общественного питания // *Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания: сборник научных статей 2-й Международной научно-практической конференции*, Курск, 13 апреля 2020 г. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. С. 290-292.
5. Загавалко М.В. Эффективность деятельности предприятия / М.В. Загавалко, О.Н. Миркина // *Перспективные направления научных исследований: сборник статей по материалам IV ежегодной научно-практической конференции*, Москва, 27 февраля 2018 года. Москва: Общество с ограниченной ответственностью “Научный консультант”, 2018. С. 94-102.

References

1. Zhdanova E.S. Analiz opredeleni j termina konkurentosposobnost' predpriyatija [Analysis of definitions of the term enterprise competitiveness] // *Vestnik nauki i obrazovanija Severo-Zapada Rossii*. 2015. №4.
2. Ptashkin S.A. Konkurentosposobnost' predpriyatij obshhestvennogo pitaniya [Competitiveness of public catering enterprises] // *Norwegian Journal of Development of the International Science*. 2020. № 41-2. pp. 25-27.
3. Lapteva E.P., Ivashkina A.V. Sovershenstvovanie metodicheskogo podhoda formirovaniya strategii konkurentosposobnosti predpriyatij obshhestvennogo pitaniya [Improvement of the methodological approach to the formation of the strategy of competitiveness of public catering enterprises] // *Nauchnye trudy Dal'rybvтуza*. 2019. № 3 (т. 49). pp. 69-76.
4. Pak V.V. Konkurentosposobnost' predpriyatij sfery obshhestvennogo pitaniya [Competitiveness of public catering enterprises] // *Problemy konkurentosposobnosti potrebitel'skih tovarov i produktov pitaniya*.

сbornik nauchnyh statej 2-j Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, Kursk, 13 aprelya 2020 g. Kursk: Jugo-Zapadnyjosudarstvennyjuniversitet, 2020. pp. 290-292.

5. Zagavalko M.V. Jefferktivnost' dejatel'nosti predpriyatija [Efficiency of the enterprise] / M.V. Zagavalko, O.N. Mirkina // Perspektivnye napravlenija nauchnyh issledovanij: sbornik statej po materialam IV ezhegodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, Moskva, 27 fevralja 2018 goda. Moskva: Obshhestvo s ogranichennoj otvetstvennost'ju "Nauchnyj konsul'tant", 2018. pp. 94-102.

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Миркина Ольга Наумовна, доцент кафедры экономики, кандидат экономических наук, доцент
Смоленский государственный университет
ул. Пржевальского, 4, г. Смоленск, 214000, Россия
olga-mirkina@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Mirkina Olga Naumovna, associate professor of economics, candidate of economics, associated professor
Smolensk State University
4, Przewalski Str., Smolensk, 214000, Russia
olga-mirkina@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-8040-8353

DOI:10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-39-48**УДК 323.2/316.4**

СОДЕРЖАНИЕ РЕПУТАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ НОРМАТИВНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Розанова Н.Н.

В статье отражены результаты исследования информационного компонента концепта «репутация региональной (исполнительной) власти на основе нормативного подхода. Показана взаимосвязь между показателями оценки эффективности деятельности региональной исполнительной власти и содержанием репутации власти, на основе массового анкетного опроса населения 6 регионов Центрального федерального округа (выборка – 1 500 человек). Сделан вывод о довольно невысоком потенциале влияния существующей на настоящий момент нормативной системы оценки эффективности деятельности региональной исполнительной власти на процесс формирования ее репутации у населения.

Ключевые слова: репутация; региональная власть; исполнительная власть; концепт; содержание репутации; оценка эффективности; показатели эффективности; нормативный подход

CONTENT OF THE REPUTATION OF A REGIONAL POWER IN THE CONTEXT OF A NORMATIVE ASSESSMENT OF ITS PERFORMANCE

Rozanova N.N.

The article reflects the results of the research of the information component of the concept “the reputation of the regional (executive) power” on the basis of the normative approach. The interrelation between the evaluation indicators of the regional executive power activity efficiency

and the power reputation content is shown, based on the mass questionnaire survey of the population of 6 regions of the Central Federal District (sample of 1,500 people). The conclusion about rather low potential of influence of existing at the moment normative system of evaluation of efficiency of regional executive authorities on the process of formation of its reputation among the population is made.

Keywords: *reputation; regional power; executive branch; concept; reputation content; performance evaluation; performance indicators; normative approach*

Введение

Национальные интересы Российской Федерации, направленные, в том числе, на поддержание гражданского мира и согласия в стране, развитие механизмов взаимодействия государства и гражданского общества [6], сопряжены с задачами создания системы государственного управления, имеющей высокую социальную эффективность, которая будет находить отражение не только в достижении соответствующих показателей развития социальной сферы, уровня жизни граждан страны, но и в широкой поддержке со стороны населения, высоком уровне его доверия к власти.

Доверие выступает ключевой характеристикой развитого человеческого общества, проявляющейся как на индивидуальном уровне, так и на уровне социальном (доверие к общественным институтам и государству в целом), именно доверие определяет прогресс успех «самореализации» конкретного общества [8]. В данной связи особую актуальность приобретают вопросы изучения репутации власти, в силу, с одной стороны, тесной ее связи с категорией доверия (репутацию рассматривают как специфический частный случай доверия [7, С. 11.]), с другой, роли репутации власти как своего рода результирующего критерия ее социальной эффективности, поскольку репутация аккумулирует мнение населения (главного субъекта, в интересах которого работает государство, квинтэссенцией же социального государства является служение обществу, «общее благо») о реальной работе власти, представляя, таким образом, общественную

оценку, основанную на объективных показателях результативности ее деятельности.

Материалы и методы исследования

В рамках реализации научного проекта «Концепт «репутация власти»: сущность, содержание, закономерности функционирования в репутационном пространстве» проводится исследование репутации российской и региональной власти.

Основные методы эмпирической части исследования – социологические. Был проведен двухэтапный анкетный опрос: экспертный (для отбора экспертов использовалась выборка по типу «снежного кома»; в исследовании приняли участие 15 экспертов в области социально-политической деятельности, среди которых ведущие исследователи, в т.ч. непосредственно занимающиеся проблемой репутации, практикующие политологи, руководители профессиональных сообществ в области политконсалтинга; август – сентябрь 2021 г.), затем массовый опрос населения 6 регионов Центрального федерального округа Российской Федерации – Белгородской, Брянской, Калужской, Липецкой, Орловской и Смоленской областей (совокупная выборка – 1 500 человек, квотированная по полу, возрасту, территории проживания, ошибка выборки – 2,53%; октябрь – ноябрь 2021 г.).

В изучении репутации власти ключевым является институциональный (неинституциональный) подход, в частности – социологический институционализм (см., напр., [1], где предметом исследования (в контексте представляемых в данной статье результатов) является крупный институциональный субъект – региональная (исполнительная) власть.

В ряду основных задач исследования – выявление и обоснование сущности и содержания концептов «репутация власти» (на примере собирательной категории репутации российской власти – государственной и муниципальной власти РФ) и «репутация различных уровней и ветвей власти» (на примере концепта «репутация региональной исполнительной власти»). В рамках данной статьи мы

останавливаемся на изложении промежуточных результатов исследования концепта «репутация региональной (исполнительной) власти» в части его информационного компонента, включающего когнитивные признаки, определяющих основные, наиболее важные отличительные черты концептуализируемого предмета или явления (на основе подхода З.Д. Поповой и И.А. Стернина, выделяющих в содержании концепта три ключевых компонента: информационный, образный и интерпретационный [2, С. 57–62]).

Результаты исследования

Эффективность государственного управления (как на федеральном, так и на региональном уровнях) и проблема ее оценки является сложной комплексной как научно-исследовательской, так и прикладной задачей, ее изучением занимаются отечественные ученые: М.В. Акиншин, Г.В. Атаманчук, И.Н. Барциц, А.К. Бочарова, О.В. Гаман-Голутвина, А.Ю. Демидов, Е.И. Добролюбова, Н.Г. Иванников, И.И. Кохановская, В.Ю. Максимов, А.М. Нагимова, А.И. Никишин, А.Н. и Н.Т. Савруковы и др. Особенности нормативного подхода к оценке эффективности региональной власти, эволюция методики данной оценки отражены в работах Е.В. Атамась, И.В. Барановой, А.А. Ворониной, Н.В. Ворошилова, Г.В. Изюмченко, И.Ю. Зинченко, Я.Я. Кайля, В.В. Коварды, Ю.Н. Трифонова, С.В. Фатеевой и др.

Для выявления содержания информационного компонента концепта «репутация региональной (исполнительной) власти» нормативный подход был использован при операционализации такой важной содержательной характеристики репутации власти, как результативность / эффективность ее деятельности. В основу соответствующего вопроса анкеты массового опроса населения был положен перечень показателей, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 04.02.2021 № 68 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов испол-

нительной власти субъектов Российской Федерации» [4]. Уточним, что первый показатель – доверие к власти был разведен на два предметных: доверие к Президенту РФ и доверие к высшему должностному лицу субъекта РФ. Респондентам был задан следующий вопрос: «Отметьте те показатели оценки эффективности деятельности региональной исполнительной власти (губернаторов и органов исполнительной власти субъектов РФ), которые влияют на ее репутацию (Можно указать любое количество вариантов ответа)». Результаты представлены на рисунке 1.

Обсуждение. По результатам изучения научно-исследовательских подходов и на основе экспертного мнения (экспертного опроса) был сделан вывод о наличии в структуре поля концепта «репутация региональной (исполнительной) власти» двух ядер – сущностного и содержательного. Среди сущностных признаков в качестве одного из ключевых было выделено доверие. Результативность / эффективность власти была определена как содержательная характеристика. Однако данная характеристика является собирательной и для ее операционализации при проведении массового опроса населения был использован нормативный подход, выбор которого в значительной степени связан с тем, что данные показатели также являются индикаторами реализации поручений Президента РФ по достижению национальных целей в регионах [5], которые непосредственно касаются уровня и качества жизни, возможностей самореализации каждого гражданина, поэтому должны быть ценностными приоритетами (репутация же показывает ценностное отношение к власти, реальная власть сравнивается с представлением о ее должном, нормативном, эталонном варианте) и определять долгосрочную стратегию развития российского общества до 2030 г. (репутацию отличает длительный характер формирования и устойчивость мнений).

Результаты массового опроса (рисунок 1) в целом свидетельствуют о том, что далеко не все показатели эффективности региональной исполнительной власти могут выступать в роли ее репутационных характеристик.

**Показатели оценки эффективности деятельности региональной
исполнительной власти, которые влияют на ее репутацию,
мнение населения, в %**

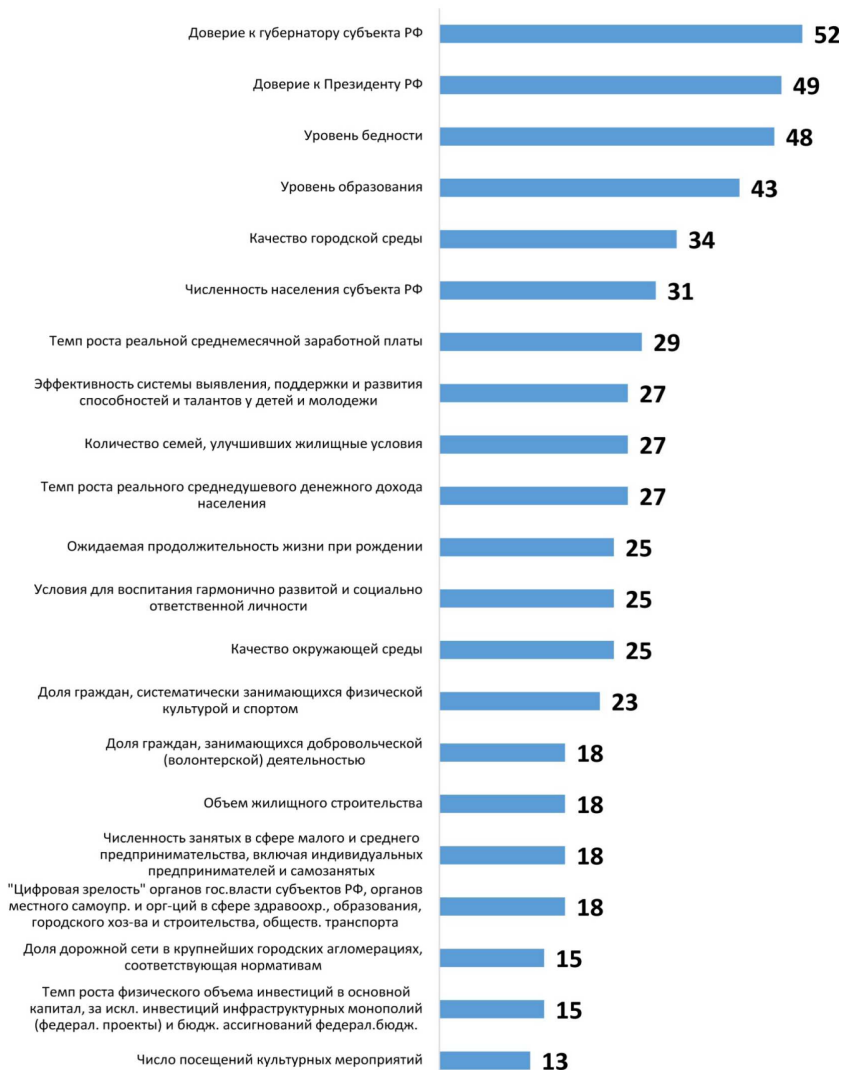


Рис. 1. Показатели оценки эффективности деятельности региональной исполнительной власти, которые влияют на ее репутацию, мнение населения, в %

Обратим внимание на тот факт, что доверие к власти имеет самостоятельное значение и результаты опроса подтвердили важность данной характеристики как сущностного признака концепта репутация «региональной (исполнительной) власти». Также был подтвержден выявленный по результатам экспертного опроса факт высокой зависимости репутации региональной власти от федеральной в лице Президента РФ. Представляет исследовательский интерес методика оценки данного показателя – доверия к власти, однако на настоящий момент в открытом доступе она отсутствует. Соответствующее Постановление Правительства Российской Федерации от 03.04.2021 № 542 [3] определяет методики расчета всех показателей для оценки эффективности деятельности региональной исполнительной власти, исключая первый.

Остальные характеристики позволяют судить о степени влияния показателей эффективности власти на формирование репутации власти. Ключевым показателем, значимым для половины опрошенных, является уровень бедности. Данный факт, на наш взгляд, свидетельствует о преобладании довольно невысокого уровня ожиданий населения от власти, поскольку уровень бедности сопряжен с удовлетворением минимальных потребностей, необходимых для жизни. Уровень бедности населения, в свою очередь, отражает различные аспекты деятельности власти: экономические (связан с низкими зарплатами, безработицей), социальные (инвалидность, старость, высокая заболеваемость, неполные и неблагополучные семьи) образовательные (низкий уровень образования, квалификации) и др. Также важную роль в процессе формирования репутации имеет уровень образования, точнее, создание региональной властью условий для его получения и обеспечения высокого качества образования. Для трети респондентов репутационный характер имеют три показателя: качество городской среды, численность населения субъекта РФ (т.е., по сути, показатели демографии), темп роста реальной среднемесячной заработной платы. Для четверти и более (до трети) респондентов: эффективность системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи;

количество семей, улучшивших жилищные условия; темп роста реального среднедушевого денежного дохода населения; ожидаемая продолжительность жизни при рождении; условия для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности; качество окружающей среды: доля граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом.

Заключение

Рассмотрение показателей оценки эффективности деятельности региональной исполнительной власти в качестве ее репутационных характеристик позволяет сделать вывод о том, в какой степени достижение национальных целей (напомним, что данные показатели являются индикаторами достижения национальных целей развития в субъектах РФ) позволит сформировать у населения объективное мнение о деятельности власти, улучшить / ухудшить ее репутацию, выстроить отношения доверия по оси взаимодействия «власть – население». Результаты проведенного исследования свидетельствуют о довольно невысоком потенциале влияния существующей на настоящий момент нормативной системы оценки эффективности деятельности региональной исполнительной власти на процесс формирования ее репутации у населения.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ, в рамках научного проекта № 21-011-31720 опн «Концепт «репутация власти»: сущность, содержание, закономерности функционирования в репутационном пространстве».

Список литературы

1. Панов П.В. Институционализм(ы): объяснительные модели и причинность // Полис. Политические исследования. 2015. № 3. С. 39–55. <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.09>.
2. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика: монография. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. 314 с.

3. Постановление Правительства РФ от 03.04.2021 № 542 «Об утверждении методик расчета показателей для оценки эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202104130046>.
4. Указ Президента РФ от 04.02.2021 № 68 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_375984/
5. Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357927/
6. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/.
7. Фокин В.В. Социально-психологические факторы управления репутацией: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2009. 23 с.
8. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008. 730 с.

References

1. Panov P.V. Institucionalizm(y): ob'yasnitel'nye modeli i prichinnost' // Polis. Politicheskie issledovaniya. 2015. № 3. S. 39–55. <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.09>.
2. Popova Z.D., Sternin I.A. Kognitivnaya lingvistika: monografiya. M.: AST: Vostok-Zapad, 2007. 314 s.
3. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 03.04.2021 № 542 «Ob utverzhdenii metodik rascheta pokazatelej dlya ocenki effektivnosti deyatel'nosti

- vysshih dolzhnostnyh lic (rukovoditelej vysshih ispolnitel'nyh organov gosudarstvennoj vlasti) sub"ektov Rossijskoj Federacii i deyatel'nosti organov ispolnitel'noj vlasti sub"ektov Rossijskoj Federacii» // Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202104130046>.
4. Ukaz Prezidenta RF ot 04.02.2021 № 68 «Ob ocenke effektivnosti deyatel'nosti vysshih dolzhnostnyh lic (rukovoditelej vysshih ispolnitel'nyh organov gosudarstvennoj vlasti) sub"ektov Rossijskoj Federacii i deyatel'nosti organov ispolnitel'noj vlasti sub"ektov Rossijskoj Federacii» // Konsul'tantPlyus. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_375984/
 5. Ukaz Prezidenta RF ot 21.07.2020 № 474 «O nacional'nyh celyah razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2030 goda» // Konsul'tantPlyus. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357927/
 6. Ukaz Prezidenta RF ot 02.07.2021 № 400 «O Strategii nacional'noj bezopasnosti Rossijskoj Federacii» // Konsul'tantPlyus. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/.
 7. Fokin V.V. Social'no-psihologicheskie faktory upravleniya reputaciej: avtoref. dis. ... kand. psihol. nauk. M., 2009. 23 s.
 8. Fukuyama F. Doverie: social'nye dobrodeteli i put' k procvetaniyu. M.: AST: AST MOSKVA, 2008. 730 s.

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Розанова Нина Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры менеджмента, доцент
*ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет»
ул. Пржевальского, 4, г. Смоленск, 214000, Россия
roznina@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Rozanova Nina Nikolaevna, candidate of pedagogical sciences, associate professor of Department of management, associate professor
*Smolensk State University
4, Przhevalsky Str., Smolensk, 214000, Russia
roznina@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-7243-8197*

DOI:10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-49-53**УДК 33****ОСНОВНЫЕ HR-ТРЕНДЫ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ*****Кошевенко С.В.***

Статья посвящена рассмотрению основных трендов корпоративного обучения в 2021 году. Автор провёл анализ исследований в сфере hr-обучения, выделил основные потребности и направления изменения корпоративных систем обучения персонала. В статье определены основные тренды в обучении персонала организаций в период после пандемии в 2021 году.

Ключевые слова: обучение персонала; корпоративное обучение; онлайн; электронное обучение; HR

THE KEY HR TRENDS IN CORPORATE TRAINING***Koshevenko S.V.***

The article examines the main trends in corporate training in 2021. The author conducted an analysis of research in the field of hr-training, highlighted the main needs and directions of changes in corporate personnel training systems. The article identifies the main trends in the training of personnel of organizations in the period after the pandemic in 2021.

Keywords: personnel training; corporate training; online; e-learning; HR

Введение

В последние годы система образования претерпевает значительные изменения. Однако и на сегодняшний день многие образовательные программы профессионального образования не успевают трансформироваться вслед за изменениями потребностей рынка труда, внедрением новых технологий, развитием цифровой экономики. Высокая интенсивность изменений заставляет организации высшего, среднего профессионального и дополнительного образования идентифицировать и глубоко анализировать новые веяния, прогнозируя какое из них станет трендом. Пандемия COVID-19 привела к изме-

нению пропорций офлайн и онлайн корпоративного обучения и явно не стоит ждать того, что рынок сможем вернуться к доковидному состоянию [2; 3], что подчёркивает *актуальность* нашей публикации.

Целью исследования является выделение основных трендов в HR-обучении компаний в 2021 году. К задачам исследования можно отнести: 1) анализ результатов глобального исследования корпоративного обучения 2021 от SmartExpert; 2) определение HR-трендов в корпоративном обучении.

Материалы и методы исследования

Анализ, систематизация, изучение ресурсов сети Интернет, отчётов HR-отделов компаний, анализ личного опыта.

Результаты исследования и их обсуждение

Важным аспектом выбора правильного вектора развития образовательных программ является анализ тенденций HR реального сектора экономики. Одним из объёмных исследований в сфере корпоративного обучения на рынке СНГ является исследование от команды SmartExpert, которое выстроено на основе сведений более 500 руководителей HR отделов и служб крупных компаний разных сфер деятельности [1]. Анализируя результаты данного исследования, отметим, что 48% опрошенных компаний имеют собственные отделы обучения персонала. Выстраивая системы корпоративного обучения 39,7% компаний в качестве целей выделяют выстраивание системы онлайн обучения, 19% – управление мотивацией к развитию и обучению у персонала, 12,1% – автоматизацию онбординга и адаптации сотрудников, 12,1% – повысить качество и эффективность обучения и т.д. При этом популярность электронного обучения в разных сферах деятельности различна. Самый высокий уровень популярности E-learning в секторе образовательных услуг и коммерческих тренингах (22%) и в финансовом секторе (15%) (см. рис. 1). Рынок цифрового обучения в сфере образования демонстрирует экспоненциальный рост 900% с 2000 года. Основное преимущество перехода на электронное обучение для компаний – экономия

средств. IBM и Shell сэкономили по 200000000\$ после перехода на электронное обучение, а Dow Chemical смогли снизить затраты на обучение с 95 до 11\$ на одного человека [1].

▼ Популярность E-learning в разных сферах



Источник: презентация SmartExpert «Глобальное исследование корпоративного обучения 2021»

Рис. 1. Популярность электронного обучения в разных сферах

В 2020 году 90% из опрошенных компаний использовали электронное обучение как инструмент обучения. При этом самым популярным методом для обучающихся является короткое видео (69%), далее идут статьи, вебсайты и посты (18%), инфографика, электронные книги, вебинары и т.д. (менее 5%) [1].

В качестве основных трендов в корпоративном обучении в 2021 году можно отметить следующие:

1) ориентир на результат и качество онлайн обучения. Компаниям не важно, прослушал ли сотрудник все онлайн лекции, просмотрел ли все презентации, выполнил ли все задания. Важен только результат обучения, выражающийся в качестве его работы;

2) анализ данных выходит на первый план как инструмент управления эффективностью обучения. На основе собранных данных можно анализировать поведение работников во время обучения и в реальной работе после него, анализировать работу спикеров, тренеров, дифференцируя их оплату труда, частоту найма и прочее [4];

3) на первый план выходит мобильное обучение. У сотрудников должна быть возможность обучаться в любом месте, в любое время, осуществляя вход с любого устройства;

4) в ситуации пандемии онлайн обучение становится неотъемлемой частью корпоративной культуры. Перевод на удалёнку новых сотрудников снижает их адаптацию и онбординг, что заставляет работодателей плотно заниматься и этим вопросом [4];

5) оперативность создания учебного продукта. Именно скорость создания и реализация необходимой программы обучения будут способствовать быстрому развитию бизнеса, организации. Заказчик хочет «быстро, дёшево и качественно», но если придётся выбирать, то быстро и дёшево будут в приоритете;

6) в связи с особенностью молодых специалистов (поколения Z) геймификация становится эффективным методом обучения персонала, позволяющим удерживать внимание и сохранять интерес аудитории.

Заключение

Проведённое исследование показало, что рынок корпоративного обучения трансформируется, а основной вектор его изменения – это цифровизация развития и обучения персонала. Возрастает объём онлайн обучения, а офлайн обучение переходит в категорию привилегий. Растёт заброс на быстрый образовательный продукт и адаптированные программы обучения.

Список литературы

1. Глобальное исследование корпоративного обучения 2021 // Официальная группа SmartExpert в FB. URL: <https://www.facebook.com/smartexpert/> (дата обращения: 10.10.2021).
2. Давыдова Т.В. Современные тенденции развития цифровой экономики // Цифровое пространство: экономика, управление, социум. Сборник научных статей I Всероссийской научной конференции. Смоленский государственный университет. 2019. С. 49-52.
3. Ершова Е.Ю. Использование социальных сетей в HR-менеджменте // Цифровое пространство: экономика, управление, социум. Сборник научных статей I Всероссийской научной конференции. Смоленский государственный университет. 2019. С. 72-74.

4. Тренды корпоративного обучения в 2021 году // Сайт VC.RU. URL: <https://vc.ru/hr/189903-trendy-korporativnogo-obucheniya-v-2021-godu> (дата обращения: 10.12.2021).

References

1. Global`noe issledovanie korporativnogo obucheniya 2021 // Oficial`naya grupa SmartExpert v FB. URL: <https://www.facebook.com/smartexpert/> (data obrashheniya: 10.10.2021).
2. Davy`dova T.V. Sovremenny`e tendencii razvitiya cifrovoj e`konomiki // Cifrovoe prostranstvo: e`konomika, upravlenie, socium. Sbornik nauchny`x statej I Vserossijskoj nauchnoj konferencii. Smolenskij gosudarstvenny`j universitet. 2019. Pp. 49-52.
3. Ershova E.Yu. Ispol`zovanie social`ny`x setej v HR-menedzhmente // Cifrovoe prostranstvo: e`konomika, upravlenie, socium. Sbornik nauchny`x statej I Vserossijskoj nauchnoj konferencii. Smolenskij gosudarstvenny`j universitet. 2019. Pp. 72-74.
4. Trendy` korporativnogo obucheniya v 2021 godu // Sajt VC.RU. URL: <https://vc.ru/hr/189903-trendy-korporativnogo-obucheniya-v-2021-godu> (data obrashheniya: 10.12.2021).

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Кошевенко Светлана Вячеславовна, доцент кафедры менеджмента,
к.п.н., доцент
Смоленский государственный университет
ул. Пржевальского, 4, г. Смоленск, 214000, Россия
svk79home@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Koshevenko Svetlana Vyacheslavovna, Associate Professor of the
Department of Management, Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor
Smolensk State University
4, Przhevalsky Str., Smolensk, 214000, Russia
svk79home@mail.ru
ORCID: 0000-0002-6027-0593

DOI:10.12731/2070-7568-2021-10-5-1-54-59

УДК 332

SMART-ТЕХНОЛОГИЯ «УМНЫЙ ГОРОД» (ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ)

Демирова В.А., Вазина М.К.

В статье проводится анализ актуальной концепции развития городских территорий «Умный город», которая предполагает интеграцию различных информационных и коммуникационных технологий для управления городской инфраструктурой. В статье проводится анализ понятия smart-технологии и перспектив их использования для развития городской инфраструктуры будущего.

Ключевые слова: *Smart-технологии; концепция «Умный город»; информационно-коммуникационные технологии*

SMART TECHNOLOGY “SMART CITY” (LITERATURE REVIEW)

Demirova V.A., Vazina M.K.

The article analyzes the current concept of the development of urban areas “Smart City”, which involves the integration of various information and communication technologies for the management of urban infrastructure. The article analyzes the concept of smart technologies and the prospects of their use for the development of urban infrastructure of the future.

Keywords: *Smart technologies; the concept of “Smart city”; information and communication technologies*

Концепция «Smart city» или «Умный город» – это вектор развития города, при котором различные городские системы объединяются в одну при помощи информационно-коммуникационных технологий

(ИКТ). Несмотря на существование данной концепции уже более 10 лет и весомых достижений в области создания умных городов за рубежом, до сих пор нет единого определения данного понятия. Проанализировав различные взгляды зарубежных и отечественных специалистов авторы смогли сгенерировать общее видение данной концепции, которое включает в себя: снижение расходов и бережное отношение к ресурсам, экологичность, наличие интегрированных городских служб и развитой инфраструктуры, участие общества в управлении, ориентированное на достижение качественно нового уровня жизни населения за счет наиболее эффективного управления городскими процессами в сочетании с открытым взаимодействием всех участников процесса, к которым относятся не только государственные службы, но и бизнес-структуры, а также население [1].

Для реализации анализируемой концепции ИКТ должны позволить городским органам управления и муниципальным службам напрямую, в режиме онлайн следить за развитием городской инфраструктуры и генерировать способы, позволяющие улучшить качество жизни населения за счет использования различного плана датчиков, интегрированных в урбанистическую среду и позволяющих накапливать, обрабатывать и анализировать данные, поступающие от городских жителей и их цифровых устройств. Собранная информация будет являться ключом к решению проблем неэффективности [2].

При рассмотрении технологических процессов «умного города», изложенных в различных научных источниках, методами традиционного анализа и синтеза вторичной информации были выделены при помощи метода преобразования три главные укрупненные области использования ИКТ в «Умном городе».

1. Развитие согласно уже принятым нормам и планам жизнедеятельности мегаполиса. С этой целью вводятся основные приборы сбора сведений (детекторы, камеры, т.п.).

2. Разработка и управление проектом по формированию мегаполиса. На данном этапе разрабатываются идеи, цели, обсуждаются методы реализации проекта, ответственные лица, источники

финансирования. Это сложный и ответственный этап. Именно на этом этапе требуется особенно четко сформировать проект: задачи, сроки, стоимость, ответственные лица.

3. Предоставление населению, проживающему в мегаполисе, новейших сервисов, направленных на облегчение взаимодействия жителей с муниципальной сферой.

Из всех рассмотренных пунктов можно сделать вывод, что формирование «Умного города» – комплексное управление развитием города, при неполных данных. Именно по этой причине необходим тщательный анализ имеющейся информации (возможно дополнительный сбор информации) и глубокий анализ для разработки эффективного проекта, то есть необходим цифровой обзор города.

Сегодня концепция «Умный город» реализуется в России в рамках национальной программы «Цифровая экономика» и утвержденной приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ от 25.12.2020 N 866/пр «Концепции проекта цифровизации городского хозяйства «Умный город»».

В рамках проведенного исследования выделенные ранее области использования ИКТ в «Умном городе» были рассмотрены на примере Санкт-Петербурга, где концепция «Умный Санкт-Петербург» была утверждена еще в 2018 году и сегодня на ее базе внедряются Smart-технологии для решения общих проблем, улучшения качества жизни в Северной столице и развитие потенциала мегаполиса, как наиболее актуальные для ИКТ. Smart-технологии являются трендом последних лет и позволяют по-новому оценить процессы городской жизни и направлять их в нужное русло благодаря современным инновационным технологиям, например, таким как Big data или Internet of things. Принцип функционирования Smart-технологии представлен на рис. 1.

Использование данной технологии в процессе планирования и проектирования концепции «Умный Санкт-Петербург» позволяет сделать проект более четким, так как в основе данной технологии, прежде всего, лежит измеримость и время. Это способствует конкретизации идей, планов и позволяет также проводить оценку (из-

меримость). Необходимо также отметить, что данная технология основана на реальных сроках, которые позволяют устанавливать четкие временные рамки внедрения Smart-технологий.



Рис. 1. Принцип функционирования Smart-технологии

Таким образом, для успешной реализации концепции «Умный Санкт-Петербург» авторами предлагается в рамках использования технологии Smart выстраивать на стратегическом уровне следующие эффективные городские связи:

- умная энергия – оптимизация расписания граждан с расписанием транспорта, прорыв в энергоэффективности,
- умная инфраструктура – местные связи и рекомендации использования сервисов и услуг в окрестности,
- забота и безопасность – скорость доступа к медицинской диагностике и спасению, экстренные службы всегда рядом,
- мобильность – рекомендация и выбор маршрутов, использование доступных альтернатив,
- доступные коммуникации – интернет вещей и социальные системы быстрого поиска эффективных коммуникаций и требуемых сообществ, а также самообучение систем,
- цепочки транзакций – построение эффективных цепей ближнего взаимодействия для резкого повышения эффективности систем.

Для Санкт-Петербурга это крайне важный аспект, так как мегаполис второй год не попадает в тройку лидеров в рейтинге Минстроя РФ «Умные города». Выйти на новый уровень город сможет только в том случае, если большое количество служб будут информационно связаны между собой.

Для полномасштабного внедрения идей концепции «Умный Санкт-Петербург» в настоящее время, по мнению авторов, следует усилить взаимовыгодное сотрудничество между различными отраслями городского хозяйства и организовать в администрации города комитет, который мог бы взять на себя ответственность, предложить четкую стратегию развития человеко-центричной модели умного города и обеспечить централизацию всех процессов. Все это, несомненно, повысит уровень жизни и положительный настрой населения, повысит доверие к местным органам власти и разовьет чувство гордости за свой город. С экономической точки зрения, повышение уровня жизни положительно отразится на работоспособности населения, качестве выполняемых услуг, повысит уровень потребительского спроса в Санкт-Петербурге.

Список литературы

1. Митягин С., Васильев В. Умный Санкт-Петербург: комплексный подход к внедрению информационных технологий управления мегаполисом, Control engineering Россия. 2019. №1, стр. 18-25 <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37294388> (Дата: 20.11.2021).
2. Строев П.В., Решетников С.Б. «Умный город» как новый этап городского развития, Экономика промышленности. 2017. №3, стр. 207-214 <https://elibrary.ru/item.asp?id=30797630> (Дата: 19.11.2021).

References

1. Mityagin S., Vasiliev V. Smart St. Petersburg: an integrated approach to the introduction of information technologies for megapolis management, Control engineering Russia. 2019. No. 1, pp. 18-25 <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37294388> (Date: 20.11.2021).
2. Stroeve P.V., Reshetnikov S.B. “Smart city” as a new stage of urban development, Industrial Economics. 2017. No. 3, pp. 207-214 <https://elibrary.ru/item.asp?id=30797630> (Date: 19.11.2021).

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Демирова Валерия Александровна, старший преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг»

*ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет
путей сообщения
Императора Александра I»
пр. Московский, 9, Санкт-Петербург, 190031, Россия
demirova.valeriya@yandex.ru*

Вазина Мария Кирилловна, студентка

*ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет
путей сообщения
Императора Александра I»
пр. Московский, 9, Санкт-Петербург, 190031, Россия
maria.vazina@yandex.ru*

DATA ABOUT AUTHORS

Demirova Valeriia Alexandrovna, Senior Lecturer of the Department
of Management and Marketing

*St. Petersburg State University of Railway Engineering Emperor
Alexander I
9, Moskovsky Ave., St. Petersburg, 190031, Russia
demirova.valeriya@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-3382-0809*

Vazina Maria Kirillovna, student

*St. Petersburg State University of Railway Engineering Emperor
Alexander I
9, Moskovsky Ave., St. Petersburg, 190031, Russia
maria.vazina@yandex.ru*

УДК 330.47

К ВОПРОСУ ОЦИФРОВИЗАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Абдуллаев Н.В., Хваталова Е.С.

Предприятия малого и среднего бизнеса являются важной движущей силой современной экономики. И сегодня цифровизация является важным фактором их развития. В данной статье определены преимущества и проблемы цифровой трансформации малого и среднего бизнеса. Также рассмотрены наилучшие пути решения имеющихся проблем.

Ключевые слова: *цифровая экономика; цифровизация; малый и средний бизнес; информационные технологии*

DIGITALIZATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Abdullaev N.V., Khvatalova E.S.

Small and medium-sized businesses are an important driving force of the modern economy. And today digitalization is an important factor in their development. This article identifies the advantages and problems of digital transformation of small and medium-sized businesses. The best ways to solve the existing problems are also considered.

Keywords: *digital economy; digitalization; small and medium-sized businesses; information technology*

Сегодня общепризнано, что будущее экономики неразрывно связано с её переходом от постиндустриального типа к информационному. Цифровая экономика – это деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий, которые позволяют предоставлять онлайн-услуги, осуществлять

электронные платежи, вести интернет-торговлю, заниматься краудфандингом и прочее [1].

Основой формирования цифровой экономики является процесс цифровизации. Цифровизация – это глобальный процесс, охватывающий все сектора экономики и сферы общественной жизни, в котором массивы данных в электронном виде выступают основным фактором производства.

Согласно данным экспертов, в 2021 году Россия вошла в первую десятку рейтинга качества и доступности Интернета (9 место в мире), почти 70% россиян пользуются интернетом со смартфона, 56% пользуются интернет-банкингом и почти 40% пользуются услугами интернет-магазинов [2]. Каждый из перечисленных показателей существенно вырос за последние 3года.

По данным глобального отчёта Digital2021 (рис. 1) в России на начало 2021 года количество интернет-пользователей выросло до 118 миллионов человек, что на 13% больше значения 2020 г. Аудитория соцмедиа выросла на 8% по сравнению с 2020 годом (а это 321 миллион новых пользователей за год), также сегодня более 88% населения пользуются мобильными устройствами.



Рис. 1. Показатели цифровизации в России

Цифровизация является приоритетным направлением развития во многих странах, о чем свидетельствует наличие государственных программ и стратегий по развитию и стимулированию цифровых технологий. Так, 2 мая 2018 года Европейская комиссия одобрила проект программы «Digital Europe» (2021-2027), на которую выделит 9,2 млрд. евро. В России также принята и реализуется национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», которая предусматривает цифровизацию российской экономики по различным направлениям, включая предприятия малого и среднего бизнеса.

По оценкам экспертов, цифровизация малых и средних предприятий может к 2025 году увеличить ВВП Китая до 22%, а в США ожидаемый прирост стоимости, создаваемый цифровыми технологиями, может составить 1,6–2,2 трлн. долл.

Для малых и средних предприятий в России цифровизация больше не является вариантом для получения конкурентных преимуществ, теперь она стала вопросом выживания [3]. Пандемия COVID-19 только ухудшила положение предприятий малого бизнеса. В 2020 году доля малых и средних предприятий (МСП) в ВВП России оценивалась в 19,8%, против 20,8% в 2019 г. Коронакризис вынуждает МСП ускорять свою цифровизацию. Согласно статистическим данным, пандемия заставила более 70% малых предприятий начать переход на цифру, однако пока только 24% МСП находятся на её последних стадиях (рис.2).

Согласно результатам исследований, в условиях глобализации процессов цифровизации внедрение цифровых технологий в деятельность МСП требует особого уровня подготовки руководителей и менеджеров. Внедрению цифровых технологий в деятельность предприятий малого и среднего бизнеса должен предшествовать тщательный анализ их деятельности с целью выявления имеющихся проблем и рисков. И только после этого процесс цифровизации может привести к желаемым результатам.

Использование цифровых технологий даёт малым и средним предприятиям массу преимуществ [4]. В частности это:

- повышение конкурентоспособности;
- увеличение объёма продаж;
- рост производительности труда;
- удобство контроля над бизнес-процессами;
- упрощение финансовых процедур.



Рис. 2. Процесс цифровизации бизнеса

Одним из вариантов цифровизации бизнес-процессов для МСП могли бы стать онлайн-услуги. С помощью приложения любой желающий может совершить покупку или оплатить счет. Кроме того, приложение облегчает деятельность предприятий. Происходит оптимизация бизнес-процессов, что позволяет уменьшить время из протекания. Также каждый пользователь всегда имеет доступ к различным документам, что позволяет избежать сбоев в работе.

Однако для достижения цифровой зрелости МСП необходимо внести существенные изменения, начиная с определения новой стратегии и заканчивая необходимыми инвестициями в информационные технологии [5]. Главными препятствиями на пути к цифровизации малого и среднего бизнеса в России являются:

- определенный уровень недоверия к использованию информационных технологий;
- неготовность персонала к переменам;
- нехватка средств на внедрение цифровых технологий;
- нежелание руководителей переходить на цифровой формат.

По данным аналитиков, примерно 21% руководителей малых и средних предприятий в России не заинтересованы в цифровизации бизнеса, ещё 20% заявляют о нехватке средств. Исследователи отмечают, что крупный бизнес в России активно занимается цифровой трансформацией, но малые и средние предприятия еще не в полной мере осознают преимущества цифровой экономики для бизнес-процессов.

Для решения указанных проблем в сфере МСП необходимо создать благоприятные и безопасные условия. К таковым можно отнести:

- увеличение государственного финансирования малого и среднего бизнеса;
- создание системы стимулирования предпринимателей с помощью налоговых льгот, государственных заказов и других мероприятий;
- формирование центров для обучения и повышения квалификации специалистов в области цифровой экономики и информационных технологий.

Реализация этих условий предусмотрена в рамках проектов «Цифровая экономика», «Малое и среднее предпринимательство» и т.д.

Согласно статистическим данным министерства экономического развития Российской Федерации, в рамках федерального проекта «Создание Цифровой платформы с механизмом адресного подбора и возможностью дистанционного получения мер поддержки и специальных сервисов субъектами МСП и самозанятыми гражданами» были получены следующие показатели[6]:

- количество сервисов, реализованных в рамках Цифровой платформы (5 единиц в 2021 году, с увеличением до 25 единиц к 2024 году);
- количество уникальных субъектов МСП и самозанятых граждан, воспользовавшихся услугами и сервисами Цифровой

- платформы (200,0 тыс. единиц в 2021 году, с увеличением до 500 тыс. единиц к 2024 году);
- количество полученных в рамках Цифровой платформы услуг и сервисов (300,0 тыс. единиц в 2021 году, с увеличением до 600 тыс. единиц к 2024 году);
- удовлетворенность пользователей, получивших услуги и сервисы на Цифровой платформе (50% в 2021 году, с увеличением до 80% к 2024 году).

Подводя общий итог, отметим, что в современном мире цифровизация малого и среднего бизнеса неизбежна. Использование цифровых технологий позволит предприятиям сократить издержки, повысить конкурентоспособность и эффективность деятельности. Вместе с преимуществами МСП сталкиваются с проблемами, решение которых требует внимания и контроля со стороны государства. У России есть все предпосылки развития цифровой экономики в сфере малого и среднего предпринимательства, которые в будущем позволят ей стать признанным мировым лидером.

Список литературы

1. Что такое цифровая экономика? [Электронный ресурс]. // mining-cryptocurrency.ru. Электронный данные. URL: <https://mining-cryptocurrency.ru/cifrovaya-ehkonomika/>
2. Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год – цифры и тренды в мире и России. [Электронный ресурс]. // www.web-canape.ru – Электронный данные. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>
3. Цифровая экономика и её роль в развитии малого и среднего инновационного предпринимательства в России [Электронный ресурс]. // cyberleninka.ru. – Электронный данные. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-i-ee-rol-v-razviti-malogo-i-srednego-innovatsionnogo-predprinimatelstva-v-rossii/viewer>
4. Новосельцева Г.Б., Рассказова Н.В. Перспективы малого бизнеса в цифровой экономике // Вопросы инновационной экономики. 2020. Том 10. № 1. С. 521-532. [Электронный ресурс]. // 1economic.ru. – Электронный данные. URL: <https://1economic.ru/lib/100580>

5. Проблема малого и среднего бизнеса при переходе к цифровизации [Электронный ресурс]. // cyberleninka.ru. – Электронный данные. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/problema-malogo-i-srednego-biznesa-pri-perehode-k-tsifrovizatsii/viewer>
6. Цифровая платформа МСП. [Электронный ресурс]. // www.economy.gov.ru. – Электронный данные. URL:https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/cifrovaya_platforma_msp/

References

1. What is the digital economy? [electronic resource]. // mining-cryptocurrency.ru. – Electronic data. URL: <https://mining-cryptocurrency.ru/cifrovaya-ehkonomika/>
2. All statistics of the Internet and social networks for 2021 – figures and trends in the world and Russia. [electronic resource]. // www.web-canape.ru. – Electronic data. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>
3. Digital economy and its role in the development of small and medium-sized innovative entrepreneurship in Russia [Electronic resource]. // cyberleninka.ru. – Electronic data. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-i-ee-rol-v-razvitii-malogo-i-srednego-innovatsionnogo-predprinimatelstva-v-rossii/viewer>
4. Novoseltseva G.B., Rasskazova N.V. Prospects of small business in the digital economy // Issues of innovative economy. 2020. Volume 10. No. 1. pp. 521-532. [electronic resource]. // 1economic.ru. – Electronic data. URL: <https://1economic.ru/lib/100580>
5. The problem of small and medium-sized businesses in the transition to digitalization [Electronic resource]. // cyberleninka.ru - Electronic data. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/problema-malogo-i-srednego-biznesa-pri-perehode-k-tsifrovizatsii/viewer>
6. Digital SME platform. [electronic resource]. // www.economy.gov.ru. – Electronic data. URL:https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelst-

vo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/cifrovaya_platforma_msp//

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Абдуллаев Низами Видади оглы, старший преподаватель кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
nizamka33@mail.ru

Хваталова Екатерина Сергеевна, студентка кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
ekaterina.hvatalova@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Abdullaev Nizami Vidadi oglu, senior lecturer of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
nizamka33@mail.ru
ORCID: 0000-0001-9036-4139

Khvatalova Ekaterina Sergeevna, student of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
ekaterina.hvatalova@yandex.ru

УДК 331.108

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕКРУТМЕНТЕ ПЕРСОНАЛА

Аксянов Н.С., Левизов А.С.

В исследовании рассматриваются такие понятия, как рекрутмент, электронный рекрутмент, ATS-технологии, также приводятся основные методы и задачи подбора персонала на современном этапе развития IT-технологий, основные способы рекрутмента и возможности применения цифровых технологий и их влияние на современную деятельность предпринимателей.

***Цель** – оценка опыта и возможностей применения современных технологий в практике рекрутмента.*

***Методология проведения работы:** в статье использовались общенаучные методы исследования управленческих процессов.*

***Результаты:** оценены тренды использования современных технологий, в том числе искусственного интеллекта, в рекрутменте, а также возможности использования цифровых технологий на различных этапах подбора персонала.*

***Область применения результатов:** результаты будут полезны предприятиям, ведущим активную политику привлечения и подбора персонала, а также профессиональным субъектам рынка рекрутинговых услуг.*

***Ключевые слова:** рекрутмент; электронный рекрутмент; ATS-технологии; интернет; поиск и подбор персонала*

THE USE OF MODERN TECHNOLOGIES IN STAFF RECRUITMENT

Akhanov N.S., Levizov A.S.

This article discusses such concepts as recruitment, electronic recruitment, ATS technologies, also considers the main methods of recruiting at the present stage of development of IT technologies, the methods of

recruitment and the possibilities of using digital technologies and their impact on the modern activities of entrepreneurs

Purpose. *Evaluation of experience and opportunities of modern technologies application in recruitment practice.*

Methodology: *in the article basic scientific methods of management sphere research were used.*

Results: *current trends of the use of modern technologies, including artificial intellect, in recruitment are evaluated, opportunities of the use of digital technologies at different stages of recruitment are revealed.*

Practical implications: *the results will be useful for enterprises with active recruitment policy, and professional subjects of recruitment market.*

Keywords: *recruitment, electronic recruitment, ATS technologies, internet, search and selection of personnel*

Введение

В современных условиях развитие и расширение информационно-коммуникационных технологий оказывает все большее влияние на предпринимательскую деятельность в различных ее сферах, в том числе затрагивая работу HR-специалистов, в частности, в области рекрутмента персонала.

Методология исследования

В качестве теоретической и методологической основы исследования выступили концепции, гипотезы и модели развития рекрутинговой деятельности в мировом и национальном масштабе. В ходе исследования использовались как теоретические, так и прикладные разработки последних лет. При реализации исследования применялись общенаучные методы исследования управленческих процессов.

Анализ и результаты

Рекрутмент – сфера деятельности, основной целью которой выступает поиск и подбор специалистов.

Основными задачами рекрутмента являются:

- анализ текущего рынка труда, его тенденций и развития;
- поиск и подбор кандидатов;

- поиск и отбор кандидатов по квалификационным требованиям работодателей;
- формирование кадрового резерва;
- мониторинг и анализ рынка труда, заработной платы, новых путей по поиску персонала [1].

Рекрутеры уже давно используют интернет-ресурсы для поиска и отбора специалистов, но сегодня этот способ стал особенно актуален из-за массового перехода людей в режим онлайн-работы из-за распространения вируса COVID-19. В этой связи на данный момент выделяют отдельное понятие – электронный рекрутмент.

Электронный рекрутмент (Е-рекрутмент) – это эффективная система поиска и подбора персонала с использованием интернет-технологий и ресурсов, отличительной чертой которой является автоматизация некоторых (или даже всех) этапов работы с претендентами на рабочие места. Электронный рекрутмент предполагает поиск персонала при помощи интернета. Поиск информации о соискателях, анализ и сбор данных о соискателях, донесение до них информации о вакансиях, коммуникации, связанные с откликами, приглашениями, отказами и многое другое (см. [2], [7]).

На данный момент рационально использование искусственного интеллекта с целью повышения эффективности процесса рекрутмента персонала. Так, при оценке и отборе кандидатов с помощью различных компьютерных технологий программы способны быстро и четко обрабатывать информацию, полученную из резюме соискателей, видео-интервью, интервью по телефону, обработки их социальных сетей, и на основе полученных данных выносить психологический портрет кандидата и предоставлять организации наиболее подходящие кандидатуры из всех предложенных соискателей. Все это помогает в сокращении времени на поиск кандидатов, упрощении обработки большого количества информации для рекрутеров и ее анализа для дальнейшего принятия решений [3, 8].

Можно выделить следующие тенденции изменения процесса и способов рекрутмента вследствие использования цифровых технологий:

- Технология поиска в социальных сетях;
- Онлайн поиск, включая мобильные приложения;
- Роботизированный поиск;
- Технологии онлайн-отбора [6, 8].

Развитие информационных технологий также меняет и сам процесс коммуникаций и взаимодействия рекрутеров, и соискателей, так как популярность социальных сетей и интернет-площадок по поиску работы помогает сократить время на поиск как кандидатов, так и самих предприятий, ищущих новые кадры.

На сегодняшний день при рекрутменте можно использовать различные интернет-ресурсы и технологии для поиска и отбора кандидатов.

Наиболее популярными являются различные сайты по поиску работы и предложению вакантных мест – такие, как «HeadHunter.ru», «Superjob.ru» и многие другие. Такие сайты помогают в поиске кандидатов, так как могут включать в себя размещение сразу нескольких вакантных должностей, где рекрутер сразу описывает всю необходимую информацию об организации, вакантной должности и всех необходимых требованиях для ее получения. Соискатели же в свою очередь могут самостоятельно составить на сайте свое резюме и с его помощью оставлять отклик на интересующие его должности. Так, рекрутеры получают информацию о кандидатах в режиме онлайн и могут рассмотреть его резюме на наличие нужных требований для той или иной должности, прежде чем приглашать сотрудника на интервью в саму организацию. Таким образом сокращается время на поиск нужных кандидатов, получение и анализ первоначальной необходимой информации о соискателях, упрощается способ коммуникации между рекрутерами и соискателями (см., в частности, [2], [9], [14]).

Еще одним способом использования современных технологий в рекрутменте являются онлайн-интервью и аудио-интервью. Так, в условиях распространения вируса COVID-19 большую популярность получили такие интернет-приложения, как Zoom и Skype, в которых кандидаты и рекрутеры могут поводить собеседования в

онлайн-режиме с помощью аудио и видео связи. Такой метод интервью помогает поддерживать дистанцию между соискателем и рекрутером, так как проведение таких интервью доступно при наличии интернет-соединения и любого электронного девайса, поддерживающего аудио и видео передачу, а значит, что проводить подобные интервью можно напрямую из дома. Это сокращает риски заболеваемости вышеупомянутым вирусом, а также экономит время и ресурсы. Такой способ, как аудио-интервью, подразумевает использование мобильной связи для обмена аудиоинформацией, в частности, с использованием аудио-ботов, которые способны рассказать соискателю информацию о вакантной должности, самой организации и самостоятельно задавать вопросы для проведения интервью и впоследствии обрабатывать полученную информацию от кандидатов и выносить вывод о том, подходит данный человек на данную должность или нет. Такой способ сокращает участие рекрутеров в поиске и отборе сотрудников, а также сокращает время и упрощает анализ информации. Примерами организаций, которые используют данные методы рекрутмента, являются «Сбербанк», сеть продуктовых магазинов «Пятерочка», торговая сеть спортивных товаров «Nike» и многие другие [4, 7, 13].

Эти и многие другие технологии помогают и упрощают работу рекрутеров в поиске и отборе персонала в организацию, а для упрощения анализа и обработки информации могут использовать ATS-системы.

Система автоматизации рекрутмента – Applicant Tracking Systems (ATS) – является комплексной цифровой технологией для подбора персонала, представляющей собой программное обеспечение, которое позволяет выполнять связанные с рекрутментом персонала задачи в цифровом виде. Каждая система предлагает различную комбинацию и объем функций, но в основном ATS-системы используются для работы с резюме соискателей, интеграции данных в единую базу из различных источников и ведения отчетности и статистики. Подробнее о функционале ATS-систем можно узнать в [12] и [15].

Основной причиной внедрения ATS-систем является борьба за конкурентное преимущество в сокращении временных издержек и повышении эффективности рекрутмента персонала.

Возможности использования цифровых технологий в процессе массового рекрутмента персонала представлены на рисунке 1.

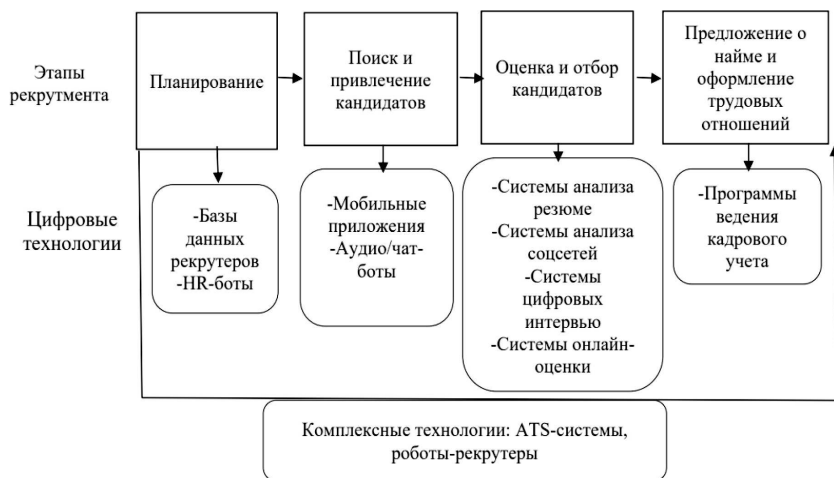


Рис. 1. Возможности использования цифровых технологий в процессе массового рекрутмента персонала

Процесс рекрутмента начинается с этапа планирования потребности в персонале, в том числе с поступления заявки на подбор в базу данных компании и определения требований к кандидату. Для повышения эффективности рекрутмента персонала с помощью работы и анализа больших данных компаниям необходимо использовать более современные решения, например, систему автоматизации рекрутмента персонала (ATS-системы).

ATS-системы могут осуществлять роботизированный поиск кандидатов: самостоятельно интегрироваться с интернет-сайтами по поиску работы и социальными сетями потенциальных работников, автоматически публиковать объявления о должности во всех доступных онлайн-источниках, пополнять базу данных новыми резюме с помощью функции автопоиска и фильтровать большой поток по-

ступающих резюме, тем самым, как отмечается в [15] и [16], повышая производительность труда рекрутеров.

В ATS-систему зачастую заложен HR-бот, который также может составлять объявления о вакансии на основе требований организации к кандидатам и анализа резюме кандидатов. На данном этапе цифровые технологии позволяют выстроить четкую и прозрачную систему управления откликами и регулировать большой поток кандидатов.

На этапе отбора оценивать кандидатов можно с помощью различных систем онлайн оценки кандидата. Более того, есть данные, что цифровые инструменты выполняют отсев кандидатов качественнее, чем рекрутеры. Системы онлайн оценки позволяют проводить обезличенную оценку и отбор кандидатов. Системы онлайн оценки отправляют письмо на почту кандидату, собирают результаты, обрабатывают их и дают выводы и рекомендации по результатам оценки. Также в некоторых системах есть возможность сравнить данные и компетенции соискателя и уже работающих сотрудников, что позволяет прогнозировать совместимость новичка и коллектива, а также создавать высокоэффективные команды [13, 16].

Использование цифровых технологий в процессе рекрутмента позволяет:

- сократить временные затраты на подбор;
- увеличить объем поиска соискателей;
- увеличить количество соискателей;
- сократить штат и время работы рекрутеров [5].

Можно сказать, что цифровые технологии снижают затраты на рекрутмент персонала и делают его более оперативным и эффективным. Основной эффект от автоматизации процесса рекрутмента с помощью цифровых технологий заключается не столько в сокращении затрат на подбор или улучшения характеристик кадрового состава, сколько в повышении управляемости благодаря стандартизации подпроцессов рекрутмента и новым возможностям анализа большого количества данных.

Примерами российских ATS-систем служат:

- E-staff Рекрутер (<http://www.e-staff.ru/>);

- Experium (<https://experium.ru/>);
- Skillaz (<http://skillaz.co/>);
- Potok (<https://potok.io/>);
- и другие [2].

Примером компании, которая успешно применила современные технологии в рекрутменте является «Дом.рф».

В 2019 году перед компанией «Дом.рф» менеджерам по приему персонала поставили задачу сформировать новые отделы и нанять новых сотрудников, но самостоятельно компания не успевала обрабатывать обращения соискателей, проводить качественные собеседования с кандидатами и набирать новых сотрудников в том темпе, который был необходим для обеспечения интенсивного роста группы компаний. На тот момент вакансии размещали вручную, отклики терялись в разных окнах, а данные о соискателях хранились разрозненно. При таком раскладе не могло быть и речи о системном анализе работы. Именно поэтому компания прибегла к помощи рекрутерской ATS-технологии Potok. Эта программа объединила заказчиков, рекрутеров и кандидатов в одной системе и с её помощью удалось достичь следующих результатов:

- Увеличить найм на 45% за счёт автоматизации всех процессов – начиная с автоматических публикаций вакансий, заканчивая выходом соискателя на работу;
- В единой базе сформировалось более 250 тысяч резюме, а среднее время закрытия вакантной должности уменьшилось на 30%;
- После внедрения ATS-программ, «Дом.рф» наняли в 10 раз больше сотрудников, чем было к началу отчетного периода, в чем они и нуждались для закрытия плана.
- Обеспечился постоянный доступ более 900 заинтересованных лиц к аналитике и статистике, а время на сбор данных сократилось в 25 раз [10].

В совместном исследовании hh.ru, облачной CRM-системы для рекрутинга Talantix (входит в HR-экосистему HeadHunter) и сервиса для автоматизации Skillaz в 2019 году была приведена статистика, в

которой каждая третья компания на российском рынке использовала системы и инструменты автоматизации подбора персонала. Автоматизируют в первую очередь рутинные операции: поиск и подбор персонала (70%), кадровое делопроизводство (56%) и расчет зарплат (52%). Причем 48% компаний, использующих современные технологии в работе HR, окупили инвестиции в автоматизацию [11].

На сегодняшний день IT-технологии рекрутмента активно используются в поиске, размещении вакансий и обработке откликов от кандидатов. Например, использование чат-ботов помогает сократить участие рекрутера в процессе отбора (особенно в процессе массового рекрутинга).

На всех этапах рекрутмента прогнозируется рост использования IT-технологий, преимущественно в следующих направлениях: скрининг; поиск кандидатов и размещение вакансий; отклики на вакансию и обработка откликов; оценка кандидатов [7].

Если говорить про этап собеседования в подборе персонала, то, по данным опроса, опубликованного на международном саммите HR Digital 2020 [11], около 36% компаний во время пандемии внедрили возможность проведения собеседования с соискателями удаленно или полностью перешли на удаленный подбор персонала. У половины данных компаний HR-процессы уже автоматизированы. Кроме того, 10% компаний стали применять или чаще использовать видео-интервью, еще 7% перевели в онлайн процесс адаптации новых сотрудников.

Заключение

Таким образом, современные технологии и внедрение IT-программ напрямую влияют на рекрутмент персонала и даже задают тенденции и подходы к его развитию. На данный момент имеется большое количество различных способов, систем и программ, которые нацелены на то, чтобы ускорить, упростить и повысить эффективность процесса поиска и отбора кадров, а также получения необходимой информации о соискателях. Современные технологии позволяют проводить интервью в онлайн-режимах, систематизи-

ровать данные резюме, сокращать время для анализа и обработки данных и многое другое. Как показывает практика и статистические данные, использование подобных технологий является рациональным и эффективным методом проведения рекрутмента в самых разных сферах предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Российский стандарт услуги «Рекрутмент» // Федерация рекрутмента НК РЧК. 2014. - 23 с.
2. Баранова Н. В., Корякин А. А. Диверсификация в российском рекрутинге через использование digital-инструментов // Аллея науки. 2018. № 11(27). С. 532-538.
3. Крылова Т.В., Селиверстова Ю.А., Бердникова А.И., Морозов Д.Л. Повышение конкурентоспособности предприятия посредством инновационного маркетинга // Наука Красноярья. 2020. №1. С. 100-102. URL: <http://journal-s.org/index.php/nk/article/view/12627/pdf> (дата обращения: 28.11.2021).
4. Красникова Я.В. Подбор персонала: современные технологии поиска и отбора персонала // Электронный научный журнал «Рынок труда в условиях технологических трансформаций». 2017. №2. С. 138. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podbor-personala-sovremennye-tehnologii-poiska-i-otbora-personala> (дата обращения: 28.11.2021).
5. Наролина Т.С., Смотрова Т.И., Некрасова Т.А. Анализ современного состояния цифровых платформ // Наука Красноярья. 2020. №2. С. 186-191. URL: <http://journal-s.org/index.php/nk/article/view/12740/pdf> (дата обращения: 29.11.2021).
6. Окунькова Е.А. Инновационные технологии рекрутмента // В сборнике: Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: Сборник научных статей 7-й Международной научно-практической конференции: в 3-х томах / Ответст. ред. А.А. Горохов. 2017. С. 21.
7. Рошин С.С. Технологии рекрутинга и поиска работы в эпоху интернета // Электронный научный журнал «Профессиональная ориентация». 2018. №4. С. 33-42. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

- tehnologii-rekrutunga-i-poiska-raboty-v-epohu-interneta/viewer (дата обращения: 28.11.2021).
8. Солоха В.В. Современные тенденции рекрутмента в условиях цифровизации экономики // Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований». 2021. №2. С. 142-146. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-rekrutmenta-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 29.11.2021).
 9. Сухоруков Н.Н. Мобильные приложения как инструмент организации нетворкинга // Наука Красноярья. 2020. №1. С. 173-175. URL: <http://journal-s.org/index.php/nk/article/view/12632/pdf> (дата обращения: 28.11.2021).
 10. Официальный сайт «BlogPotok» – блог о современных технологиях в мире HR // URL: <https://blog.potok.io/kak-dom-rf-s-pomoshhyu-potok-stal-bystree-nanimat-sotrudnikov/> (дата обращения: 30.11.2021).
 11. Как автоматизирован рекрутмент в российских компаниях // URL: <https://spb.hh.ru/article/26288> (дата обращения: 28.11.2021)
 12. Bersin J. HR Technology in 2018: Ten Disruptions Ahead. URL: <https://joshbersin.com/2017/11/hr-technology-in-2018-ten-disruptions-ahead/> (дата обращения: 29.11.2021).
 13. Bersin J. The New Disrupted World of Work: Seven Practices For High-Impact HR. URL: <https://joshbersin.com/2017/10/the-new-disrupted-world-of-work-seven-practices-forhigh-impact-hr/> (дата обращения: 28.11.2021).
 14. Brenner, F. S., Ortner, T. M., Fay, D. Asynchronous video interviewing as a new technology in personnel selection: The applicant's point of view. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00863> (дата обращения: 29.11.2021).
 15. Deloitte Human Capital (HC) Trends 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cz/Documents/human-capital/cz-hctrends-reinvent-with-human-focus.pdf> (дата обращения: 28.11.2021).
 16. Stephan M., Brown D., Erickson R. Talent acquisition: Enter the cognitive recruiter. URL: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capital-trends/2017/predictivehiring-talent-acquisition.html> (дата обращения 28.11.2021).

References

1. Rossiyskiy standart uslygi Recruitment [Russian standard of service “Recruitment”] // Federacia recrutmenta NK RHK 2014. p. 23.
2. Baranova N.V., Korykin A.A., Diversifikacia v rossiyskom recrutmente cerez ispolzovanie digital-instrumentov [Diversification in Russian recruiting through the use of digital tools] // Alleya nayki. 2018. №11(27). pp. 532-538.
3. Krylova T.V., Seliverstova Y.A., Berdnikova A.I., Morozov D.L. Povyshenie konkerntosposobnosti posredstvom innovacionnogo marketinga [Improving the competitiveness of the enterprise through innovative marketing] // Nauka Krasnoyaria. 2020. №1. pp. 100-102. URL: <http://journal-s.org/index.php/nk/article/view/12627/pdf> (data obrashenia: 28.11.2021).
4. Krasnikova Y.V. Podbor personala: sovremennye tehnologii poiska i otbora personala [Recruitment: modern technologies of personnel search and selection] // Elektronny naychnyi jurnal Rynok truda v usloviyah tehnologiceskih transformacii. 2017. №2. p. 138. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podbor-personala-sovremennye-tehnologii-poiska-i-otbora-personala> (data obrashenia: 28.11.2021).
5. Narolina T.S., Smotrova T.I., Nekrasova T.A. Analiz sovremennogo sostoynia cifrovih platform [Analysis of the current state of digital platforms] // Nauka Krasnoyaria. 2020. №1. pp. 186-191. URL: <http://journal-s.org/index.php/nk/article/view/12740/pdf>
6. Okunkova E.A. Innovacionnye tehnologii rekrutmenta [Innovative recruitment technologies] // V sbornike: Instituty I mehanizmy innovacionnogo razvitiya: wirovoy opit I rossiyskaya praktika: Sbornik naycnih statey 7-th Megdynarodnoi nayhno practiheskoj konferencii: v 3 tomah / Otvetst. red. A.A. Gorohov. 2017. p.21.
7. Rochin S.S. Tehnologii rekrutnga I poiska raboty v epohy interneta [Recruitment and job search technologies in the Internet age] // Elektronnyj nauchnyj zhurnal «Professional'naya orientaciya». 2018. №4. pp. 33-42. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-rekrutnga-i-poiska-raboty-v-epohu-interneta/viewer> (data obrashenia: 28.11.2021).
8. Soloha V.V. Sovremennye tendencii rekrutmenta v usloviyah cifrovizacii ekonomiki [Modern recruitment trends in the conditions of digitalization

- of the economy] // Rossijskij nauchnyj zhurnal «Teleskop: zhurnal sociologicheskikh i marketingovykh issledovanij». 2021. №2. pp. 142-146. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-rekrutmenta-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki/viewer> (data obrashenia: 29.11.2021).
9. Suhorukov N.N. Mobil'nye prilozheniya kak instrument organizacii networkinga [Mobile apps as a networking tool] // Nauka Krasnoyaria. 2020. №1. pp. 173-175. URL: <http://journal-s.org/index.php/nk/article/view/12632/pdf> (data obrashenia: 28.11.2021).
 10. Oficial'nyj sajt «BlogPotok» – blog o sovremennykh tekhnologiyah v mire HR [Official website “Blogpotok – blog about modern technologies in the world of HR] // URL: <https://blog.potok.io/kak-dom-rf-s-pomoshhyu-potok-stal-bystree-nanimat-sotrudnikov/> (data obrashenia: 30.11.2021).
 11. Kak avtomatizirovan rekrutment v rossijskikh kompaniyah [How is recruitment automated in Russian companies] // URL: <https://spb.hh.ru/article/26288> (data obrashenia: 28.11.2021)
 12. Bersin J. HR Technology in 2018: Ten Disruptions Ahead. URL: <https://joshbersin.com/2017/11/hr-technology-in-2018-ten-disruptions-ahead/> (data obrashenia: 29.11.2021).
 13. Bersin J. The New Disrupted World of Work: Seven Practices For High-Impact HR. URL: <https://joshbersin.com/2017/10/the-new-disrupted-world-of-work-seven-practices-forhigh-impact-hr/> (data obrashenia: 28.11.2021).
 14. Brenner, F. S., Ortner, T. M., Fay, D. Asynchronous video interviewing as a new technology in personnel selection: The applicant's point of view. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00863> (data obrashenia: 29.11.2021).
 15. Deloitte Human Capital (HC) Trends 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cz/Documents/human-capital/cz-hctrends-reinvent-with-human-focus.pdf> (data obrashenia: 28.11.2021).
 16. Stephan M., Brown D., Erickson R. Talent acquisition: Enter the cognitive recruiter. URL: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capital-trends/2017/predictivehiring-talent-acquisition.html> (data obrashenia: 28.11.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Аксянов Никита Сергеевич, магистрант кафедры «Менеджмент и маркетинг»

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

*ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
nikita-aksyanov@mail.ru*

Левизов Алексей Сергеевич, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», кандидат экономических наук

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

*ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
levizov@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Aksyanov Nikita Sergeevich, master degree student, «Management and Marketing» Department

Vladimir State University

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

nikita-aksyanov@mail.ru

ORCID: 0000-0002-93-35-9842

Levizov Alexey Sergeevich, associate professor, «Management and Marketing» Department, Candidate of Economic Sciences

Vladimir State University

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

levizov@yandex.ru

SPIN-code: 7591-7456

ORCID: 0000-0002-5329-7915

ResearcherID: F-7692-2019

УДК 334.71

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА
АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ***Баринов М.А.*

Статья посвящена важности антикризисного управления компанией. Построен механизм, диагностирующий состояние хозяйствующего субъекта и обладающий элементами, процессами его антикризисного регулирования.

Ключевые слова: *механизм; антикризисное управление; кризис*

**FORMATION OF THE MECHANISM OF ANTI-CRISIS
MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE***Barinov M.A.*

The article is devoted to the importance of anti-crisis management of the company. A mechanism has been built that diagnoses the state of an economic entity and has elements, processes of its anti-crisis regulation.

Keywords: *mechanism; anti-crisis management; crisis*

Существует множество определений кризиса. Его можно определить, как значительную угрозу развитию, операциям, которая может иметь негативные последствия, если не предпринять соответствующих действий. В антикризисном управлении угроза заключается в потенциальном ущербе, который кризис может нанести организации, ее заинтересованным сторонам и отрасли. Кризис может создать три взаимосвязанные угрозы: общественная безопасность, финансовые потери и потеря репутации. Некоторые кризисы, связанные с производственными процессами (техногенные аварии), могут привести к травмам и даже гибели людей. С экономической точки зрения влияют на финансовую составляющую фирмы, приводя к потере доли

рынка. Кризис плохо отражается на организации и в какой-то степени вредит ее репутации. Очевидно, что эти три угрозы взаимосвязаны. Антикризисный менеджмент предприятия – это процесс, который должен быть запущен и осуществлен постоянно, а не только в момент, когда кризис начался и стремительно развивается [1].

Эффективное антикризисное управление последовательно справляется с угрозами. Основным направлением предотвращения кризисных явлений должна быть общественная безопасность, ведь неспособность обеспечить общественную безопасность усиливает нанесенный ущерб от кризиса. В конечном итоге, антикризисное управление предназначено для защиты организации и ее заинтересованных сторон от угроз или уменьшения их негативного воздействия.

Антикризисное управление – это процесс, направленный на предотвращение или уменьшение ущерба, который кризис может нанести организации и ее заинтересованным сторонам. Рассматривая данный вид управления можно разделить его логически на три этапа: докризисный, антикризисное реагирование и посткризисный. Предкризисная фаза связана с профилактикой и подготовкой. Фаза реагирования на кризис – это когда руководству необходимо предпринимать ряд мер по выходу из сложившейся ситуации, характеризующейся кризисной составляющей в экономической и ряд других сфер. На посткризисном этапе производится поиск путей подготовки к следующему «потенциальному» кризису и выполняется ряд мероприятий по его предотвращению. Следует заметить, что необходимо учитывать сложившиеся ситуацию в каждом конкретном случае с учетом влияющих эндогенных и экзогенных факторов [2], однако базовый механизм антикризисного управления предприятием должен состоять из перечня элементов, являющихся универсальными в любых условиях. Автором предложен механизм антикризисного управления компанией.

Ключевыми составляющими разработанного механизма были процедуры, связанные с диагностикой экономического состояния предприятия, совокупность мер по выходу из кризисной ситуации и инструменты, и ресурсы информационного обеспечения (см.рис.).

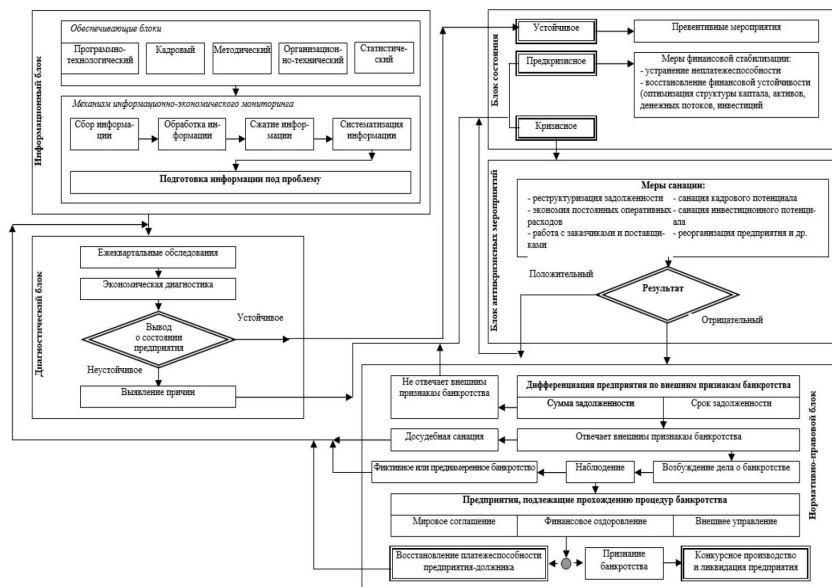


Рис. Механизм антикризисного управления предприятием

Нормативно-правовая составляющая описывается как элемент внешней среды, а остальные выступают в качестве элементов антикризисного управления на самом предприятии. Основываясь на предложенном механизме логично было бы предложить, что эффективная, грамотная реализация управленческих решений и своевременный контроль за процессами по финансовому оздоровлению позволит повысить результативность деятельности и конкурентоспособность компании.

Список литературы

1. Хирачигаджиева М.М. Антикризисное управление и эффективное управление рисками предприятия в экономике России. Научный альманах. 2019. № 12-1 (62). С. 103-106.
2. Шевчук И.А., Котелевская Ю.В., Нехайчук Д.В. Методологические подходы к управлению санацией и ранней диагностике банкротства как элементам антикризисного управления. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 10-1. С. 153-159.

References

1. Hirachigadzhieva M.M. Anti-crisis management and effective enterprise risk management in the Russian economy. Scientific almanac. 2019. No. 12-1 (62). pp. 103-106. 2.
2. Shevchuk I.A., Kotelevskaya Yu.V., Nekhaychuk D.V. Methodological approaches to the management of rehabilitation and early diagnosis of bankruptcy as elements of anti-crisis management. Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. 2019. No. 10-1. pp. 153-159.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Баринов Михаил Александрович, к.э.н., доцент, доцент кафедры
Стратегического планирования и управления жилищно-коммунальным комплексом
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
3LF84@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Barinov Mikhail Alexandrovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Strategic Planning and Housing and Communal Services Management
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
3LF84@mail.ru
ORCID: 0000-0002-7849-742X

УДК 33

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Быстрова Н.В. Казначеева С.Н. Макарова Н.В.

Авторы обращают внимание на изучение государственных и муниципальных закупок. Отмечается, что система государственных и муниципальных закупок способна спровоцировать мультипликативный спрос и, таким образом, оживить производство. Авторы рассматривают основные принципы, которые должны соблюдаться при проведении муниципального заказа. Авторы указывают на то, что российский рынок государственных и муниципальных закупок по-прежнему считается подверженным коррупции. Выделены виды коррупционного поведения в торгах.

Ключевые слова: государственные закупки; муниципальные закупки; принципы проведения закупок; диджитализации системы заказа

ROLE OF STATE AND MUNICIPAL PURCHASES IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

Bystrova N.V., Kaznacheeva S.N. Makarova N.V.

The authors pay attention to the study of state and municipal procurement. It is noted that the system of state and municipal purchases is capable of provoking a multiplier demand and, thus, reviving production. The authors consider the basic principles that must be followed when conducting a municipal order. The authors point out that the Russian market for state and municipal procurement is still considered to be prone to corruption. The types of corrupt behavior in the bidding are highlighted.

Keywords: public procurement; municipal procurement; procurement principles; digitalization of the ordering system

Введение

Россия постепенно интегрируется в экономику мирового сообщества. В то же время российская экономика продолжает развиваться самостоятельно, сохраняя социальную ориентированность государственной политики и выстраивая системы оптимизации бюджетных расходов. Все это в совокупности обуславливают необходимость своевременной переоценки подходов к формированию методов построения и управления системой государственных (муниципальных) закупок товаров, работ, услуг и совершенствования финансового механизма государственных закупок.

Материалы и методы исследования

Изучением отдельных вопросов государственного и муниципального заказа занимались В.П. Гусев, С.Е. Катасонова, Д.А. Мамедов, А.Г. Подольский и других (общие вопросы функционирования контрактной системы закупок для государственных и муниципальных нужд); А.В. Анников, П.Д. Кравченко, Г.А. Лавринов, А.М. Смуров, С.К. Шойгу, С.А. Янин и другие (вопросы муниципальных закупок, осуществляемых оборонными ведомствами). Система государственных закупок способна спровоцировать мультипликативный спрос и, таким образом, оживить производство. Под государственным заказом понимается совокупность заключенных государственных договоров на поставку товаров, производство работ, оказания услуг за счет средств федерального или регионального бюджетов. Под муниципальным заказом понимается закупка органами местного самоуправления, осуществляемая при помощи общественных средств (бюджетных – в первую очередь). Муниципальный заказ хоть и немного, но все же отличается от государственного. Так, в рамках муниципального заказа учитывается не только первоначальная цена, по которой будет приобретен тот или иной товар, но также принимается во внимание какой эффект он окажет для региона.

Результаты исследования

Основные принципы, которые должны соблюдаться при проведении муниципального заказа органами местного самоуправления:

должны вести прозрачную деятельность, которая может влиять на экономику, социальную сферу и экологию; должны стремиться не только самостоятельно соблюдать все законы, платить налоги и сотрудничать с контрагентами, которые придерживаются аналогичных принципов ведения бизнеса; должны работать над непрерывным улучшением своей деятельности и результатов в рамках устойчивого развития, а также предоставлять преференции компаниям, которые участвуют в цепочках поставок делать аналогично; должны принимать во внимание не только первоначальную стоимость товара/работы/услуги, но также рассматривать какие затраты необходимо будет понести в результате использования и эксплуатации. Другими словами, необходимо учитывать ценность товара/работы/услуги в категориях цена, качество и влияние на экономику, окружающую среду и социальную сферу; должны принимать во внимание не только свои интересы и потребности, но также потребности и интересы заинтересованных сторон, на которые влияет их закупочная деятельность; должны быть непредвзяты при проведении закупочной деятельности. Сфера государственных и муниципальных закупок является источником повышенного коррупционного риска из-за большого объема обращающихся в ней средств. Несмотря на постоянное совершенствование закупочных процедур, как в российском, так и зарубежном законодательстве, ущерб от коррупции в сфере государственных и муниципальных закупок остается достаточно высоким. Борьба с коррупцией изначально была одной из движущих силой реформирования российской системы государственного заказа. Так, одним из первых нормативных актов в сфере государственных закупок стал Указ Президента РФ от 08.04.1997 г. №305 «О первоочередных мерах по предотвращению коррупции и сокращению бюджетных расходов при организации закупки продукции для государственных нужд». Начатый в начале 2000-х процесс диджитализации системы государственного и муниципального заказа, предполагающий внедрение цифровых технологий в процессы планирования, должен был привести к существенному снижению коррупционных рисков. Тем

не менее, на сегодняшний день российский рынок государственных и муниципальных закупок по-прежнему считается подверженным коррупции [4, С.89]. Д. Пига выделяет три вида коррупционного поведения в торгах: сговор на торгах с корректировкой цены (bid rigging), манипулирование заявками (bid orchestration) и искажение оценки предложения участника торгов (distortion of quality ranking) [2, С. 36]. Использование информационных технологий привело к появлению новых коррупционных схем. Так, при проведении электронных аукционов распространение получила схема «таран». Суть этого механизма – имитация конкуренции на электронном аукционе тремя участниками, которые обычно находятся в сговоре. Возможность использования такого вида мошенничества связана с тем, что в соответствии с российским законодательством информация об участниках электронного аукциона скрыта от закупщиков. На сайте электронной торговой площадки отображается только информация о снижении цены. Это затрудняет выявление недобросовестного участника. Раньше цепочка состояла всего из двух элементов: заказчик – поставщик (исполнитель, подрядчик). Теперь в цепочке три элемента: закупщики – оператор электронной торговой площадки – поставщик (исполнитель, подрядчик). В результате имели место случаи утечки информации об участниках аукционов с электронных торговых площадок. Особо отметим злоупотребления, обусловленные кризисной ситуацией, связанной с пандемией COVID-19. Основными нарушениями стали заключения контрактов с единым поставщиком под предлогом экстренной потребности, связанной с пандемией, и завышение стоимости товаров (работ, услуг). По статистике, представленной Генеральной прокуратурой, за 11 месяцев 2020 года в сфере государственных и муниципальных закупок выявлено на 5,8% нарушений больше, чем в аналогичный период 2019 года. В российской практике есть примеры многомиллионных закупок аппаратов искусственной вентиляции легких по завышенным ценам, а также медицинских масок по 18-20 рублей за штуку при средней цене около 8 рублей [1,3]. Главной причиной злоупотреблений, на наш взгляд, является ослабленный контроль за

осуществлением закупок во время карантина. Несмотря на то, что на сегодняшний день правовые нормы в полной мере обеспечивают информационную открытость и прозрачность закупочных процедур, сфера государственных и муниципальных закупок все еще очень уязвима и подвержена мошенничеству и коррупции. Одна из причин сложившейся ситуации – в ограниченных возможностях контроля со стороны гражданского общества. Полагаем, что после преодоления последствий пандемии следует создавать условия для усиления общественного контроля в сфере государственных и муниципальных закупок.

Обсуждение и заключение

Таким образом, в целях дальнейшего повышения эффективности сферы муниципальных заказов и привлечения к ней современных информационных технологий, считаем необходимым ускорить мероприятия по следующим направлениям: упрощение и автоматизация процесса муниципальных заказов с более широким применением современных информационных технологий в закупках; устранить коррупционные факторы путем повышения прозрачности процедур муниципальных заказов; реформирование институциональной системы регулирования муниципальных заказов и совершенствование действующего законодательства с точки зрения стимулирования электронных закупок.

Список литературы

1. Левшук В.В., Маруха Е.Р., Багреева Е.Г. Анализ преступности в сфере государственных закупок в период COVID-19 // Образование и право. 2020. №4. С. 438–442.
2. Руководство по закупкам: Учеб. пособие / Под ред. Н. Дмитри, Г. Пига, Дж. Спасьоло / Пер. с англ. М.М. Форже, Е.В. Хилинский; Под ред. И.В. Кузнецовой. М.: Изд. дом ВШЭ, 2013. 695 с.
3. Сидоренко Е. Прикрылись короной: число нарушений с госзакупками выросло почти на 6% [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://iz.ru/1104213/elena-sidorenko/prikrlyiskoronoi-chislo>

- narushenii-s-goszakupkami-vyroslo-pochti-na-6 (дата обращения: 12.02.2021).
4. Сироткина Н.Г. Мошенничество и коррупция в системе государственных и муниципальных закупок // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: Сб. ст. по итогам XVI международ. научно-практич. конф. «Современный менеджмент: проблемы и перспективы». С.88-92.

References

1. Levshuk V.V., Maruha E.R., Bagreeva E.G. Analiz prestupnosti v sfere gosudarstvennyh zakupok v period COVID-19 // Obrazovanie i pravo. 2020. №4. С. 438–442.
2. Rukovodstvo po zakupkam: Ucheb. posobie / Pod red. N. Dmitri, G. Piga, Dzh. Spas'olo / Per. s angl. M.M. Forzhe, E.V. Hilinskij; Pod red. I.V. Kuznecovoj. M.: Izd. dom VShJe, 2013. 695 с.
3. Sidorenko E. Prikrylis' koronoy: chislo narushenij s goszakupkami vyroslo pochti na 6% [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://iz.ru/1104213/elena-sidorenko/prikryliskoronoi-chislo-narushenii-s-goszakupkami-vyroslo-pochti-na-6> (дата obrashhenija: 12.02.2021).
4. Sirotkina N.G. Moshennichestvo i korrupcija v sisteme gosudarstvennyh i municipal'nyh zakupok // Sovremennyy menedzhment: problemy i perspektivy : Sb. st. po itogam XVI mezhdunarod. nauchno-praktich. konf. «Sovremennyy menedzhment: problemy i perspektivy». S. 88-92.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Быстрова Наталья Васильевна, доцент, кандидат педагогических наук, доцент
*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный университет им.К.Минина»,
ул. Ульянова, 1, г. Нижний Новгород, 603002, Россия
bystrova_nv@mail.ru*

Казначеева Светлана Николаевна, доцент, кандидат педагогических наук, доцент
*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный университет им.К.Минина»,
ул. Ульянова, 1, г. Нижний Новгород, 603002, Россия
cnkaznacheeva@gmail.com*

Макарова Наталья Васильевна, магистрант 2 курса очной формы обучения
*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный университет им.К.Минина»,
ул. Ульянова, 1, г. Нижний Новгород, 603002, Россия
nataliamakarova27@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Bystrova Natalya Vasilievna, associate professor, candidate of pedagogical sciences, associate professor
*Minin University
1, Ulyanov Str., Nizhny Novgorod, 603002, Russia
bystrova_nv@mail.ru
ORCID: 0000-0002-4310-6142*

Kaznacheeva Svetlana Nikolaevna, associate professor, candidate of pedagogical sciences, associate professor
*Minin University
1, Ulyanov Str., Nizhny Novgorod, 603002, Russia
cnkaznacheeva@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8540-8919*

Makarova Natalia Vasilyevna, 2-year undergraduate full-time study
*Minin University
1, Ulyanov Str., Nizhny Novgorod, 603002, Russia
nataliamakarova27@yandex.ru*

УДК 339.13

УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

Ерлыгина Е.Г., Шувалова В.О.

В статье рассмотрены возможности использования компаниями системы CRM-управление взаимоотношениями с клиентами. Управление взаимоотношениями с клиентами является ключевым фактором современной фирмы для набора успешных стратегий выживания, роста и развития, повышения эффективности бизнеса, производительности и устойчивого конкурентного преимущества.

Ключевые слова: взаимоотношения с клиентами; повышение лояльности; рыночный спрос

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Erlygina E.G., Shuvalova V.O.

The article discusses the possibilities of companies using the CRM system – customer relationship management. Customer relationship management is a key factor of a modern firm for a set of successful strategies for survival, growth and development, improving business efficiency, productivity and sustainable competitive advantage.

Keywords: customer relationships; increased loyalty; market demand

Управление взаимоотношениями с клиентами является ключевым фактором современной фирмы для набора успешных стратегий выживания, роста и развития, повышения эффективности бизнеса, производительности и устойчивого конкурентного преимущества.

Управление взаимоотношениями с клиентами или CRM (Customer Relationship Management) появилось в 1970-х годах, как новый инструмент для управления и оптимизации продаж в компаниях.

Управление взаимоотношениями с клиентами опирается на два стратегических ресурса: управление знаниями клиентов и ориентация на клиентов. Управление знаниями клиентов также является важным стратегическим ресурсом, оказывающим значительное положительное влияние на маркетинговые операции, опережая инновационную ориентацию.

Современные тенденции глобализации требуют, чтобы ведущие компании приняли новые конкурентные вызовы, подчеркивая необходимость сосредоточиться на управлении отношениями с клиентами, и особенно на удовлетворенности клиентов как главном способе выживания и максимизации доходов [1].

CRM стремится расширить знания, связанные с клиентами, а также поощряет их эффективное использование для контроля за покупками потребителей, ростом доходов и прибыльностью. CRM также считается привилегированным подходом к управлению, направленным на выявление, привлечение, дальнейшее развитие и поддержание успешных отношений с клиентами, в конечном счете направленным на повышение лояльности прибыльных клиентов.

CRM позволяет компаниям внедрять эффективные стратегии, управляя индивидуальными отношениями с клиентами с помощью баз данных клиентов и интерактивных технологий массовой настройки.

В эпоху непрерывных изменений, когда продукты, процессы и услуги постоянно развиваются, чтобы соответствовать потребностям клиентов и требованиям рынка, производителям и поставщикам услуг необходимо расширять свои инновационные возможности для поддержания конкурентных преимуществ [2]. Сегодняшние крайне непредсказуемые, меняющиеся потребности клиентов могут быть удовлетворены с помощью инноваций в продуктах и услугах. CRM облегчает сбор, анализ и использование фирмой знаний, связанных с потребностями и предпочтениями клиентов, получая при этом широкое признание за стимулирование инноваций и обеспечение долгосрочных конкурентных преимуществ.

Существуют несколько аспектов CRM, которые влияют на инновационные возможности. CRM включает пять различных аспектов

(обмен информацией, вовлечение клиентов, долгосрочное партнерство, совместное решение проблем и CRM на основе технологий) и связанные с ними инновационные возможности: инновации в продуктах, инновации в процессах, административные инновации, маркетинговые инновации и инновации в услугах. Инновация продукта определяется, как разработка и запуск либо новых продуктов в целом, либо новаторских функций. Процессные инновации относятся к любым изменениям в производственных процессах, которые приводят к созданию более производительных систем для надлежащего производства или предоставления услуг. Маркетинговые инновации охватывают все стратегии, позволяющие более эффективно ориентироваться на клиентов (маркетинговые исследования, сегментация и информационные системы; стратегия ценообразования; рекламные кампании). Под административными инновациями понимается комплекс мероприятий, связанных с изменениями в организационных структурах или административных процессах, таких как политика в области найма и распределения кадров, распределение задач и политика вознаграждения.

CRM помогает фирмам добиться успеха с помощью последовательной и хорошо структурированной стратегии управления знаниями клиентов. Первым положительным результатом является повышение лояльности клиентов, эффективность которого характеризует клиентоориентированную и, следовательно, успешную фирму на основе принципов реляционного маркетинга [3]. Вторым положительный эффект заключается в повышении эффективности маркетинговой стратегии, поскольку CRM может предоставлять заинтересованным сторонам внутреннего маркетинга ключевую информацию для планирования и выбора наиболее эффективных кампаний и маркетинговых действий для таргетирования клиентов. Улучшенное обслуживание и поддержка клиентов, это третье преимущество, связанное непосредственно с областью обслуживания, и решающий фактор для обеспечения удержания компанией своих лучших клиентов с помощью эффективной стратегии целевого удержания, основанной на улучшенном опыте работы с клиентами после

продажи. Четвертое преимущество заключается в развитии возможностей повышения эффективности и снижения затрат, учитывая необходимость для выживающей компании адаптировать свои усилия по продажам, маркетингу и обслуживанию к определенным целям и конкретным особенностям клиентов, следовательно, модулировать свое предложение на основе реалистичного восприятия рыночного спроса и достижения эффективности и успеха.

Таким образом, если компания научится управлять взаимоотношениями с клиентами, то компании смогут улучшить эффективность своего производства в несколько раз.

Список литературы

1. Голубева А.И. Современные CRM решения. Выбор CRM-системы / А.И. Голубева, И.П. Митрейкин // Вектор экономики. 2019. № 11(41). С. 94.
2. Ерлыгина Е.Г. Роль digital-маркетинга в системе рыночных отношений / Е.Г. Ерлыгина, А.А. Яманов // Бюллетень науки и практики. 2020. Т. 6. № 1. С. 248-252. – DOI 10.33619/2414-2948/50/27.
3. Лосев В.С. Оценка эффективности CRM-системы при работе с клиентами организации / В.С. Лосев, Е.В. Колотилин // Colloquium-journal. 2019. № 13-10(37). С. 147-148.

References

1. Golubeva A.I. Modern CRM solutions. Choosing a CRM system / A.I. Golubeva, I.P. Mitreikin // Vector of Economics. 2019. № 11(41). P. 94.
2. Yerlygina E.G. The role of digital marketing in the system of market relations / E.G. Yerlygina, A.A. Yamanov // Bulletin of Science and Practice. 2020. Vol. 6. №. 1. pp. 248-252. – DOI 10.33619/2414-2948/50/27.
3. Losev V.S. Evaluating the effectiveness of a CRM system when working with clients of an organization / V.S. Losev, E.V. Kolotilin // Colloquium-journal. 2019. № 13-10(37). Pp. 147-148.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Ерлыгина Елена Геннадьевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

erlygina@mail.ru

Шувалова Валерия Олеговна, студент ИЭиМ

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

shovalo02002@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Erlygina Elena Gennadievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management and marketing»

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

erlygina@mail.ru

ORCID: 0000-0003-2049-3845

Shuvalova Valeria Olegovna, student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

shovalo02002@gmail.com

УДК 347.9

К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕХОДА К «РЕЕСТРОВОЙ МОДЕЛИ» ВЫДАЧИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ

Зайчиков Я.В., Илюк Е.Д.

Внедрение цифровых технологий в систему принудительного исполнения путем создания сервиса «цифровое исполнительное производство» должно способствовать повышению эффективности исполнительного производства в Российской Федерации. Статья посвящена анализу процесса реализации цифровых возможностей в сфере принудительного исполнения, а также определению тенденций и перспектив изменения порядка выдачи исполнительных документов.

Ключевые слова: исполнительное производство; электронный документооборот; исполнительные документы; цифровизация; цифровое исполнительное производство; реестровая модель

TO THE QUESTION ABOUT THE POSSIBILITY OF TRANSITION TO THE «REGISTER MODEL» OF ISSUING EXECUTIVE DOCUMENTS

Zaichikov Y.V., Ilyuk E.D.

The introduction of digital technologies into the compulsory enforcement system through the creation of the “digital enforcement proceedings” service should help to increase the efficiency of enforcement proceedings in the Russian Federation. That is why it is necessary to analyze the implementation of digital capabilities in enforcement proceedings.

Keywords: refusal; electronic document management; executive documents; superservice «Digital executive production»; registry model

В Российской Федерации продолжается внедрение современных информационных технологий, в том числе – в сферу принудительного исполнения. В 2019 году была одобрена концепция суперсервиса «Цифровое исполнительное производство», разработанная совместно Федеральной службой судебных приставов Российской Федерации (далее – ФССП РФ) и Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в рамках реализации федерального проекта «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика». Следует отметить, что процесс цифровой трансформации характеризуется сложностью и большим объемом предполагаемых изменений, что говорит о его неоднозначности.

В конце июля 2021 года Министерство юстиции Российской Федерации было подготовлено ряд законопроектов, которые предусматривают отказ от электронного документооборота и переход на реестровую модель исполнительного производства, оператором которого предлагается определить ФССП РФ. Формирование и ведение будет осуществляться в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах (далее – ГИС ГПМ) [1].

Переход на обозначенную форму систематизации и учета исполнительных документов и ходе исполнения, должен способствовать исключению возможности их подделки, а также – неправомерного списания денежных средств должников [2]. Так, реестр должен стать источником надежной и актуальной информации об исполнительных документах, в частности, тех, которые содержат в себе денежные требования. Доступ к реестру и документам будет предоставляется сторонам исполнительного производства, а также приставам. Более того, взыскатели смогут направлять заявления об исполнении требований также через реестр, при помощи портала Госуслуг или МФЦ, если взыскателем является юридическое лицо, то через систему межведомственного электронного взаимодействия.

В реестре будут регистрироваться сведения об исполнительном документе, в связи с чем, основанием удержания средств, а также

возбуждения исполнительного производства будет являться запись, которая сделана в реестре исполнительных документов, а не исполнительный документ на бумажном или электронном носителе. При этом процедура изготовления исполнительного документа и порядок исполнения сохраняется.

Считаем, что предлагаемые изменения следует оценивать положительно, поскольку внедрение цифровых технологий обеспечивает своевременное возбуждение исполнительного производства и недопущение злоупотреблений вовлеченными субъектами. Однако, на наш взгляд, применение рассматриваемого порядка может привести и к замедлению процесса реального исполнения требований исполнительных документов ввиду необходимости межведомственного взаимодействия между судебными органами и органами принудительного исполнения. Так, возбуждение исполнительного производства станет возможным только после направления соответствующей информации судом в территориальное подразделение ФССП России, на которое возложена обязанность внесения сведений в реестр исполнительных документов. Окончательное «реестровая модель» начнет функционировать не ранее 1 января 2023 года.

Необходимо отметить, что сохраняются риски возникновения сбоев при работе информационных систем, поэтому должны быть предусмотрены дополнительные механизмы защиты прав граждан и организаций от неправомерного списания денежных средств в ходе принудительного исполнения [1].

Таким образом, «реестр исполнительных документов будет представлять собой электронный государственный информационный ресурс, назначение которого будет являться учет исполнительных документов в ходе принудительного исполнения сторонами исполнительного производства». Создание электронного реестра сможет повысить прозрачность работы судебных приставов и упростить процесс исполнительного производства. Личные контакты и операционные затраты будут сокращены, а временные издержки, которые связаны с процессом предъявления и возбуждения данного производства, будут снижены.

Список литературы

1. Минюст России представил пакет законопроектов, направленных на внедрение суперсервиса «Цифровое исполнительное производство». Адвокатская газета - специализированное юридическое издание, официальный орган Федеральной палаты адвокатов (ФПА) РФ // URL: <https://www.advgazeta.ru/novosti/planiruetsya-perevesti-ispolnitelnoe-proizvodstvo-v-elektronnyy-rezhim/> (дата обращения: 03.12.2021).
2. Цифровое исполнительное производство: получение информации за 30 секунд, отсутствие необходимости личного взаимодействия с приставами, вынесение ряда решений в автоматическом режиме. Информационно-правовой портал «ГАРАНТ.РУ». // URL: <https://www.garant.ru/article/1465593/> (дата обращения: 03.12.2021).

References

1. The Ministry of Justice of Russia has presented a package of bills aimed at the introduction of a superservice “Digital Executive production”. Advocate Newspaper is a specialized legal publication, the official organ of the Federal Chamber of Lawyers (FPA) of the Russian Federation // URL: <https://www.advgazeta.ru/novosti/planiruetsya-perevesti-ispolnitelnoe-proizvodstvo-v-elektronnyy-rezhim/> / (accessed: 03.12.2021).
2. Digital enforcement proceedings: obtaining information in 30 seconds, no need for personal interaction with bailiffs, making a number of decisions in automatic mode. Information and legal portal “GARANT.RU”. // URL: <https://www.garant.ru/article/1465593/> / (date of appeal: 03.12.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Зайчиков Ярослав Владимирович, старший преподаватель кафедры «Гражданское право и процесс» Юридического института им. М.М. Сперанского
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
yaroslav_zachikov@mail.ru

Илюк Екатерина Дмитриевна, студентка 4 курса очной формы обучения Юридического института им. М.М. Сперанского ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
katy.ilyuk@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Zachikov Yaroslav Vladimirovich, Senior Lecturer of the Department of Civil Law and Procedure, Law Institute named after M.M. Speransky

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

yaroslav_zachikov@mail.ru

ORCID: 0000-0003-3741-0559

Ilyuk Ekaterina Dmitrievna, 4 d year student of the Law Institute named after M.M. Speransky

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

katy.ilyuk@yandex.ru

УДК 347.9

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ПРИНУДИТЕЛЬНОГО
ИСПОЛНЕНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ***Зайчиков Я.В., Митрофанова Ж.С.*

В данной статье рассматривается процесс цифровизации в сфере принудительного исполнения; исследуется понятие «цифровизация»; анализируются существующие сложности; тенденции и перспективы развития.

Ключевые слова: цифровизация; исполнительное производство; судебные акты

**DIGITALIZATION IN THE FIELD OF ENFORCEMENT:
TRENDS AND PROSPECTS***Zaichikov Y.V., Mitrofanova Zh.S.*

This article examines the digitalization process in the field of enforcement; explores the concept of “digitalization”; the existing difficulties are analyzed; development trends and prospects.

Keywords: digitalization; enforcement proceedings; judicial acts

Принудительное исполнение судебных актов, а также актов иных органов и должностных лиц, является важным элементом в механизме защиты нарушенных или оспариваемых прав свобод и законных интересов различных субъектов. Внедрение информационных технологий во многие сферы жизнедеятельности государства и общества, в том числе – исполнительное производство, является устойчивой общемировой тенденцией. Вместе с тем, нельзя не отметить, что процесс цифровизации является довольно сложным и длительным и в качестве главной цели должен преследовать повышение эффективности системы принудительного исполнения.

Под цифровизацией или цифровым развитием в соответствии Приказом Минкомсвязи России от 01.08.2018 N 428 «Об утверждении Разъяснений (методических рекомендаций) по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» следует понимать процесс организации выполнения в цифровой среде функций и деятельности (бизнес-процессов), ранее выполнявшихся людьми и организациями без использования цифровых продуктов; цифровизация предполагает внедрение в каждый отдельный аспект деятельности информационных технологий.

Конкретные мероприятия в ходе цифровизации исполнительного производства, а также предполагаемые результаты определены в Приказе ФССП России от 02.12.2020 N 810 «Об утверждении ведомственной программы цифровой трансформации Федеральной службы судебных приставов на 2021–2023 годы». В соответствии с Приказом задачами программы являются: повышение доступности и качества дистанционного обслуживания граждан по вопросам исполнительного производства; повышение степени автоматизации при осуществлении ФССП России функции принудительного исполнения; цифровая трансформация процесса принудительного исполнения исполнительных документов; обеспечение бесперебойного функционирования АИС ФССП России.

Среди положительных достижений процесса цифровизации исполнительного производства следует выделить наличие возможности у судебных приставов-исполнителей и иных уполномоченных лиц ФССП России выносить постановление по делу в виде электронного документа, подписанного квалифицированной электронной подписью [2, с.44]. Направление такого электронного документа происходит через портал «Госуслуги». Данный механизм позволяет ускорить процедуру возбуждения исполнительного дела, а также облегчает взаимодействие между сторонами исполнительного производства и органами принудительного исполнения [1, с. 355].

В настоящий момент на портале «Госуслуги» представлен виджет, демонстрирующий будущий суперсервис «Цифровое испол-

нительное производство», разрабатываемый в целях повышения прозрачности работы судебных приставов, сокращения личных контактов и процессуальных затрат на взаимодействие с ФССП России, снижения временных издержек, связанных с инициированием принудительного исполнения.

Нельзя не отметить, что процесс цифровизации исполнительного производства сопряжен с рядом проблем и затруднений, некоторые из которых в целом характеризуют состояние системы органов принудительного исполнения в Российской Федерации на современном этапе. Так, одной из проблем остается низкий уровень технического и кадрового обеспечения ФССП России и её территориальных подразделений. Однако, дополнительное финансирование, предусмотренное вышеназванной Программой цифровой трансформации, позволит преодолеть обозначенную проблему, а также сделает возможным приобретение необходимого цифрового оборудования и надлежащий уровень материально-технического обеспечения органов принудительного исполнения.

Помимо этого, цифровая форма взаимодействия между субъектами исполнительного производства определяет необходимость в наличии действенного механизма по установлению личности участников во избежание инициирования принудительного исполнения по поддельным или уже исполненным документам. Также необходимо предусмотреть безопасное хранение персональных данные граждан, необходимых для правильного исполнения. Можно заключить, что цифровое исполнительное производство предполагает высокий уровень технического обеспечения процедуры принудительной реализации требований, содержащихся в исполнительных документах.

Важно понимать, что цифровизация исполнительного производства не решит все существующие проблемы сферы принудительного исполнения, цифровая трансформация ФССП России будет эффективной лишь при наличии единой и непротиворечивой процессуальной формы, гарантированной законодательством о принудительном исполнении. Перенос исполнительного производства в цифровую среду следует рассматривать как перевод уже существующего про-

изводства в более быструю электронную форму, что не предполагает разрешение существующих проблем и коллизий.

Таким образом, дальнейший процесс цифровизации исполнительного производства имеет большое значение для повышения уровня эффективности принудительного исполнения в Российской Федерации, а также формирования действенного механизма защиты нарушенных прав, свобод и законных интересов.

Список литературы

1. Добрина Т.Б. Цифровизация исполнительного производства в России. Обращение взыскания на цифровые активы // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2021. №4 (56). С. 355.
2. Цирина М.А. Цифровизация исполнительного производства // Международное публичное и частное право. 2020. № 1. С. 42-45.

References

1. Dobrina TB Digitalization of enforcement proceedings in Russia. Foreclosure on digital assets // Skif. Student Science Issues. 2021. No. 4 (56). P. 355.
2. Tsirina MA Digitalization of enforcement proceedings // International public and private law. 2020. No. 1. S. 42-45.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Зайчиков Ярослав Владимирович, старший преподаватель кафедры «Гражданское право и процесс» Юридического института им. М.М. Сперанского
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
yaroslav_zachikov@mail.ru

Митрофанова Жанна Сергеевна, студентка 4 курса очной формы обучения Юридического института им. М.М. Сперанского

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

zhnmtrf@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Zaichikov Yaroslav Vladimirovich, Senior Lecturer of the Department of Civil Law and Procedure, Law Institute named after M.M. Speransky

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

yaroslav_zaichikov@mail.ru

ORCID: 0000-0003-3741-0559

Mitrofanova Zhanna Sergeevna, 4th year full-time student of the Law Institute named after M.M. Speransky

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

zhnmtrf@mail.ru

УДК 377

**ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ
ПЕДАГОГОВ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

Краева И.А., Хижная А.В., Синева Н.Л.

В настоящей статье проводится анализ экономического развития России в сфере образования посредством повышения квалификации педагогов, а также раскрыты ключевые понятия в рамках изучаемой тематики. Исследованы тенденции, повлиявшие на совершенствование российской экономики в сфере образования.

***Ключевые слова:** экономика образования; повышение квалификации*

**PROFESSIONAL DEVELOPMENT
OF TEACHERS AS A FACTOR OF ECONOMIC
DEVELOPMENT IN THE FIELD OF EDUCATION**

Kraeva I.A., Khizhnaya A.V., Sineva N.L.

This article analyzes the economic development of Russia in the field of education through advanced training of teachers, and also reveals the key concepts within the framework of the studied topic. The trends that have influenced the improvement of the Russian economy in the field of education are investigated.

***Keywords:** economics of education; professional development*

Введение

Переход России к новым экономическим условиям развития ознаменовался востребованностью интеллектуальных способностей и возможностей граждан. Из этого следует, что человек и его потенциал стал наиболее ценным ресурсом, который необходимо увеличивать и поддерживать на высоком уровне развития, начиная с

раннего возраста. Необходимо улучшать качество и масштабность сферы образования относительно всех её структур и подразделений, включающих детские сады, школы, техникумы и высшие учебные заведения. Это ведет к востребованности развития экономики лидерства и инноваций. В современном мире в связи со стремительным инновационным ростом в различных областях научного знания, чтобы оставаться высококвалифицированным специалистом, важно непрерывно развиваться, в том числе при помощи профессиональных сообществ.

На сегодняшний день, повышение квалификации является одним из ключевых требований времени обеспечения конкурентоспособности в любом сегменте, в частности в образовательной сфере. В образовательной среде именно педагог является ключевой фигурой, которая выполняет ряд важнейших функций: вносит инновации в целевую аудиторию, передает опыт и знания прошлых лет, которые важно непрерывно актуализировать.

Цель исследования состоит в формулирование основных тенденций изменения экономики образования за счет повышения квалификации педагогов. Задачи исследования состоят в изучении влияния повышения квалификации педагогических кадров на экономическое развитие в сфере образования.

Методы исследования: анализ, синтез, формализация.

Результаты исследования

Подготовка квалифицированных кадров всех уровней профессионального образования при модернизации сферы образования ведет к способности быстро реагирования на запросы рынка труда. Это является важным и необходимым условием в формировании инновационной экономики, ведущий к экономическому росту и социальному развитию общества в целом.

Наука в России совместно с педагогической общественностью активно занимаются поисками различных путей, форм и механизмов обновления системы экономического развития в сфере образования. Проводя анализ современного мирового развития системы, автора-

ми настоящей статьи были обозначены тенденции, непосредственно участвующие в совершенствовании экономики образования с помощью повышения квалификации педагогических кадров.

Во-первых, повышение квалификации педагогов ведет к увеличению значимости «человеческого капитала» в национальной экономике развитых стран мира (в среднем составляет 70-80% национального общественного богатства). Благодаря этому обусловлена потребность высокоинтенсивного развития сферы образования как для молодого, так и для старшего поколения.

Другая тенденция заключается в структурном изменении занятости в сфере образования посредством повышения профессиональной квалификации работников, а также улучшения их профессиональной мобильности. Несомненно, происходит и модернизация мировой экономики, сведение к нулю сферы малоквалифицированного труда. Удельный вес занятого населения, прошедшего повышение квалификации и (или) переподготовку в возрасте 25–65 лет, выросла с 22% в 2011 году до 55% в 2020 году [1].

Еще одна тенденция – повышение квалификации педагогов стимулирует развитие легко приспосабливаемой, свободной и самосовершенствующейся системы образования, которая позволяет обеспечить стабильное развитие страны, экономический подъем, социальную и профессиональную мобильность, достойный уровень жизни и финансовую грамотность населения. Это, в свою очередь, благоприятно влияет на стабильность и повышение уровня экономики страны, которая в свою очередь является благоприятным условием для развития образования страны в целом [2]. Таким образом, сфера образования и экономика тесно взаимосвязаны и сильно зависят друг от друга.

Обсуждение

Из всех рассмотренных тенденций становится видно, что основными ресурсами осуществления благоприятного экономического развития в сфере образования являются человеческие ресурсы. Самое важное в них – это умение быть готовым к различным измене-

ниям и, соответственно, быть нацеленным на повышение уровня их профессиональной квалификации.

С другой стороны, человеческие ресурсы в системе образования сильно страдают в связи с нехваткой кадров и плохо спланированными задачами, отвечающим за модернизации образовательного процесса, а также повышение квалификации уже существующих кадров. Если рассматривать низкоквалифицированных специалистов в области образования, как пример, можно рассмотреть слабую подготовленность к актуальным изменениям, что, в свою очередь, выражается в отстраненности и сильном сопротивлении изменениям. Для того, чтобы избежать подобных проблем, в педагогическом сообществе идет активный поиск способов улучшения подготовки и повышения квалификации.

Заключение

Таким образом, авторами статьи проанализированы теоретические основы повышения квалификации отдельных педагогов и их роль в экономическом развитии страны в сфере образования. Регулярные инвестиции в развитие персонала необходимы в целях соответствия требованиям рынка и готовности к изменениям в условиях жесткой конкуренции. Благодаря данному обстоятельству уровень и состояние экономики со временем, безусловно, возрастет и сформирует базу для дальнейшего развития российской системы образования.

Список литературы

1. Малушко Е.Ю., Лизунков В.Г. Система электронного образования как инструмент повышения конкурентоспособности специалиста в условиях цифровой экономики // Вестник Мининского университета. 2020. № 2. Том 8. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-3-1> (дата обращения 1.10.21).
2. Марон А.Е., Королева Е.Г. Современные модели повышения квалификации педагогических кадров в опыте института повышения квалификации // Образование: ресурсы развития. Вестник ЛОИРО. 2020. № 4. С. 20-22.

References

1. Malushko E.Yu., Lizunkov V.G. The e-education system as a tool to improve the competitiveness of a specialist in the digital economy // Vestnik of Minin University. 2020. No. 2. Volume 8. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-3-1> (date of access 1.10.21)
2. Maron A.Ye., Koroleva Ye.G. Sovremennyye modeli povysheniya kvalifikatsii pedagogicheskikh kadrov v opyte instituta povysheniya kvalifikatsii // Obrazovaniye: resursy razvitiya. Vestnik LOIRO. 2020. № 4. S. 20-22.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Краева Ирина Андреевна, студент

*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
craevairen@yandex.ru*

Хижная Анна Владимировна, доцент, кандидат пед. наук, доцент

*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
xannann@yandex.ru*

Синева Надежда Леонидовна, доцент, кандидат пед. наук, доцент

*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
sinevan12015@gmail.com*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kraeva Irina Andreevna, student

*Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ul'janov str., 2, N. Novgorod, 603079, Russia
craevairen@yandex.ru*

Khizhnaya Anna Vladimirovna, candidate of pedagogical sciences,
associate professor

Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University

1, Ul'janov str., 2, N. Novgorod, 603079, Russia

xannann@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-0034-2353

Sineva Nadezda Leonidovna, candidate of pedagogical sciences, as-
sociate professor

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University

1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia

sinevanl2015@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7766-6017

УДК 338.24

К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА СОЦИАЛЬНУЮ СФЕРУ

Куликова И.Ю.

Данная статья посвящена исследованию специфике протекания трансформационных процессов в социальной сфере, активизация которых происходит в условиях повсеместной цифровизации, затрагивая при этом все стороны деятельности субъектов экономики. Особое внимание в работе уделено вопросам ускорения диджитализации рассматриваемой сферы путем оперативного внедрения передовых инструментов для решения социально-экономических проблем. Подобными инструментами будут выступать «сквозные» технологии и централизованная цифровая платформа, создаваемая для развития и актуализации механизмов обратной связи органов власти с отдельными категориями населения по вопросам получения государственных и муниципальных мер социальной поддержки.

***Ключевые слова:** трансформация; цифровая экономика; социальная сфера; опережение; платформа; эффективность; сквозные технологии*

ON THE QUESTION OF THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE SOCIAL SPHERE

Kulikova I. Yu.

This article is devoted to the study of the specifics of the course of transformational processes in the social sphere, the activation of which occurs in the context of widespread digitalization, affecting all aspects of the activities of economic entities. Particular attention is paid to the issues of accelerating the digitalization of the area under consideration

through the prompt implementation of advanced tools for solving socio-economic problems. Such tools will be “end-to-end” technologies and a centralized digital platform created for the development and updating of mechanisms for the feedback of authorities with certain categories of the population on the issues of receiving state and municipal social support measures.

Keywords: *transformation; digital economy; social sphere; advance; platform efficiency; end-to-end technologies*

Современные процессы цифровой трансформации отличаются разнообразием и значительной скоростью их протекания, параметрами использования передовых инфокоммуникационных технологий их обеспечения. Несмотря на крайнюю нестабильность и турбулентность экономики, сейчас прослеживается четкая взаимосвязь между степенью проникновения диджитализации в различные отрасли и комплексы народного хозяйства, системы управления всех уровней, ведомств, частного бизнеса, социальных программ и их экономическим состоянием. Так, именно цифровая трансформация повышает эффективность моделирования бизнес-процессов, увеличивает спектр и качество оказания услуг населению, практически полностью автоматизирует технологические и логистические цепочки.

Тем не менее, экономика в настоящее время крайне неустойчива, на нее воздействуют факторы, прогнозировать наступление которых весьма затруднительно. Одни из них, как, например, локальные военные и национальные конфликты, вызывают спад ключевых показателей, другие – становятся ускорителем трансформационных процессов. Подобным триггером явилась пандемия коронавируса и связанные с ней разного рода ограничительные мероприятия. Несмотря на то обстоятельство, COVID-19 фактически, обрушил ряд отраслей, он показал необходимость во внедрении, распространении и использовании новейших цифровых технологий для трансформации социально-экономических отношений на микро- и макроуровнях.

Следует заметить, что процессы диджитализации, несмотря на их широкий охват, протекают крайне неравномерно. Безусловно,

пионерами в данном плане выступают ИТ-отрасли, машино-технологические комплексы, обрабатывающая и строительная отрасль, финансово-кредитная и страховая области. Однако, эффективная трансформация экономики без цифровизации ее социальной сферы невозможна, так как именно она определяет образ и уровень жизни людей, их благосостояние и потребление. В это связи, рассмотрение направлений диджитализации социальной сферы, выявление ключевых особенностей процесса ее цифровой трансформации является значимым вопросом и требует детального его рассмотрения.

Сегодня социальная сфера охватывает все пространство деятельности человека, начиная от здоровья, условий быта и труда и заканчивая социально-классовыми и национальными отношениями. Тем не менее, вопросам ее экономико-цифровой трансформации до недавнего времени уделялось крайне мало внимания. На данное обстоятельство сделал акцент и Михаил Мишустин, который 8 ноября 2021 года своим распоряжением утвердил стратегические направления в области цифровой трансформации рассматриваемой сферы. Председатель Правительства РФ указал на необходимость разработки инструментов ускорения процессов диджитализации социальной сферы на основе использования сквозных технологий для решения проблем социально-экономического характера и реализации проектов господдержки граждан.

Так, распоряжение председателя Правительства РФ в части цифровой трансформации социальной сферы утверждается до 2030 года и направлено, прежде всего, на достижение «цифровой зрелости» как ключевых отраслей и комплексов экономики, так и главнейших составляющих социальной сферы – здравоохранения и образования. Кроме того, в рамках диджитализации рассматриваемой сферы значение доли социально значимых услуг, предоставляемых в электронном виде, должна быть достигнута значения 95%.

Цифровая трансформация социальной сферы, в первую очередь, на практике должна выражаться в рамках реализации инициативы «Единая централизованная цифровая платформа в социальной сфере». Основное предназначение данного информационно-коммуни-

кационного решения состоит в предоставлении всевозможных мер социальной поддержки, позволяющих быстро и оперативно получить разного рода выплаты без подтверждающих о необходимости их назначения документов на бумажных носителях. Такое решение призвано исключить дискриминацию с целью обеспечения равного доступа к выплатам и льготам, не усугубляя при этом положение отдельных категорий граждан, находящихся за чертой бедности.

Следует заметить, что цифровизация услуг социальной поддержки граждан в Российской Федерации в настоящий момент находится на этапе становления. Безусловно, пандемия COVID-19 явилась некоторым триггером, значительно ускорившим этот процесс. Тем не менее, как считают ведущие эксперты в области социальной экономики, при резко нарастании темпов цифровизации указанной сфере может возникнуть ряд проблем. Так, в настоящее время существует порядка 400 различных мер социальной поддержки граждан, из которых лишь 44 вида (около 12%) – предоставляется на федеральном уровне, остальные – на региональном и муниципальном уровнях. При этом ведомства, в перечень основных задач функционирования которых входят предоставление и начисление выплат, далеко не всегда координируют свои действия. В этой связи, процесс получения льгот становится не только трудоемким, но и продолжительным во времени. Именно по данной причине более трети нуждающихся либо отказываются от выплат, либо не получают их за истечением срока давности. Кроме того, как показывают многочисленные исследования Общественной палаты РФ, также около трети нуждающихся категорий граждан не имеют представления о положенных им льготах и их размерах.

Несмотря на указанные выше проблемные аспекты, социальная сфера в части поддержки граждан благодаря активным экономико-трансформационным процессам переживает изменяется кардинальным образом. В настоящее время на стадии внедрения находится единая система социальной поддержки для всех регионов страны, которая будет работать по принципу проактивности, когда отдельные услуги будут предоставляться автоматически. Сейчас

подготовительный этап практически уже завершен, так как создана и активно работает система многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг (МФЦ) и портал Gosuslugi.ru (единый портал государственных и муниципальных услуг Российской Федерации). Также необходимо отметить, что в конце 2021 г. – начале 2022 г. ожидается введение в полноценную эксплуатацию еще одного веб-представительства социальной сферы, а именно портала Единой государственной информационной системы социального обеспечения (ЕГИССО), находящегося в ведении Министерства труда и социальной защиты населения. В настоящий момент портал ЕГИССО функционирует в тестовом режиме, так как идет активное обучение нейронной сети в части определения «жизненных ситуаций» пользователя.

Вторым направлением, озвученным Михаилом Мишустиним в рамках активизации цифровой трансформации социальной сферы является практическая реализация проекта «Единый контакт-центр взаимодействия с гражданами» (ЕКЦ), который в совокупности с обозначенными выше аспектами направлен на формирование и активное развитие различных механизмов обратной связи с отдельными категориями граждан по вопросам получения государственных и муниципальных мер социальной поддержки. Ожидается, что ЕКЦ будет полностью введен в эксплуатацию в 2025 году. Его работа будет основана на объединении таких классов информационных систем, как АРМ (автоматизированные рабочие места) и CRM (системы управления взаимоотношениями с клиентами), и цифровых технологий, представленных интерактивным голосовым меню (IVR), личными кабинетами граждан и автономными ботами, способными распознавать речь. Следует заметить, что ЕКЦ будет являться одним из ключевых звеньев так называемой экосистемы социального казначейства, которая подразумевает разработку Единой цифровой платформы. Именно этот эволюционный элемент обеспечит комплексное межведомственное взаимодействие, снимая в граждан бремя оформления мер поддержки. Создаваемая платформа, с одной стороны, является конгломератом информационных си-

стем Министерства труда, ПФР, ФСС, Федеральной службы по труду и занятости (Роструд) и учреждений медико-социальной экспертизы. С другой, она указывает на ускоренные темпы эволюции социальной сферы, которая совместно с образованием, здравоохранением и промышленными отраслями идет по пути в экономическом плане трансформируется к платформенному типу ее функционирования.

Следует отметить, что цифровая трансформация социальной сфере также направлена на решение вопросов, связанных с обеспечением занятости населения. Указанное направление будет осуществлено через реализацию двух проектов: «Электронный кадровый документооборот» и «Модернизация государственной службы занятости населения». Эти два направления вместе с порталом ЕГИССО призваны в значительной мере повысить эффективность поиска работы гражданами, нарастить скорость и потенциал обмена информацией в формате предоставления электронных документов, а также обеспечить всех участников рынка труда качественными аналитико-цифровыми сервисами.

Помимо указанных выше положительных сторон цифровой трансформации социальной сферы, необходимо акцентировать свое внимание и на возможных рисках внедрения элементов диджитализации в данную область. Так внедрение искусственного интеллекта и автоматическое определение благосостояния граждан обнажает перед государством и обществом не только проблемы экономического направления, но и этического плана. Кроме того, тотальное цифровое предоставление услуг различными информационно-технологическими сервисами и платформами не способно сострадательно реагировать на реальные потребности отдельных незащищенных категорий граждан, которые столкнулись с экономической нестабильностью в эпоху глубоких и быстрых преобразований. Данное обстоятельство также связано не только с оперативным назначением выплат, льгот и иных мер социальной поддержки, но и автоматизированным взысканием долгов, когда наименее защищенные слои общества становятся еще беднее. Кроме того, цифровые инновации, активно внедряемые сейчас социальную сферу на высоком уровне прорабатывать вопросы информационной безопасности

для исключения потери и кражи персональных данных нуждаемых категорий граждан.

Подводя итог сказанному выше, необходимо заключить, что в настоящее время наблюдается активизация процессов цифровой трансформации социальной сферы. Данное обстоятельство связано, в первую очередь, с турбулентными и кризисными явлениями в экономике. Тем не менее, пандемия коронавируса показала, что для эффективного протекания экономических процессов диджитализации только основных комплексов и отраслей народного хозяйства недостаточно. Необходимо активное вовлечение в данные процессы и социальной сферы, которой сегодня уделяется особое внимание ввиду того, что основное ее предназначение заключается в повышении качества жизни граждан, снижении бедности и сглаживания социально-классовых неравенств.

Сегодня цифровая трансформация социальной сферы немыслима без внедрения и активного использования организациями, входящими в ее состав таких сквозных технологий, как искусственный интеллект, анализ и обработка больших данных, Интернет вещей и т.д. Тем не менее, внедрение разного рода цифровых сервисов, направленных на оптимизацию социальной поддержки, в комплексе с разработанными мероприятиями по обеспечению информационной безопасности и высокой степени защиты персональных данных, призвано обеспечить взаимодействие гражданина и ведомств, значительно упростить доступ к льготам и выплатам для социально незащищенных слоев общества. Более того, указанные технологии будут являться ключевым инструментом при проведении мониторинга и анализа текущего социально-экономического развития Российской Федерации и составления разного рода прогнозов, а также для формирования предложений по принятию, актуализации и корректировке решений в области государственного и муниципального управления, уже начиная с 2024 года.

Список литературы

1. В России создадут единую социальную цифровую платформу [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://rg.ru/2021/11/10/v-rossiiu-sozdadut-edinuiu-socialnuiu-cifrovuiu-platformu.html> (дата обращения 25.11.2021)

2. Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года [Электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/ffccd6ed40dbd803eedd11bc8c9f7571/Plan_po_dostizheniyu_nacionalnyh_celej_razvitiya_do_2024g.pdf (дата обращения 25.11.2021)
3. Интервью ТАAdviser: замминистра труда Алексей Скляр и глава «Соцтех» Михаил Аронов – о цифровой трансформации социальной сферы [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/253937327> (дата обращения 25.11.2021)
4. Правительство утвердило проекты по цифровой трансформации социальной сферы [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://government.ru/news/43660/> (дата обращения 25.11.2021)
5. Разумова, Т. Новый социальный ландшафт эпохи цифровизации: уроки пандемии. Анализ и прогноз / Т. Разумова, Е.С. Садовая, Т. Чубарова // Журнал ИМЭМО РАН. – 2020. -№ 3. - С. 24-34. - <https://doi.org/10.20542/afj-2020-3-24-34>
6. Цифровизация социальной сферы: преимущества и этические риски [Электронный ресурс] / - Режим доступа: https://ethics.cdto.ranepa.ru/7_3 (дата обращения 25.11.2021)
7. Цифровая трансформация: как социальную поддержку россиян за пять лет в онлайн переведут [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://online47.ru/2021/03/02/tsifrovaya-transformatsiya-kak-sotsialnuyu-podderzhku-rossiyan-za-pyat-let-v-onlayn-perevedut-121010> (дата обращения 25.11.2021)
8. Цифровая трансформация социальной сферы: экспресс-анализ грядущих изменений [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://grany-center.org/article/cifrovaya-transformatsiya-socialnoy-sfery-1615897335> (дата обращения 25.11.2021)

References

1. A unified social digital platform will be created in Russia [Electronic resource] / - Access mode: <https://rg.ru/2021/11/10/v-rossiiu-sozdadut-ed-inuiu-socialnuiu-cifrovuiu-platformu.html> (access date 25.11.2021)

2. A unified plan to achieve the national development goals of the Russian Federation for the period until 2024 and for the planning period until 2030 [Electronic resource] / - Access mode: https://www.economy.gov.ru/material/file/ffccd6ed40dbd803eedd11bc8c9f7571/Plan_po_dostizheniyu_nacionalnyh_celej_razvitiya_do_2024g.pdf (date of treatment 11/25/2021)
3. Interview of TAdviser: Deputy Labor Minister Alexei Sklyar and the head of Sotstech Mikhail Aronov - about the digital transformation of the social sphere [Electronic resource] / - Access mode: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/253937327> (date reference 25.11.2021)
4. The government approved projects for the digital transformation of the social sphere [Electronic resource] / - Access mode: <http://government.ru/news/43660/> (date of treatment 11/25/2021)
5. Razumova, T. New social landscape of the digitalization era: lessons from the pandemic. Analysis and forecast / T. Razumova, E.S. Sadovaya, T. Chubarova // Journal of IMEMO RAN. - 2020. - № 3. - S. 24-34. - <https://doi.org/10.20542/afj-2020-3-24-34>
6. Digitalization of the social sphere: advantages and ethical risks [Electronic resource] / - Access mode: https://ethics.cdto.ranepa.ru/7_3 (date of access 25.11.2021)
7. Digital transformation: how social support for Russians will be transferred online in five years [Electronic resource] / - Access mode: <https://online47.ru/2021/03/02/tsifrovaya-transformatsiya-kak-sotsialnuyu-podderzhku-rossiyan-za-pyat-let-v-onlayn-perevedut-121010> (date of treatment 11/25/2021)
8. Digital transformation of the social sphere: an express analysis of the upcoming changes [Electronic resource] / - Access mode: <https://grany-center.org/article/cifrovaya-transformatsiya-socialnoy-sfery-1615897335> (access date 25.11.2021)

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Куликова Ирина Юрьевна, к.э.н., доцент кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

e-mail: ipccirinak@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-3440-1358

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kulikova Irina Yurievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Business Informatics and Economics

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

ipccirinak@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-3440-1358

УДК 656

**МЕРЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА СНИЖЕНИЕ
ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ – УЧАСТНИКА ВЭД**

Кулинская И.И.

В статье рассматриваются меры, которые направлены на снижение логистических рисков в деятельности предприятия ВЭД. Анализируются причины возникновения логистических рисков на предприятии. Предложены мероприятия по снижению логистических рисков.

***Ключевые слова:** предприятие ВЭД; риски; логистические риски; пути снижения логистических рисков*

**MEASURES AIMED AT REDUCING LOGISTICAL
RISKS IN THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE
PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

Kulinskaya I.I.

The article discusses measures aimed at reducing logistics risks in the activities of a foreign economic activity enterprise and analyzes the causes of logistics risks in the enterprise. Measures to reduce logistical risks are proposed.

***Keywords:** foreign economic activity enterprise; risks; logistics risks; ways to reduce logistics risks*

Решение проблем, связанных с минимизацией логистических рисков требует коренных преобразований в обслуживании логистических систем.

Анализ причин возникновения логистических рисков на предприятии – участника внешнеэкономической деятельности, позволяет

сделать ряд выводов, на основании которых можно определить основные направления работы по минимизации рисков, возникающих на каждом звене логистической цепи.

Использование компьютерной инженерии и технологий виртуального моделирования, аддитивных технологий, промышленного Интернета, и робототехники пока не получило значительного распространения. В результате отечественная промышленная продукция уступает ведущим зарубежным конкурентам по цене и качеству, а также по срокам вывода готовой продукции на рынок. Российские промышленные системы, как правило, не позволяют обеспечить кастомизацию производства, а также способности быстро реагировать на изменения рынка.

Сегодня мир меняется стремительно, и сейчас особенно необходимо внедрять на промышленных предприятиях решения Индустрии 4.0.

Для того, чтобы внедрить процесс цифровизации рекомендуется применить следующие меры:

- Создание на предприятии нового подразделения – цифрового офиса;
- Модернизировать корпоративную информационную систему до новейшей версии (например, Oracle E-Business Suite R12). Масштабная программа по оптимизации и унификации бизнес-процессов.
- Внедрить автоматизированную систему оперативно-календарного планирования производства. Эта система рассчитывает технологическую цепочку от получения заказа до выпуска продукции.
- Цифровой проект в экологии. Внедрить автоматизированный комплекс, позволяющий оценивать ситуацию с выбросами в режиме реального времени и одновременно принимать меры для снижения воздействия на окружающую среду.
- Цифровые двойники оборудования. На сегодняшний день все более ощутимо становится востребованной возможность удаленного управления производственными процессами. Эти

разработки позволят моделировать различные сценарии производства, в том числе аварийные ситуации, и выбирать наиболее эффективные решения. Использование технологий компьютерного инжиниринга и виртуального моделирования, аддитивных технологий;

Цифровые технологии призваны одновременно повысить эффективность производства, улучшить качество, безопасность продукции и экологию.

1. Внедрение системы «умный склад». Представляет собой автоматизированную систему адресного хранения продукции.

2. Управление складскими процессами на базе SAP EWM.

3. Внедрение разнопрофильных IT-проектов.

4. Роботизация производственных процессов.

5. Мониторинг производственных процессов.

6. Роботизация осмотра продукции.

7. Внедрение технологии штрихкодирования.

8. Провести мероприятия по уменьшению транспортных расходов.

9. Минимизация рисков при осуществлении международных перевозок [2].

Рекомендацией по снижению логистических рисков в процессе международных перевозок является:

- передача наиболее рискованных звеньев цепочки в логистический аутсорсинг специализированной логистической компании (погрузка продукции на транспортное средство со склада предприятия – транспортировка по территории России, доставка в порт – выполнение таможенных процедур на границе – транспортировка по территории ЕАЭС, либо иностранного государства до склада предприятия заказчика).

Использование сторонних логистических операторов и передача им на аутсорсинг ряд услуг, на сегодняшний день является весьма целесообразным решением по ряду причин:

1) Как уже отмечалось, предприятие специализируется на производстве металлургической продукции, а не на международных

перевозках, поэтому, для эффективного функционирования в международных логистических системах, предприятие может прибегать к услугам аутсорсинга;

2) рост интенсивность конкуренции во всех сферах экономики предполагает необходимость достижения максимальной эффективности всех операций, включая логистику;

3) устоявшейся тенденцией развития мировой экономики за последние сорок лет является установление долгосрочных постоянных партнерских отношений между предприятиями и поставщиками логистических услуг, которые могут предоставлять логистические услуги своим клиентам не только в отдельных странах, но и во всем мире, что делает нецелесообразным попытки предприятий самостоятельно решать логистические проблемы [1].

10. Поддержка непрерывности и прочности цепочки поставок в период пандемии.

Пандемия COVID-19 изменила не только жизнь многих людей, но также привела к ухудшению ситуации на глобальных и внутренних рынках. Во всем мире произошло значительное сокращение производственных мощностей из-за закрытия границ между странами и введения режима самоизоляции. Пандемия коронавируса нарушила привычные связи между производителями и потребителями и внесла серьезные изменения в бизнес логистических компаний.

Распространение коронавируса нанесло серьезный удар по глобальной логистике и безопасности цепочек поставок сырья и готовой продукции. Кризис вызвал дисбаланс грузоперевозок, связанный с изменением спроса, остановкой производства и введенными ограничениями. В связи с этим фактором правительства государств и международные организации должны уделять первоочередное внимание поддержанию непрерывности и прочности цепочек поставок.

Преодоление современного кризиса – беспрецедентная задача для управленческой команды всех логистических игроков. Необходимо оперативно подвести итоги всех имеющихся мер господдержки и разработать план дальнейших действий. Для этого потребуются ресурсы целой команды, включая юристов, финансистов, экономистов.

Параллельно с этим сейчас самое время пересмотреть партнерские отношения с контрагентами, условия и обязательства по контрактам, тщательно поработать с оборотным капиталом и ликвидностью.

Список литературы

1. Усикова А.Д. Системный анализ видов и технологий перевозок грузов // тенденции развития науки и образования. 2016. № 19-1. С. 31-33.
2. Коммерческий директор [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kom-dir.ru/article/2136-upravlenie-tsepyami-postavok> (дата обращения: 25.09.2021).

References

1. Usykova A.D. System analysis of types and technologies of cargo transportation // trends in the development of science and education. 2016. No. 19-1. pp. 31-33;
2. Commercial Director [Electronic resource]. URL: <https://www.kom-dir.ru/article/2136-upravlenie-tsepyami-postavok> (accessed: 25.09.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Кулинская Инна Ильинична, Старший преподаватель, Кафедра Государственное право и управление таможенной деятельностью ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

Kulinskaya-inna@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kulinskaya Inna I., Senior lecturer, Department of State law and customs management,

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

Kulinskaya-inna@mail.ru

ORCID: 0000-0002-5743-932X

УДК 656

ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ВОЗНИКНОВЕНИЕ И УРОВЕНЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО РИСКА

Кулинская И.И.

Статья посвящена исследованию уровня логистических рисков и факторов, оказывающих влияние на их возникновение. Проанализированы виды и разнообразие логистических рисков. Определены методы управления логистическими рисками.

Ключевые слова: логистические риски; факторы риска; методы управления

FACTORS INFLUENCING THE OCCURRENCE AND LEVEL OF LOGISTICAL RISK

Kulinskaya I.I.

The article is devoted to the study of the level of logistics risks and factors influencing their occurrence. The types and variety of logistics risks are analyzed. Methods of logistics risk management are defined.

Keywords: logistics risks; risk factors; management methods

На современном этапе развития экономики, в условиях глобализации, риск является неотъемлемой частью функциональной деятельности любого хозяйствующего субъекта различной организационно-правовой формы и отраслевой специфики. Он формируется под воздействием ряда факторов, определить заранее которые довольно проблематично. Это утверждение применительно и к логистической системе, в частности. По этой причине, в значительной степени повышается актуальность выявления возможных факторов риска логистической системы и их подробный анализ.

Рассматривая факторы риска логистической системы, можно отметить, что их довольно много и они зависят в основном от критерия, положенного в основу классификации [1].

Факторы, влияющие на возникновение риска у предприятия внешнеэкономической деятельности:

- объективные;
- внешние и внутренние;
- прямой.
- общие;
- частные;
- специфические.
- индивидуальные, которые непосредственно связаны со специфическими особенностями статуса конкретного субъекта хозяйствования и выполняемым им функциями;
- ситуационные, отражающие особенности и обстоятельства конкретной ситуации.

Такое разделение, по сути, представляет собой разграничение на внутренние и внешние риски, то есть те, которые зависят и не зависят от воли и действий конкретного лица:

- Полностью неконтролируемые;
- Частично контролируемые.

К организационным факторам, оказывающим влияние на уровень логистического риска, относят:

- Увеличение сроков поставок материальных и производственных ресурсов;
- Нехватка производственных материалов;
- Недостаток рабочей силы, срывы планов работ;
- Изменение возможностей заказчика, производителя, поставщика;
- Ошибки планирования, недостаток координации работ;
- Реализация невыгодной стратегии;
- Изменение руководства;
- Банкротство партнеров и другие факторы.

Факторами возникновения рисков ВЭД является микро и макрофакторы, опосредованные и непосредственные, субъективные и объективные, конкретные и общие.

К источникам возникновения рисков ВЭД относятся:

- социальные факторы;
- экологические условия;
- экономические, финансовые и политические факторы;
- модель управления предприятием;
- недостаточное количество информации;
- этнические и региональные проблемы;
- разница в международном законодательстве;
- форс-мажорные обстоятельства;
- неопределенность в деятельности субъектов ВЭД и тому подобное.

Причины возникновения рисков в логистике ВЭД нарушения в деятельности логистических систем [2]:

- ошибки при расчете необходимого объема закупок и комплектации заказов,
- ошибки в управление материальными и сопутствующими потоками,
- нарушение сроков поставок сырья на предприятия,
- увеличение времени транспортировки,
- невыполнение условий договоров,
- низкое качество работы субъектов логистической деятельности (поставщиков, посредников и потребителей),
- порчи материальных ресурсов и потеря ими качественных характеристик,
- нарушения работы основных компонентов деятельности звеньев логистической системы и тому подобное.

Анализ логистических рисков является неотъемлемой частью анализа логистических процессов. Грамотное и своевременное выявление факторов риска логистической системы позволит подойти к возможным неблагоприятным последствиям подготовленными [1].

При этом рисками можно управлять, используя различные мероприятия, которые помогают прогнозировать возможные рисковые события и снизить возможные убытки. Логистической деятельности присущи риски течение логистической цепи, начиная с поставки материальных ресурсов поставщиками и заканчивая доставкой готовой продукции потребителям.

Список литературы

1. Сатникова А.А. Анализ факторов логистического риска // International Scientific Review. 2017. 4 (35). С. 62-64.
2. Плетнева Н.Г. Логистика и управление цепями поставок: учебное пособие / Н.Г. Плетнева, В.С. Лукинский В.В. М: Юрайт, 2018. 431 с.

References

1. Sotnikova A.A. Analysis of logistics risk factors // International Scientific Review. 2017. 4 (35). Pp. 62-64;
2. Pletneva N.G. Logistics and supply chain management: a textbook. / N.G. Pletneva, V.S. Lukinsky V.V. M: Yurayt, 2018. 431 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Кулинская Инна Ильинична, Старший преподаватель, Кафедра
Государственное право и управление таможенной деятельностью
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
Kulinskaya-inna@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kulinskaya Inna I., Senior lecturer, Department of State law and cus-
toms management,
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
Kulinskaya-inna@mail.ru
ORCID: 0000-0002-5743-932X

УДК 332.02

АНАЛИЗ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Ловкова Е.С., Мишачева Е.С.

Статья посвящена анализу бизнес-моделей в современных организациях. В статье рассмотрены менталитетные бизнес-модели, которые отвечают за внутреннюю организацию работы в компании и выделены их основные черты.

Ключевые слова: бизнес-модель; менталитет; стимул; коллаборация

ANALYSIS OF BUSINESS MODELS IN MODERN ORGANIZATIONS

Lovkova E.S., Mishacheva E.S.

The article is devoted to the analysis of business models in modern organizations. The article examines the business models of mentality that are responsible for the internal organization of work in the company and highlights their main features.

Keywords: business model; mentality; incentive; collaboration

На сегодняшний день существует множество различных бизнес-моделей, каждая из которых в чём-то имеет свои отличительные черты. Изобилие бизнес-моделей привело к появлению их различных классификаций по каким-либо отдельным признакам. Одной из наиболее известных считается менталитетная классификация бизнес-моделей. В её рамках выделяется японская, европейская, американская и арабская бизнес-модели.

1) Европейская менталитетная модель. Наиболее характерной отличительной ее чертой является чёткость или структурированность. По-

нимать данное описание следует следующим образом: каждый сотрудник отчётливо знает зону своей ответственности и сферу полномочий. Ещё одной важной чертой является мотивированность сотрудников, а не проявление авторитета. При данной модели в расчёт берётся положение о том, что сотрудник будет лучше выполнять свои обязанности и стараться проявить себя при наличии достаточного стимула.

Данная модель имеет свои подвиды основополагающими параметрами, которых являются характер отношений между руководством и сотрудниками, стиль принятия решений, а также уровень контроля. Известны такие подвиды европейской бизнес – модели как Британская, Французская и Шведская. При этом наиболее жёсткая модель – Французская, а наиболее демократическая – Шведская.

2) Американская менталитетная модель. Отличительной чертой модели является самостоятельность или единоличие. Особенно часто проявляются данные черты при принятии решений, т.е. человек, имеющий право принимать решение по какому-либо вопросу делает это самостоятельно, не прибегая к разговорам с лицами, на которых это решение может повлиять.

3) Японская менталитетная модель. Коллективизм – отличительная черта японской менталитетной модели. В таких компаниях мнение группы главенствует над мнением индивида. В компаниях, действующим по примерам японской модели, большое значение придаётся организационной культуре предприятия или же корпоративной культуре. Менеджеры уделяют много вниманию мероприятиям по укреплению корпоративного духа. Неудивительно, что и начальники, и сотрудники заинтересованы в пожизненной работе в такой компании. Японская модель предполагает, что вести бизнес надо не скачками, а медленно, но верно внедрять всякие улучшения, модернизировать и автоматизировать различные процессы. Главный стимул работы в такой компании зарекомендовать себя как полезного работника и важную часть группы.

4) Арабская менталитетная модель слегка отличается от остальных, например, для неё не выделяется отдельное отличительное качество как таковое, важной в таких компаниях считается личность. Стимулом к работе является желание сотрудников расширить сферу

своих полномочий. В таких компаниях практикуется жёсткая иерархия, эксплуатация в работе личных каналов коммуникативного характера, укрепилась клановость [1].

Менталитетные бизнес-модели не столько отражают то, как непосредственно ведётся бизнес компании, реализация продукции и т.п., сколько отображает, каким образом организован процесс внутренней работы в компании. Первыми данные модели описали Оливер Гасман, Каролин Франкенбергер и Микаэла Шик.

В условиях современности наибольшую популярность имеют следующие виды бизнес-моделей:

- Freemium – данная бизнес – модель предполагает, что приложение имеет какую-то базовую основу: набор функций, которыми можно пользоваться всем бесплатно и расширенный набор функций за определённую плату. Часто компании делают не один, а несколько платных пакетов, в которых комбинируют допуск к различным функциям по определённому направлению, либо используют градационный порядок: каждый новый уровень пакета открывает всё больше новых функций, но стоимость его пользования, соответственно, увеличивается [3].
- Lock-In или иначе «Бритва и лезвие» наиболее часто применяется для товаров частого или бытового применения. Она заключается в том, что первое приобретение товара, служащее основой для дальнейшего пользования, обходится покупателю сравнительно недорого, но при этом дальнейшее пользование им связано с постоянными расходами: дополнительные товары необходимо покупать достаточно часто и их приобретение обходится во внушительную сумму [3].
- Аренда вместо покупки – вещь клиентом не покупается, а берётся в пользование на определённое время. Примечательно, что данная модель работает не только в рамках физических лиц, но и в рамках юридических лиц.
- Подписка – компания занимается реализацией товаров или предоставлением доступа к определённым сервисам чаще всего на регулярной основе, т.е. клиент желает получать доступ к какому-либо сервису.

- Самообслуживание – с точки зрения клиентов позволяет экономить не только денежные средства, но и время, а с точки зрения владельцев компании – получить большую прибыль за счёт обслуживания большего количества клиентов [3].

Таким образом, на сегодняшний момент бизнес-модели не потеряли своей актуальности, на их применение оказывает влияние время, смена технологий, потребительские возможности и спрос. Предприниматели редко используют какую-то единственную модель в «чистом виде», часто компании при ведении бизнеса пользуются диверсификацией. Она представляет собой приём, который позволяет сократить риски предпринимательской деятельности посредством расширения ассортиментного ряда, увеличения количества каналов сбыта, внедрения новых производственных линий и т.п. Вследствие этого достаточно часто применяются различные бизнес – модели для разных каналов сбыта или для организации сбыта каждого из видов товаров или оказания услуги.

Список литературы

1. Ловкова Е.С., Мишачева Е.С. Современные методы управления, используемые организациями малого и среднего предпринимательства в регионах России// Наука Красноярья. 2021. Т. 10. № 1-2. С. 102-107.
2. Гассман, О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: Учебное пособие / Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Москва :Альпина Пабл., 2016. 432 с.
3. 12 прорывных бизнес-моделей, которые изменили рынок [Электронный ресурс] - URL: <https://vc.ru/marketing/55296-12-proryvnyh-biznes-modeley-kotorye-izmenili-rynok>

References

1. Lovkova E.S., Mishacheva E.S. Modern management methods used by small and medium-sized enterprises in the regions of Russia// Science of Krasnoyarsk region. 2021. Vol. 10. No. 1-2. pp. 102-107.
2. Gassman, O. Business models: 55 best templates: Textbook / Gassman O., Frankenberger K., Shik M. Moscow :Alpina Publ., 2016. 432 p.

3. 12 breakthrough business models that have changed the market [Electronic resource] - URL: <https://vc.ru/marketing/55296-12-proryvnyh-biznes-modeley-kotorye-izmenili-rynok>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Ловкова Елена Сергеевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
nikishinaes@yandex.ru

Мишачева Евгения Сергеевна, магистрант 2-го курса кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
Mishacheva.ru@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Lovkova Elena Sergeevna, Associate Professor of the Department of Management and Marketing, Candidate of Economic Sciences
Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletovs
79, Gorky Str., Vladimir, Vladimir region, 600005, Russian Federation
nikishinaes@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-9801-8860

Mishacheva Eugenia Sergeevna, Master's student of the Department of Management and Marketing,
Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletovs
79, Gorky Str., Vladimir, Vladimir region, 600005, Russian Federation
Mishacheva.ru@yandex.ru

УДК 343.35

**РАССЛЕДОВАНИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ КАК ВАЖНАЯ
СОСТАВЛЯЮЩАЯ БОРЬБЫ С ПРОТИВОПРАВНЫМИ
ДЕЯНИЯМИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ
ТАМОЖЕННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ)**

Мешков Д.Н.

Автор обращается к расследованию преступлений как к одной из важных основ борьбы с преступлениями в экономической сфере. На примере работы правоохранительных подразделений таможенных органов по борьбе с преступлениями в этой сфере, обосновывает важность в противодействии и профилактике противоправных деяний в сфере экономики такого этапа процессуальной деятельности как выяснение всех обстоятельств преступного деяния и установлению виновных лиц

***Ключевые слова:** преступления в сфере экономики; таможенные органы; таможенные преступления; расследование преступлений; борьба с экономической преступностью*

**CRIME INVESTIGATION AS AN IMPORTANT
COMPONENT OF THE FIGHT AGAINST ILLEGAL ACTS
IN THE SPHERE OF ECONOMY (ON THE EXAMPLE
OF CUSTOMS CRIMES)**

Meshkov D.N.

The author refers to the investigation of crimes as one of the important foundations of the fight against crimes in the economic sphere. Using the example of the work of law enforcement units of customs authorities in combating crimes in this area, he substantiates the importance of such a stage of procedural activity in countering and preventing illegal acts in the economic sphere as clarifying all the circumstances of a criminal act and identifying the perpetrators

Keywords: *economic crimes; customs authorities; customs crimes; crime investigation; combating economic crime*

Введение

В настоящее время российское уголовное законодательство не содержит определения «таможенного преступления». Только в подп. 29 п. 1 ст. 2 Таможенного кодекса ЕАЭС имеется упоминание категории «преступление», которое представляет собой преступления или уголовные правонарушения, производство по которым отнесено к ведению таможенных органов в соответствии с законодательством государств-членов Союза.

Слово «преступление» используется еще в ряде статей упомянутого кодекса (например, ст.ст. 68, 91, 103, 153, 433 435 и пр.), однако оно употребляется в общем своем смысле с отсылкой к полномочным органам следствия или дознания государств-членов ЕАЭС. В отличие от ныне действующего Таможенного кодекса ЕАЭС, в Таможенном кодексе РФ 1993 года содержался Раздел IX, который назывался «Контрабанда и иные преступления в сфере таможенного дела».

В Главе 34 этого кодекса законодатель сгруппировал по сфере деятельности преступников и закрепил определение таких преступлений как контрабанда, уклонение от уплаты таможенных платежей, незаконные валютные операции. С того момента прошло достаточно времени для выработки уголовной доктриной новых взглядов на отдельные составы преступлений что и было сделано, однако, на наш взгляд, группировка преступных деяний, которая была сделана в Кодексе 1993 года является правильным решением с точки зрения практики применения.

Результаты исследования

Главными направлениями деятельности таможенных структур это обеспечение пополнения бюджета за счет уплаты таможенных платежей, предупреждение таможенных преступлений и административных правонарушений. Согласно данным представленным в отчете Генеральной прокуратуры РФ о состоянии преступности за

2020 год, в таможенной сфере наблюдается как положительная, так и отрицательная динамика по приросту преступлений по отдельным видам. В частности:

- за уклонение от уплаты таможенных платежей, взимаемы с организации или физического лица (ст. 194 УК РФ) зафиксировано 116 преступлений – прирост составил 8,4%;
- за совершение контрабанды сильнодействующих, ядовитых, ... веществ и водных биологических ресурсов (ст. 226¹ УК РФ) возбуждено 624 дела – прирост 89,1%;
- за контрабанду наркотических средств (ст. 229¹ УК РФ) зарегистрировано 93 уголовных дела и в данном случае наблюдается снижение динамики по сравнению с 2019 годом на 40,8%;
- по факту взяточничества (ст.ст. 290-291² УК РФ) было возбуждено 1061 дело, что на 9,1% меньше предыдущего отчетного периода;
- за злоупотребление должностными полномочиями (ст. 285 УК РФ) в отношении сотрудников таможенных органов было возбуждено 99 уголовных дел, что показало прибавку на 15% [1].

По территориальному распределению основная прибавка преступлений в таможенной сфере приходится на Приволжский, Северо-Западный и Центральный Федеральные округа (от 2,1 до 6,9% соответственно). Максимальный показатель по количеству возбужденных уголовных дел, приходится на подразделения по противодействию коррупции Северо-Западного таможенного управления (104) и Центрального таможенного управления (38) [2].

Заключение

Приведенные статистические данные указывают на определенную положительную динамику в приросте таможенных преступлений, совершаемых как общими субъектами таможенных преступлений, так и специальными (сотрудники таможенных органов). Это обозначает высокую важность качества проведения расследования по уголовным делам в таможенной сфере.

Для подтверждения этого довода приведем пример. Так, в результате незаконных действий бывшей сотрудницы таможи бюджету Российской Федерации нанесен ущерб в размере более 35 миллионов 800 тысяч рублей [3]. Этот пример одновременно указывает на то, что действиями всего лишь одного должностного лица федеральному бюджету был причинен столь большой ущерб, а также на то, что расследование устанавливает размер причиненного ущерба и виновное лицо, тем самым, являясь основой борьбы с противоправными деяниями в сфере экономики.

Список литературы

1. Отчет о состоянии преступности в Российской Федерации (лист 37) / Официальный сайт Генеральной прокуратуры РФ [Электронный ресурс]. URL: https://genproc.gov.ru/upload/iblock/925/sbornik_9_2020.pdf (дата обращения 24.11.2021).
2. Информационные материалы о результатах работы подразделений по противодействию коррупции таможенных органов Российской Федерации Официальный сайт ФТС России [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/activity/protivodejstvie-korrupczii/doklady,-otchety,-obzory,-statisticheskayainformacziya/rezul-taty-raboty-upravleniya-po-protivodejstviyu-korrupczii/document/265455> (дата обращения: 25.11.2021).
3. Следователями расследуется уголовное дело о превышении должностных полномочий сотрудником таможи / Официальный сайт Следственного комитета РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://szsut.sledcom.ru/news/item/1522961> (дата обращения 01.11.2021).

References

1. Otchet o sostoyanii prestupnosti v Rossijskoj Federacii (list 37) / Oficial'nyj sajt General'noj prokuratury RF [Elektronnyj resurs]. URL: https://genproc.gov.ru/upload/iblock/925/sbornik_9_2020.pdf (data obrashcheniya 24.11.2021).
2. Informacionnye materialy o rezul'tatah raboty podrazdelenij po protivodejstviyu korrupcii tamozhennyh organov Rossijskoj Federacii Ofi-

- cial'nyj sajt FTS Rossii [Elektronnyj resurs]. URL: <https://customs.gov.ru/activity/protivodejstvie-korruptzii/doklady,-otchety,-obzory,-statisticheskayainformacziya/rezul-taty-raboty-upravleniya-po-protivodejstviyu-korruptzii/document/265455> (data obrashcheniya: 25.11.2021).
3. Sledovatelyami rassleduetsya ugovnoe delo o prevyshenii dolzhnostnyh polnomochij sotrudnikom tamozhni / Oficial'nyj sajt Sledstvennogo komiteta RF [Elektronnyj resurs]. URL: <https://szsut.sledcom.ru/news/item/1522961> (data obrashcheniya 01.11.2021).
 4. Samarskie tamozhenniki presekli kontrabandu magazinov k avtomatu Kalashnikova / Internet-portal «Vse o tamozhne» [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.tks.ru/crime/2021/06/09/04> (data obrashcheniya 02.05.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Мешков Денис Николаевич, доцент, кандидат юридических наук
Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых
ул. Студенческая, 8, г. Владимир, 600005, Российская Федерация
meshkov33@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Meshkov Denis Nikolaevich, Associate Professor, Candidate of Legal Sciences
Vladimir State University
8, Studencheskaya Str., Vladimir, 600005, Russian Federation
meshkov33@mail.ru
ORCID: 0000-0002-1475-2241

УДК 339.564

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ НОВОЙ ОСОБО ОПАСНОЙ
КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ SARS-COV-2***Мешкова К.Н.*

Статья посвящена исследованию основных проблем, а также особенностям кадровой политики страны и Владимирского региона в условиях распространения новой коронавирусной инфекции. Выявлены основные проблемы, возникающие в кадровой политике, пути их решения, а также перспективы развития данной сферы. Произведен анализ функционирования кадровой политики и мероприятий по снижению напряжения, складывающихся в сфере занятости в условиях коронавирусных ограничений.

Ключевые слова: *кадровая политика; социальная сфера; кадры; занятость; рабочая сила*

**PROBLEMS OF PERSONNEL POLICY
DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC
OF A NEW PARTICULARLY DANGEROUS CORONAVIRUS
INFECTION SARS-COV-2***Meshkova K.N.*

The article is devoted to the peculiarities of the personnel policy of the country and the Vladimir region in the conditions prevailing during the pandemic of a new coronavirus infection. The main problems arising in the personnel policy, ways to solve them, as well as prospects for the development of this area are identified. The analysis of the active policy of measures to reduce the tension in the field of employment in the conditions of coronavirus restrictions is carried out.

Keywords: *personnel policy; social sphere; personnel; employment; labor force*

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила вспышку новой особо опасной коронавирусной инфекции SARS-COV-2 пандемией. Многие государства закрывают свои границы, ограничивается количество массовых мероприятий, приостанавливают работу организации сферы общественного питания, туризма, торговые центры. Это неизбежно приводит к снижению деловой активности и бизнес чутко на это реагирует. Большое число организаций были отправлены на выходные, приостановили свою деятельность до особых распоряжений или перешли на удаленный доступ к своим рабочим местам.

Пандемия новой особо опасной коронавирусной инфекции SARS-COV-2, поразившая весь мир сильно ударила и по экономике России. Сложившаяся сложная общемировая ситуация оказывает огромное влияние на все сферы жизни людей и государства в целом.

В период пандемии Правительство Российской Федерации, органы местной государственной власти принимают комплексы мер, направленных на социальную поддержку людей и отдельных сфер экономики. Самоизоляция, запреты и ограничения на передвижение, карантин и т.д. значительно осложняют все процессы кадровой политики, оказывая влияя на работу сотрудников и их настрой на нее.

Учитывая негативные последствия, которые оказывает пандемия, очень важно сохранять высокий уровень социальной поддержки, который мы оказываем нашим сотрудникам, регионам присутствия и различным общественным группам. Кроме этого, важно реализовывать комплекс мер, направленных по обеспечению безопасности сотрудников, изменения в режимах совместной работы, приема пищи, медицинские осмотры и многих других. Ситуация, сложившаяся в связи с распространением коронавирусной инфекции, сказывается на кадровую политику всех организаций и безусловно вносит изменения в процесс управления персоналом. Негативным последствием пандемии в сфере кадровой политики является высокая текучесть кадров, поэтому многие организации принимают меры по оптимизации своих затрат на трудовые ресурсы.

Стоит отметить, что в условиях кризиса кадровая политика организации нуждается в корректировке своей деятельности. В связи с тем, что одной из главных ролей в эффективной работе любой сферы экономики выполняют человеческие ресурсы, поэтому важной задачей является совершенствование системы управления персоналом. Грамотно разработанная и реализованная политика в области кадров направлена на стабильность деятельности и рост конкурентоспособности организации, обеспечение и сохранение команды профессионалов.

Однако, наблюдается ситуация, при которой недобросовестные работодатели используют сложившуюся ситуацию с негативной стороны и в целях сокращения своих расходов на персонал, сокращают заработную плату и вынуждают тем самым к увольнению работников. Что приводит к снижению благосостояния работников.

Весной 2020 года из-за пандемии новой коронавирусной инфекции связи с карантинными ограничениями многие организации приостановили свою деятельность. Как следствие этого повысился уровень напряженности на рынке труда, многие люди потеряли свои источники заработка и столкнулись с проблемой безработицы.

Правительство РФ разработало комплекс мер для поддержания граждан, лишившихся работы из-за пандемии. Минимальный размер пособия по безработице был увеличен до 4,5 тыс. руб., а максимальный повысился до уровня МРОТ и составил 12,13 тыс. руб. Это способствовало резкому росту числа официально зарегистрировавшихся безработных в центрах занятости населения. К примеру, в апреле 2020 года число таких людей выросло на 80%, а в мае ещё на 63% и составило 2,143 млн. человек, среди них 1,9 млн. получали пособие по безработице. Помимо пособия по безработице на федеральном уровне существуют и дополнительные региональные надбавки [1].

По данным Росстата, уровень общей безработицы в период пандемии новой коронавирусной инфекции во Владимирской области за 9 месяцев 2020 года был 5,5%, а за тот же период 2021 года составил 4,1%. Численность занятых в возрасте 15 лет и старше в 2021

году составил 698,7 тыс. чел. Численность безработных граждан по методологии МОТ в тоже время 19,1 тыс. чел. Трудоустроено в течение 10 дней после регистрации на бирже труда 2916 чел., что составляет 16,0% [2].

Численность граждан, работавших в режиме неполной занятости на 1 октября 2020 года составляла 1935 (1935 предприятий), на 1 января 2021 года 1602 (24 предприятия), а на 1 октября 2021 года 739 чел. (12 предприятий).

На базе центра занятости населения Владимирской области граждане могут пройти профобучение. В текущем году его прошли 314 человек, 66 из которых были трудоустроены, 193 стоят на учете в центре занятости. По данным, департамента труда и занятости населения на 18 октября 2021 года Владимирской области 336 выпускников СПО и ВПО обратилось за помощью в трудоустройстве, 189 человек из них были трудоустроены [1].

Таким образом, из-за введения ограничительных мер, вызванных пандемией новой особо опасной коронавирусной инфекции SARS-COV-2, снижение деловой активности в стране, так и в целом в мире, предприятия и организации во всем мире терпят убытки, увеличение безработицы, снижение доходов на душу населения, что касается всех сфер экономики. Ситуацию осложняя высокая неопределенность по срокам, действующих ограничений. В большинстве стран меры поддержки по мере развития ситуации претерпевали изменения. Что касается Владимирской области, то необходимо отметить, что не смотря на существующие трудности в развитии кадровой политике региона в 2021 году наблюдается улучшение ситуации по сравнению с началом пандемии COVID-19, приходящегося на начало 2020 года.

Список литературы

1. Департамент по труду занятости населения Владимирской области. Режим доступа <https://vladzan.ru/content/>
2. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа <https://rosstat.gov.ru/>

References

1. Department of Labor and Employment of the population of the Vladimir region Access mode <https://vladzan.ru/content/>
2. Federal State Statistics Service. Access mode <https://rosstat.gov.ru/>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Мешкова Кристина Николаевна, старший преподаватель кафедры
Бизнес-информатика и экономика
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
kristina_meshkov@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Meshkova Kristina Nikolaevna, Senior Lecturer of the Department of
Business Informatics and Economics
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
kristina_meshkov@mail.ru

УДК 338.3

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Сесорова О.В., Красильникова Ю.С., Антонова В.В.

Статья посвящена вопросам осуществления предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта. Рассмотрена специфика факторов социально-экономического порядка, оказывающих влияние на воспроизводственный процесс в сфере спортивно-зрелищных услуг. Сделаны выводы о тенденциях создания физкультурно-предпринимательских структур в Российской Федерации.

Ключевые слова: менеджмент; физическая культура и спорт

FEATURES OF MANAGEMENT IN THE SPHERE OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT

Sesorova O.V., Krasilnikova Yu.S., Antonova V.V.

The article is devoted to the issues of entrepreneurial activity in the field of physical culture and sports. The specificity of socio-economic factors influencing the reproductive process in the field of sports and entertainment services is considered. Conclusions are made about the trends in the creation of physical culture and entrepreneurial structures in the Russian Federation.

Keywords: management; physical culture and sports

Введение

Спортивный менеджмент представляет собой самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленной на достижение целей физкультурно-спортивной организации, действующей в условиях рынка путём рационального использования материальных, трудовых и информационных ресурсов. Спортивный менеджмент –

это теория и практика эффективного управления организациями спортивной отрасли в рыночных условиях [2].

Методы исследования: анализ и синтез.

Результаты исследования

В цивилизованном обществе существует немало объективных социально-экономических факторов, которые дают преимущества предпринимательству в сфере физической культуры и спорта (далее ФКиС), делают его привлекательным для вложения капитала.

Как известно, экономика физической культуры и спорта относится к сфере услуг. Производство услуг в экономическом смысле – процесс более динамичный, чем производство товаров, имеющих материальную форму. Это обусловлено тем, что в воспроизводственном процессе, который состоится в сфере услуг, отсутствует фаза распределения, а именно производство услуги, как правило, совпадает с потреблением. На занятиях в оздоровительной секции спортсмен совместно с тренером оказывают физкультурно-оздоровительную услугу. Это относится и к спортивно-зрелищной услуге, которая производится во время соревнования спортсменом и одновременно потребляется зрителями. Потребление физкультурно-спортивной услуги значительно сокращает путь от авансирования капитала до получения прибыли, уменьшает время обращения капитала, повышает эффективность его использования. Следует отметить и относительно низкую материалоемкость физкультурно-спортивных услуг. Это означает, что для создания и осуществления предпринимательства в сфере ФКиС требуется значительно меньший начальный капитал, чем в отраслях материального производства.

Обсуждение

Предпринимательство в сфере ФКиС привлекательно для бизнесменов, поскольку имеет немалые преимущества по сравнению с другими сферами экономической деятельности. Процесс производства физкультурно-спортивной услуги – целенаправленное влияние производителя на предмет труда. Последним является психофизио-

логическое состояние человека, воплощающееся в уровне здоровья или спортивной формы. Неправильная методика оздоровительных занятий или тренировки напрямую угрожает здоровью потребителей физкультурно-спортивной услуги.

В связи с этим, предпринимательство в сфере ФКиС могут заниматься лица, обязательно имеющие специальное образование. Законодательство многих стран включает в себя соответствующую юридическую норму. Такая норма есть и в Российской Федерации, показывающая, что к профессиональной деятельности в области ФКиС допускаются лица, имеющие специальное физкультурное образование или специальное обучение, подтвержденное соответствующими документами.

Ухудшение финансового положения или банкротство физкультурно-спортивной фирмы чреваты безусловными отрицательными последствиями для потребителей физкультурно-спортивных услуг.

Следовательно, в сфере физической культуры и спорта цена риска в предпринимательской деятельности очень высока. В отличие от материального производства, где предпринимательский риск можно рассматривать как органический компонент хозяйственной деятельности, в сфере физической культуры он не должен являться обязательным условием предпринимательства.

Если в большинстве отраслей народного хозяйства получение прибыли является обязательным условием и неременным результатом предпринимательской деятельности, то сфера ФКиС имеет существенные отличия. Эта сфера (особенно оздоровительная физическая культура и массовый спорт) производит такие услуги, которые по своему содержанию жизненно необходимы для всех возрастов населения [1].

Исходя из этого, важно обеспечить массовый характер их потребления, что, в свою очередь, возможно только при умеренных ценах на эти услуги. Однако это требование противоречит требованиям прибыльности предпринимательской деятельности. Как показывает мировой опыт предпринимательства в сфере ФКиС, данное противоречие может быть устранено путем предоставления соответствующей

щим физкультурно-спортивным фирмам статуса некоммерческих организаций. Это значит, что определяющим мотивом деятельности такой организации является не максимизация прибыли, а деятельности такой организации является не максимизация прибыли, а более полное обеспечение потребностей населения в высококачественных физкультурно-спортивных услугах. Полученную прибыль используют исключительно для развития организации, для укрепления ее материально – технической базы. Он не может быть распределен ни между собственниками организации, ни между ее работниками.

Заключение

Следует отметить, что в Российской Федерации наметились тенденции создания физкультурно-спортивных предпринимательских структур, которые базируются преимущественно на корпоративной и акционерной собственности закрытого типа. В то же время специфика формирования рыночной среды в сфере физической культуры и спорта России делает более привлекательным и эффективным создание предпринимательских структур согласно западноевропейской модели классического спортивного клуба.

Список литературы

1. Яшкова Е.В., Синева Н.Л., Голубкова М.А., Завиялова Ю.М. Роль эмоционального интеллекта в профессиональной деятельности менеджера // Перспективы науки и образования. 2017. № 6 (30). С. 41-44.
2. Челнокова Е.А., Агаев Н.Ф., Тюмасева З.И. Формирование мотивации студентов к занятиям физической культурой и спортом в высшей школе // Вестник Мининского университета. 2018. № 6. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2018-6-1-6> (дата обращения 10.11.21)

References

1. Yashkova Ye.V., Sineva N.L., Golubkova M.A., Zaviyalova YU.M. Rol' emotsional'nogo intellekta v professional'noy deyatel'nosti menedzhera // Perspektivy nauki i obrazovaniya. 2017. № 6 (30). S. 41-44.

2. Chelnokova Ye.A., Agayev N.F., Tyumaseva Z.I. Formirovaniye motivatsii studentov k zanyatiyam fizicheskoy kul'turoy i sportom v vysshey shkole // Vestnik Mininskogo universiteta. 2018. № 6. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2018-6-1-6> (data obrashcheniya 10.05.21).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Сесорова Ольга Владимировна, ст. преп. кафедры физической культуры
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н.Новгород, 603950, Россия
Sesorova1974@mail.ru

Красильникова Юлия Андреевна, ст. преп. кафедры физической культуры
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н.Новгород, 603950, Россия
Krasiljuliapocht@yandex.ru

Антонова Вера Владимировна, студент
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н.Новгород, 603950, Россия
Ververa98.09@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Sesorova Olga Vladimirovna, Senior Lecturer of the Department of Physical Culture
Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
Sesorova1974@mail.ru
ORCID: 0000-0002-1225-0985

Krasilnikova Julia Andreevna, Senior Lecturer, Department of Physical Culture

Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University

1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia

Krasiljuliapocht@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-0186-6298

Antonova Vera Vladimirovna, student

Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University

1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia

Ververa98.09@mail.ru

УДК 316.4

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА В ЭПОХУ БЫСТРЫХ ПЕРЕМЕН

Синева Н.Л., Зотова В.А., Феофанова Т.Д.

Широко известный и применяемый компетентностный подход в формировании и управлении человеческими ресурсами в эпоху цифровизации экономики претерпевает изменения. Авторами статьи поднимается вопрос о неоднозначности понимания реализуемых компетенций персонала организаций в условиях быстрых перемен и сопротивления изменениям. Отмечена тенденция переноса фокуса внимания со специальных на универсальные компетенции.

Ключевые слова: цифровая экономика; компетенции; персонал

TO THE QUESTION OF THE FORMATION OF PERSONNEL'S COMPETENCIES IN THE EPOCH OF RAPID CHANGE

Sineva N.L., Zotova V.A., Feofanova T.D.

The widely known and applied competence-based approach in the formation and management of human resources in the era of digitalization of the economy is undergoing changes. The authors of the article raise the question of the ambiguity of understanding the realized competencies of the personnel of organizations in the context of rapid change and resistance to change. The tendency of shifting the focus of attention from special to universal competences is noted.

Keywords: digital economy; competencies, personnel

Введение

В настоящее время эксперты в области управления человеческими ресурсами поднимают вопрос о тотальной автоматизации процессов, ранее реализуемых и выполняемых персоналом организации, отмечая, что повсеместное развитие цифровых технологий отнюдь не приведет к цифровизации мировой экономики и,

экономики России в частности. Наоборот, вследствие глобально-го исключения человеческой составляющей из многих процессов, может привести к резкому возрастанию ценности нематериальных факторов производства, как результата интеллектуального труда персонала, а специфические его характеристики будут особенно ценны и востребованны в силу их уникальности и неповторимости.

Методы исследования: ретроспективный анализ.

Результаты исследования

Особые условия современной российской экономики являются одной из важных предпосылок возрастания степени важности человеческого фактора. Авторами статьи поведено исследование, которое установило, что человеческий фактор, по мнению практиков HR имеет решающее значение даже в условиях, приближенных к форс-мажору и кризису компании. Именно в таких условиях становятся нормой ожидания, предъявляемые организацией, в отношении индивидуальной эффективности и результативности персонала, проявляющиеся в специфике проявления сформированных компетенций в будущем компании.

Интересным в настоящем исследовании представляется то, что руководство компаний обращает внимание на то, что существующий разрыв между сформированными компетенциями, применяемыми в текущей деятельности организаций, и компетенциями, которые будут необходимы в будущем, необходимо заранее сокращать, поскольку именно сформированные компетенции будущего будут являться проводниками предстоящих изменений и перемен.

Обсуждение

Насущный вопрос о трансформации образовательной сферы, формирующей компетенции персонала для настоящего времени, получает продолжение в период пандемии COVID-19, поскольку прогнозные данные подготовки персонала с требуемыми компетенциями во многих сферах деятельности утратили свою значимость.

Новый формирующийся цифровой мир требует новых цифровых навыков, более широкий спектр не узкоспециализированных, а универсальных компетенций, не просто практических навыков

в определенной области теоретического и практического знания, а навыков фундаментального характера. В связи с актуальностью озвученной проблемы встает вопрос о том, как абсолютизировать, истинно сформулировать и в каких терминах описать формируемые компетенции. Авторы настоящей статьи предлагают систематизировать подходы к формированию понятия компетенций будущего.

Таблица 1.

Анализ подходов к определению компетенций будущего

Автор/ компания	Определение
Международная консалтинговая компания «Deloitte»	«Устойчивые человеческие способности» – стойкие, проявляемые вне зависимости от контекста, качества личности; привычные навыки
Global Education Futures и WorldSkills Russia	Компетенции представляют собой «марешку», наружная часть которой – это контекстные (привычные) навыки; средняя – кросс-контекстные (мягкие) навыки; центр – экзистенциальные (долговременные, применимые в течение жизни в разных контекстах личности) навыки
Доклад Всемирного экономического форума (2015)	Компетенции – черты характера личности (лидерство, любопытство, адаптивность, осознанность и пр.)
Отчет Всемирного банка (2018)	Компетенции – когнитивные, практические и социально-эмоциональные навыки личности
Доклад Азиатского общества (2016)	Компетенции – система когнитивных, межличностных и внутриличностных навыков.

Обобщая вышесказанное, авторы статьи выделяют следующие существенные характеристики универсальных навыков: не ограничены конкретной задачей или ситуацией; необходимы каждому человеку для личного и карьерного развития, вовлеченности в социальную и гражданскую жизнь; развиваются в течение всей жизни, в том числе с помощью различных форм обучения (формального, неформального); одинаково ценны; взаимосвязаны друг с другом.

Специфика каждой, отдельно взятой организации, может предполагать любое необходимое количество универсальных навыков, однако, авторы ограничивают их тремя основными блоками: социальная компетентность (способность сотрудничать, взаимодействовать, вести переговоры и т. д.); компетентность мышления (способность понимать

и анализировать, системное мышление, решение сложных задач, инновационное и креативное мышление и т. д.); компетенция внутриличностного взаимодействия (саморегуляция, самоконтроль, самоорганизация).

Заключение

Таким образом, подобное расхождение в формировании понятийного аппарата отражает тенденцию отказа от прикладных умений в пользу универсальных навыков, вне зависимости от их специфического названия, определяемыми человеческими и внутриличностными способностями, чертами характера.

Список литературы

1. Вайндорф-Сысоева М.Е., Пчелякова В.В. Перспективы использования цифрового следа в образовательном и научном процессах // Вестник Мининского университета. 2021. № 3. Том 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-3-1> (дата обращения 2.10.21).
2. Зорина М.А. Трансформация компетенций в условиях цифровизации экономики // В сборнике: Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всероссийской научно-методической конференции. 2019. С. 2660-2664.

References

1. Vayndorf-Sysoyeva M. Ye., Pchelyakova V.V. Perspektivy ispol'zovaniya tsifrovogo sleda v obrazovatel'nom i nauchnom protsessakh // Vestnik Mininskogo universiteta. 2021. № 3. Tom 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-3-1> (data obrashcheniya 1.10.21).
2. Zorina M.A. Transformation of competencies in the context of digitalization of the economy // In the collection: University complex as a regional center of education, science and culture. Materials of the All-Russian Scientific and Methodological Conference. 2019.S. 2660-2664.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Синева Надежда Леонидовна, доцент, кандидат пед. наук, доцент
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина

*ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
sinevanl2015@gmail.com*

Зотова Вера Александровна, доцент, кандидат тех. наук
*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический
университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
vera.zotova.1960@mail.ru*

Феофанова Татьяна Дмитриевна, студент
*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический
университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
na.ffan15@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Sineva Nadezda Leonidovna, candidate of pedagogical sciences, as-
sociate professor
*Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
sinevanl2015@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7766-6017*

Zotova Vera Aleksandrovna, associate professor, candidate of techni-
cal sciences
*Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
vera.zotova.1960@mail.ru
ORCID: 0000-0002-7801-8345*

Feofanova Tatyana Dmitrievna, student
*Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
na.ffan15@mail.ru*

УДК 330

B2B ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ЭМПАТИИ**Синева Н.Л., Яшкова Е.В., Соколов В.А.**

В статье обсуждается новый подход к B2B с позиции реализации принципов гуманизма и эмпатии в выстраивании отношений между клиентом и продавцом. Раскрывается роль современных платформ обработки информации о потребителях для реализации цифровой эмпатии, автоматизирующей процесс принятия стратегических решений в бизнесе.

Ключевые слова: B2B; цифровые технологии; эмпатия

B2B FOR DIGITAL EMPATHY**Sineva N.L., Yashkova E.V., Sokolov V.A.**

The article discusses a new approach to B2B from the perspective of implementing the principles of humanism and empathy in building relationships between a customer and a seller. The role of modern platforms for processing information about consumers for the implementation of digital empathy, which automates the process of making strategic decisions in business, is revealed.

Keywords: B2B; digital technology; empathy

Введение

Отношения B2B по своей природе сложны, поскольку на кону стоит высокая стоимость и репутация компании; рабочие места окажутся под угрозой, если сделки пойдут не так. Тем не менее, несмотря на эти и другие сложности, B2B по своей сути всегда был ориентирован на людей.

Методы исследования: анализ, синтез.

Результаты исследования

Цифровые достижения влияют на то, как люди совершают покупки для себя. Многие традиционные механизмы взаимоотношений B2B

(печатные каталоги продуктов и спецификации, счета, повторяющиеся телефонные звонки от торговых представителей), могут показаться архаичными, неэффективными и раздражать клиентов. Однако, принимая на вооружение стратегии и возможности, ориентированные на потребителя, ведущие компании B2B успешно завоевывают клиентов. Для руководителей преимущества предоставления лучшего в своем классе обслуживания клиентов проявляются в их чистой прибыли.

Авторы статьи выделили ключевые подходы, используемые ведущими компаниями для гуманизации взаимодействия B2B, среди которых: выполнять каждое обещание, данное клиентам; приоритет эмпатии путем объединения человеческой и цифровой обратной связи [1], чтобы почувствовать изменения в поведении, а затем помочь обеспечить своевременную и адекватную реакцию; калибровка сроков и содержания, чтобы отразить совершенно разные способы, которыми клиенты хотят взаимодействовать с продавцами; персонализация каждого действия с помощью цифровых инструментов для понимания ожидания клиентов и принятия решений, защищающих их конфиденциальность и снижающих риски.

Необходимо понять, как рациональные и эмоциональные факторы влияют на принятие решений, и как создается и укрепляется доверие на протяжении всего жизненного цикла клиентов B2B.

Обсуждение

Любым B2B-отношениям присущ набор обещаний, ориентированных на качество товаров и услуг, прозрачные и справедливые цены, предсказуемые сроки выполнения, точные даты доставки, простую интеграцию продуктов и т.д. При ранжировании самого важного атрибута клиентского опыта доверие занимает первое место в списке, как для продавцов, так и для потребителей, второе – надежность. Когда доверие подрывается, клиенты B2B прекращают отношения с этим брендом – гораздо больше, чем в B2C. Для покупателей выбор ненадежного или ненадежного поставщика может сорвать крупные корпоративные проекты, разрушить карьеру и нанести ущерб репутации компании. Помимо высоких ставок, присущих отношениям B2B, пандемия коронавируса усилила важность завоевания и сохранения доверия. Уста-

новление заслуживающих доверия отношений с клиентами зависит от способности компании не только реагировать на то, что говорят клиенты, но и предвидеть то, что они хотят и в чем они нуждаются дальше, и облегчать свою работу с помощью продуктов, коммуникаций и услуг.

Сочувствие уже давно считается жизненно важным, но неуловимым X-фактором в бизнесе. Большинство продавцов B2B осознают необходимость сопереживания своим клиентам, многие склонны рассматривать сочувствие только как личную реакцию, а не как системный подход, поддерживаемый технологиями [2]. Лидеры B2B хорошо разбираются в силе цифровой эмпатии и гораздо чаще, чем отстающие, используют цифровые технологии и данные для упреждающей автоматизации чутких решений для нужд клиентов.

Как и доверие, отсутствие сочувствия может иметь неоднозначные последствия для бизнеса. Ставя во главу угла сочувствие, лидеры B2B могут общаться с клиентами персонализированными способами, а не с помощью универсального охвата и единообразных коммуникаций. Таким образом, современные технологии позволяют продавцам проявлять сочувствие, например, узнавая, когда и как предлагать бесплатные услуги, которые обычно требуют оплаты, или автоматически предоставлять более гибкие условия оплаты. Пять человеческих чувств являются неоспоримым компонентом эмпатии. Компании B2B, осознающие это, выделялись, инвестируя в возможности дизайна, необходимые для создания цифровых инструментов, которые воспринимают изменения в поведении клиентов и обеспечивают ответы, часто быстрее и точнее, чем люди. Платформы нового поколения обрабатывают обширный массив данных о клиентах – модели покупок, дни рождения, обращения в службу технической поддержки, посещаемость конференций и выставок, активность веб-сайтов и ответы на опросы, чтобы обеспечить точный и всеобъемлющий портрет потребностей каждого человека.

Полученные данные позволяют использовать преимущества новых показателей, помогают поддерживать отношения в режиме реального времени, без зависимости от ретроспективных показателей. К ним относятся показатели отклика, показатели осведомленности и заинтересованности, а также оценки состояния клиентов, которые

сигнализируют о статусе («здоровье») взаимоотношений между поставщиком и покупателем.

Заключение

Более проактивный подход к технологиям и данным, которые их поддерживают, может помочь реализовать реальный потенциал новых способов взаимодействия с клиентами, создать эмоционально интеллектуальное предприятие, которое может улавливать, реагировать на потребителя и обслуживать их надежными способами, внушающими доверие.

Список литературы

1. Вайндорф-Сысоева М.Е., Пчелякова В.В. Перспективы использования цифрового следа в образовательном и научном процессах // Вестник Мининского университета. 2021. № 3. Том 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-3-1> (дата обращения 1.10.21).
2. Теймуров С.Ф. Использование интернет-маркетинга в продвижении услуг на рынке B2B // Наукосфера. 2021. № 2-2. С. 163-169.

References

1. Weindorf-Sysoeva M.E., Pchelyakova V.V. Prospects for the use of digital footprint in educational and scientific processes // Vestnik of Minin University. 2021. No. 3. Volume 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-3-1> (date of access 1.10.21).
2. Teymurov S.F. Ispol'zovaniye internet-marketinga v prodvizhenii uslug na rynke V2V // Naukosfera. 2021. № 2-2. S. 163-169.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Синева Надежда Леонидовна, доцент, кандидат пед. наук, доцент
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
sinevanl2015@gmail.com

Яшкова Елена Вячеславовна, доцент, кандидат педагогических наук,
доцент кафедры инновационных технологий менеджмента

ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
Elenay2@yandex.ru

Соколов Виктор Алексеевич, кандидат технических наук, доцент кафедры математики и естественнонаучных дисциплин *ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет»*
ул. Октябрьская, 22а, г. Княгинино, Нижегородская обл., 606340, Россия
sokolov_nn@rambler.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Sineva Nadezda Leonidovna, candidate of pedagogical sciences, associate professor
Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
sinevan12015@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7766-6017

Yashkova Elena Vyacheslavovna, associate professor, candidate of pedagogical sciences
Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
Elenay2@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-5160-366X

Sokolov Viktor Alekseevich, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Mathematics and Natural Sciences *Nizhny Novgorod State Engineering and Economic University*
22a, Oktjabrskaya Str., Knyaginino, Nizhny Novgorod region, 606340, Russia
sokolov_nn@rambler.ru

УДК 332.024

ЭЛЕМЕНТЫ КОНЦЕПЦИИ КОМПЛЕКСНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА НА БАЗЕ СОЗДАНИЯ СИТУАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ

Трунин Г.А.

В статье рассмотрены обязательные элементы цифровой платформы обеспечения комплексной безопасности региона, которые должны учитываться при создании ситуационных центров в регионах.

Ключевые слова: *безопасность; цифровизация региона; регион; ситуационный центр; комплексная безопасность*

ELEMENTS OF THE CONCEPT OF INTEGRATED SECURITY OF THE REGION BASED ON THE CREATION OF SITUATIONAL CENTERS

Trunin G.A.

The article discusses the mandatory elements of the digital platform for ensuring the integrated security of the region, which should be taken into account when creating situational centers in the regions.

Keywords: *security; digitalization of the region; region; situation center; integrated security*

В рамках цифровизации государственного управления и повышения эффективности управления на региональном и местных уровнях проводится глубокая модернизация сложившейся системы управления.

В результате серии обсуждений с различными службами и изучении их стратегий, а также зарубежного опыта организации ситуационных центров удалось выделить ключевые блоки, которые приведены на рисунке 1.

Деятельность ситуационного центра в рамках обеспечения безопасности региона формируется десятью ключевыми направлениями, которые в дальнейшем могут быть уточнены и детализированы. Общим элементом создания ситуационного центра была выбрана комплексная безопасность региона.

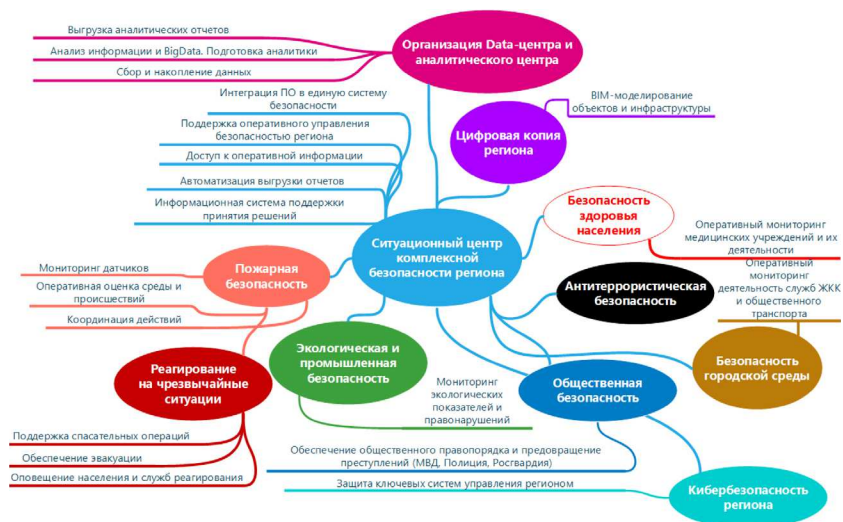


Рис. 1. Элементы комплексной безопасности региона в рамках организации ситуационного центра

Цифровая копия региона включает в себя формирование баз данных ВМ-моделей строительных объектов и инфраструктуры с детализацией до инженерных решений и дополнительных моделей расположения различных датчиков и систем наблюдения. Это поддерживающая подсистема, обеспечивающая общее функционирование СЦКБР.

За *безопасность здоровья населения* отвечают медицинские учреждения региона, деятельность и оперативное управление которыми может выполняться из ситуационного центра. Более того, может проводиться мониторинг наполняемости больниц и нагрузки на поликлиники с оценкой ситуации в реальном времени.

Общественная безопасность возлагается на ряд служб и включает в себя деятельность МВД [4], ГИБДД, Росгвардии и ряда иных

служб. Деятельность этих служб может координироваться посредством контроля движения трафика города, осуществляться оперативно розыскная деятельность благодаря размещаемым в городе системам наблюдения.

Антитеррористическая безопасность осуществляется специальными службами и должна поддерживаться ситуационным центром посредством перехвата контроля управления посредством введения особого распоряжения, а также обеспечения скрытого доступа к базам данным и системам наблюдения для проведения расследований и спецопераций.

Кибербезопасность региона является новой политикой любого ситуационного центра комплексной безопасности региона (СЦКБР) и призвана обеспечить защиту баз данных и ключевых объектов инфраструктуры, а также проводить аналитику уязвимостей системы, противодействовать и предотвращать кибератаки на подконтрольные объекты.

Экологическая и промышленная безопасность включает в себя такие элементы как контроль качества воды, воздуха, радиационного и электромагнитного воздействия и т.д., а также мониторинг с воздуха (наблюдение с дронов и аэрофотосъемка) различных чрезвычайных ситуаций и загрязненности, включая мониторинг пожарной обстановки. В перспективе именно мониторинг выбросов CO₂ должен стать одной из ключевых функций

Безопасность городской среды включает в себя мониторинг деятельности служб ЖКХ (водоснабжение, теплоснабжение, снегоуборка и прочее), движения общественного транспорта, план и факт ремонтных работ и прочие данные использования инфраструктуры поселений.

Пожарная безопасность и ликвидация ЧС входит в широкий блок компетенций служб МЧС. При этом важно обеспечить оперативный мониторинг датчиков пожарной безопасности и состояния пожарной инфраструктуры.

Реагирование на ЧС выделено в отдельный блок, т.к. требует координация действий нескольких служб в зависимости от ситуа-

ции. В комплекс этой системы должно входить оповещение населения (голосовое и SMS-оповещение, рассылка планов эвакуации и действий и т.д.), поддержка спасательных операций (выгрузка BIM-моделей и планов действий, запуск автоматических систем реагирования и прочее), обеспечение эвакуации (автоматическое открывание запасных выходов, блокировка электропитания зданий и прочие действия).

Организация Data-центра и аналитического центра. Данный центр должен взять на себя функции по обеспечению комплексного анализа данных со всех входных каналов, накоплению и сохранности данных, а также внедрению интеллектуальных систем обработки и поддержки принятия решений. Важной составной частью работы центра должно стать выгрузка отчетов о деятельности отдельных служб, а также выпуск специальных рекомендаций по повышению эффективности работы. Аналитические отчеты выступают в роли обратной связи и обеспечивают повышение эффективности работы всех заинтересованных сторон и ситуационного центра в целом.

Список литературы

1. Гордеева А.В., Закинчак А.И. Управление безопасностью жизнедеятельности в социальных и экономических системах // Пожарная и аварийная безопасность. 2016. №1(1). С. 77-85.
2. Жигадло В.Э. Особенности интеграции ситуационных центров субъектов федерации в систему распределенных ситуационных центров. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36569962> (дата обращения 02.12.2021).
3. Любимов Б.О. Системное проектирование ситуационного центра. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16690998> (дата обращения 02.12.2021).
4. Лукашов Н.В. Об организации использования центров оперативного управления (ситуационных центров) в системе управления органами внутренних дел. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42521640> (дата обращения 02.12.2021).

References

1. Gordeeva A.V., Zakinchak A.I. Life safety management in social and economic systems // Fire and emergency safety. 2016. No.1(1, pp. 77-85.
2. Zhigadlo V.E. Features of integration of situational centers of the subjects of the Federation into the system of distributed situational centers. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36569962> (accessed 02.12.2021).
3. Lyubimov B.O. System design of the situation center. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16690998> (accessed 02.12.2021).
4. Lukashov N.V. On the organization of the use of operational management centers (situational centers) in the management system of internal affairs bodies. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42521640> (accessed 02.12.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Трунин Григорий Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансовое право и таможенная деятельность» *Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия*
trunin_gr@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Trunin Grigory Aleksandrovich, Ph. D., associate Professor of the Department of Financial law and customs *Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
trunin_gr@mail.ru
ORCID: 0000-0002-0035-0903

УДК 339.564

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ В МАРКЕТИНГЕ

Пылаева А.С.

В статье анализируются современные проблемы, возникающие в маркетинговой деятельности компаний. Дано определение маркетинга, выявлена основная цель и задачи. Выделены пять основных проблем современного маркетинга и предложены мероприятия по их устранению.

***Ключевые слова:** маркетинг; цифровой маркетинг; маркетинговые проблемы; бизнес; реклама; стратегия*

ANALYSIS OF CONTEMPORARY PROBLEMS IN MARKETING

Pylaeva A.S.

The article analyzes modern problems arising in the marketing activities of companies. The definition of marketing is given, the main goal and objectives are revealed. Five main problems of modern marketing are highlighted and measures are proposed to eliminate them.

***Keywords:** marketing; digital marketing; marketing problems; business; advertising; strategy*

Под маркетингом понимаются любые действия, предпринимаемые компанией для привлечения аудитории к продукту или услугам компании с помощью высококачественных сообщений. Маркетинг направлен на предоставление отдельной ценности потенциальным клиентам и потребителям через контент с долгосрочной целью демонстрации ценности продукта, укрепления лояльности к бренду и, в конечном итоге, увеличения продаж.

Маркетинг берет свое начало с 1950 года. В то время люди начали использовать для рекламы не только печатные СМИ, но и телевидение. В скором времени, когда интернет стал доступен для каждого человека, маркетологи начали использовать и этот ресурс.

Фактически, основная цель маркетинга – привлечь потребителей к вашему бренду с помощью обмена сообщениями. В идеале такой обмен сообщениями будет полезен и образован для вашей целевой аудитории, чтобы вы могли превратить потребителей в потенциальных клиентов.

Маркетинг включает в себя разработку и анализ продукта, исследование рыночной ситуации, стратегию продаж, связи с общественностью и поддержку клиентов. Сегодня маркетинг необходим на всех этапах движения товара: от стадии его разработки, до покупки конечным потребителем.

Поскольку сфера маркетинга продолжает меняться и развиваться, идти в ногу со временем может оказаться сложной задачей. Менеджеры по маркетингу сталкиваются с проблемой управления и организации своих маркетинговых команд и стратегий для успешной работы на всех доступных направлениях маркетинга - а их много.

С таким количеством аспектов, о которых нужно подумать, и с таким количеством шагов, постоянно растет число областей, в которых вещи начинают рушиться, а маркетинговые стратегии переходят от потенциального успеха к очевидному провалу.

Существуют определенные маркетинговые препятствия, с которыми почти каждая отрасль сталкивается в то или иное время. Выделяют пять основных маркетинговых проблем:

1. Отсутствие четкой стратегии.

Исследования показывают, что около 50% компаний, использующих цифровой маркетинг, не имеют плана или стратегии. Это означает, что половина всех предприятий и организаций, использующих цифровой маркетинг, буквально не имеют единого плана для достижения своих целей. Для преодоления данной проблемы необходимо выбрать четкие и целенаправленные маркетинговые цели, а также создать четкую, последовательную стратегию, ориентированную на эти цели.

Наличие четкой стратегии для работы открывает диалог и предлагает идеи для улучшения общей стратегии, что приведет к более эффективному достижению целей. Он также предоставляет руководство для членов команды и позволяет им узнать, как их обязанности влияют на общий план. Это в конечном итоге укрепляет подотчетность, а также отношения между продажами и маркетингом.

2. Нехватка времени и ресурсов.

Маркетологи тратят менее 20 процентов своего времени на дорогостоящую работу. Остальные 80 процентов они использовали для решения других задач, таких как встречи, администрирование и ответы на электронные письма.

Это оставляет меньше времени, чтобы сосредоточиться на более значимых действиях, которые могут негативно повлиять на общий маркетинг бизнеса.

Использование системы управления проектами позволяет сократить время и энергию, затрачиваемую на различные виды деятельности. Это также поможет более эффективно расставлять приоритеты. Четкий и эффективный процесс позволяет вам выполнять маркетинговые действия быстрее или делегировать их другому члену команды.

3. Определение целевой аудитории.

Определить личность покупателя и на самом деле внедрить эти знания в маркетинговую стратегию – большая проблема. Требуется сочетание аналитического мышления, серьезных исследований, креативности и психологии, чтобы разработать стратегию, которая будет говорить с клиентами актуальным и убедительным образом.

Некоторые компании считают, что их аудитория определена, но не все в их маркетинговой стратегии действительно соответствует этому человеку.

Использование образа покупателя для связи с деятельностью компании позволяет сократить количество обобщений и абстрактных идей, которые в конечном итоге могут оказаться неэффективными. Вместо этого компания будет больше сосредоточена на потребностях и желаниях реального человека.

4. Адаптация к тенденциям.

Неспособность адаптироваться в мире цифрового маркетинга – это смерть для любой организации. Алгоритм поиска Google обновляется несколько раз в неделю. То, что сейчас популярно в социальных сетях, завтра станет старыми новостями. Сегодняшнее новое приложение будет забыто к следующему месяцу.

Жажда новых знаний очень важна в маркетинге, потому что компании должны быть готовы исследовать и анализировать новые идеи и методы. Затем необходимо интегрировать наиболее актуальные тенденции в свой собственный маркетинг.

5. Рентабельность инвестиций.

Демонстрация рентабельности инвестиций (ROI) маркетинговой деятельности является препятствием №1 для маркетологов. Маркетинг в значительной степени полагается на продажи для заключения сделок. Без совместной работы возможностей маркетинга и отчетности о продажах рассчитать рентабельность инвестиций чрезвычайно сложно.

Таким образом, можно сказать, что решение этих распространенных маркетинговых проблем может оказать положительное влияние на бизнес в целом. Сосредоточив внимание на стратегии и результатах, компания станет более эффективной и действенной.

Список литературы

1. Валько Д.В. Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий: монография / Валько Д.В. Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. С. 76-79.
2. Егорова М.М. Маркетинг: учебное пособие / Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г. Саратов: Научная книга, 2019. С. 119-123.
3. Четвертаков И.М. Экономика, организация и основы маркетинга АПК: учебное пособие / Четвертаков И.М. Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017. С. 24-28.

References

1. Valko D.V. Relationship marketing in the consumer e-commerce market: a conceptual approach and tools for network interactions: monograph / Valko D.V. Chelyabinsk, Saratov: South Ural Institute of Management and Economics, IP Er Media, 2019. S. 76-79.
2. Egorova M.M. Marketing: textbook / Egorova M.M., Loginova E.Yu., Shvaiko I.G. Saratov: Scientific book, 2019. S. 119-123.
3. Chetvertakov I.M. Economics, organization and marketing fundamentals of the agro-industrial complex: textbook / Chetvertakov I.M. Voronezh: Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter the Great, 2017. S. 24-28.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Пылаева Александра Сергеевна, ассистент кафедры Государственное право и управление таможенной деятельностью
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
aspylaeva16@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Pylyeva Aleksandra Sergeevna, assistant at the Department of State law and management of customs activities
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
aspylaeva16@gmail.com

УДК 339.977

ESG-ФАКТОРЫ КАК ДРАЙВЕРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ И ШАГ В СТОРОНУ ОТ УГЛЕРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

Трунин Г.А.

В статье обобщены ESG-факторы и рассмотрено их влияние на экономику России в контексте стимулирования развития инновационной деятельности и ухода от углеродной зависимости России.

Ключевые слова: ESG; экономика России; инновационная экономика; не углеродная экономика; ESG инвестиции

ESG FACTORS AS DRIVERS OF TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN ECONOMY AND A STEP AWAY FROM THE CARBON ECONOMY

Trunin G.A.

The article summarizes ESG factors and examines their impact on the Russian economy in the context of stimulating the development of innovation and avoiding carbon dependence in Russia.

Keywords: ESG; Russian economy; innovative economy; non-carbon economy; ESG investments

В последние годы высокую популярность набирает ESG-подход к оценке деятельности коммерческого сектора, а также происходит попытка оценки деятельности стран через принципы ESG-критериев. Важно отметить, что вопросы ESG-трансформации компаний стали популярны на фоне возрастающей активности публикаций компаниями нефинансовой отчетности и активного внедрения принципов корпоративной социальной ответственности [1]. Кроме того, ESG-подход стал основой для обсуждения проблем изменения климата

в Глазго в 2021 году и эффективности выполнения Парижского соглашения по сокращению выбросов парниковых газов.

ESG-подход стал особенно популярен как инструмент оценки рисков, инвестиций и стоимости ценных бумаг на долгосрочную перспективу. Более того, появился даже индекс S&P 500 ESG. Все это свидетельствует о росте интереса мирового сообщества к дополнительным критериям оценки как компаний, так и государственного сектора. При этом при оценке государственного управления большое внимание уделяется вопросам вовлеченности граждан в процессы управления страной [2].

Становится очевидным, что развитие экономики стран будет претерпевать изменения в ближайшее десятилетие, что обусловлено развивающимися принципами ESG-инвестирования [3]. Ключевые факторы ESG-подхода представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Ключевые ESG-факторы

Инвестиции являются стимулирующим фактором экономического роста, а включение в практику оценки проектов помимо инвестиционных показателей, в обязательном порядке ESG-факторов, приведет к постепенному пересмотру парадигмы всего экономического развития страны. Этот процесс уже происходит, но наблюдается явная задержка между российскими инициативами и подходами развитых стран.

Рассмотрим пример влияния только экологических факторов на общую бизнес-модель России. В Глазго (2021 г.) обсуждались вопросы введения дополнительного налогообложения в странах ЕС товаров, ввозимых из стран, которые превышают квоты на выбросы парниковых газов, а также экономического стимулирования стран, стремящихся минимизировать соответствующие выборы (у России в этом случае высокий потенциал, обусловленный большим количеством лесонасаждений). Кроме того, предлагались экономические модели по перепродаже соответствующих квот между странами.

Эти изменения могут запустить цепочки преобразований, которые подхлестнут как на правовом уровне, так и на уровне отдельных отраслей и компаний активное инвестирование в «зеленные» технологии и минимизацию выбросов парниковых газов. Экономический механизм перепродажи квот на выбросы подтолкнет Правительство РФ внести изменения в налоговый кодекс и другие акты, стимулировав экономических агентов к более активной позиции и поощряя проявление ESG-инициатив. С другой стороны, углеродноориентированная экономическая модель России подвергнется серьезному давлению, вынуждая переходить к новым бизнес-моделям работы.

Другим большим направлением является повышение открытости корпоративного управления и внедрение принципов устойчивого развития. Многочисленные исследования показывают связь между стоимостью акций и качеством корпоративного управления.

Заключительным направлением развития ESG-подхода является социальная ориентация. При этом, именно это направление является достаточно обширным охватывающим многие аспекты деятельности компаний. Стоит ожидать несколько каскадных эффектов преобразований в России. Во-первых, это усиление требований к уровню заработной платы и общему благосостоянию работников, что станет особенно заметно в инфраструктурных и передовых отраслях экономики. Во-вторых, часть непрофильных расходов на социальное обслуживание в конечном итоге будет законодательно разрешено списываться на себестоимость. В-третьих, давление со стороны общества вынудит компании, которые заинтересованы

в долгосрочном развитии проявлять более активную социальную позицию. Следствием этого, станет профилизация коммерческого сектора вокруг решения общественно-значимых проблем и включения социальных повесток в общую бизнес-стратегию компаний и маркетинговую политику.

Таким образом, рост интереса мирового сообщества в ESG-принципам развития подталкивает российские компании, отрасли и в том числе Правительство России к выработке политики соответствия общественным и мировым ожиданиям, что также обусловлено экспортоориентированной и сырьевой торговой структурой экономики. В условиях новых мировых преобразований Россия оказывается между высоким потенциалом стать эко державой и глубокой зависимостью от углеродной составляющей экономики. Учитывая возможности внедрения на основных сбытовых рынках России дополнительных экономических наценок на товары, высока вероятность инициации глубоких преобразований экономики в сторону бизнес-моделей, выстроенных по принципам ESG-подхода. Однако, все упирается в серьезные политические волевые решения для начала перехода в фазу инновационных преобразований и ухода от углеродной экономики.

Список литературы

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Я. Горфинкель [и др.]; отв. ред. В.Я. Горфинкель, Н.В. Родионова. М.: Издательство Юрайт, 2020. С. 254-263.
2. Погодина И.В. Вовлеченность граждан в государственное управление или «совместное руководство»: методы и формы // Государственная власть и местное самоуправление – 2020. №4. С.6-8.
3. Вострикова Е.О., Мешкова А.П. ESG-критерии в инвестировании: зарубежный и отечественный опыт. // Финансовый журнал – 2020. Т. 12. №4. С. 117-129.
4. Шемякина Т.Ю. Применение ESG-факторов в инвестиционных строительных проектах. // Вестник университета – 2021. №3. С. 132-139.

References

1. Corporate social responsibility : a textbook and workshop for academic undergraduate / V. Ya Garfinkel [et al.]; OTV. edited by V. Ya. gorfinkiel, N. V. Rodionov. M.: Publishing House Yurayt, 2020. P. 254-263.
2. Pogodin I.V. citizen Involvement in public administration or “shared governance”: the methods and forms of // State power and local self-government – 2020. №4, p. 6-8.
3. E. Vostrikova A., Meshkov A.P. ESG criteria in investment: foreign and domestic experience. // Journal of financial – 2020, vol. 12. No. 4. Pp. 117-129.
4. Shemyakina T.Y. Application of ESG factors in investment construction projects. // Bulletin of the University – 2021. No. 3, pp. 132-139.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Трунин Григорий Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансовое право и таможенная деятельность» *Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия*
trunin_gr@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Trunin Grigory Aleksandrovich, Ph. D., associate Professor of the Department of Financial law and customs
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
trunin_gr@mail.ru
ORCID: 0000-0002-0035-0903

УДК 331

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ
НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА
ОРГАНИЗАЦИЙ (ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ)***Ксенофонтова Т.Ю.*

В статье показано, что системные изменения в организации и их эффективность напрямую связаны с уровнем развития лидерства в организации. Когда критическая «масса лидеров» в компании переходит на новый уровень, наступает переломный момент в бизнес-трансформации организации и совершается скачок от текущего состояния к состоянию более высокого уровня.

Ключевые слова: *типы лидеров; профиль развития лидерства; логика действий лидера*

**INNOVATIVE APPROACHES
TO DETERMINING THE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT
OF TOP MANAGEMENT ORGANIZATIONS
(LITERATURE REVIEW)***Ksenofontova T.Yu.*

The article shows that systemic changes in the organization and their effectiveness are directly related to the level of leadership development in the organization. When the critical “mass of leaders” in the company moves to a new level, there comes a turning point in the business transformation of the organization and a leap is made from the current state to the state of a higher level.

Keywords: *types of leaders; leadership development profile; logic of leader's actions*

Впервые интерес к управлению, как к науке, появился в 20-х годах XX века, тогда же начала формироваться и теория лидерства.

Все лидеры развиваются через определенную последовательность этапов, которые являются неизменными и универсальными. Отметим, что у любой организации нет возможности достигнуть уровня развития выше, чем уровень самосознания лидера [1].

Существует несколько классификаций типов лидеров. Инновационным подходом признан подход, при котором всех лидеров условно подразделяют на 7 типов посредством проведения тестирования в формате заполнения «пропусков в предложенных незаконченных фразах». Данный тест имеет название «Профиль Развития Лидерства» и состоит из 36 предложений. Пример фраз, предложенных при тестировании лидерам, следующий: «Хороший лидер...» и далее ее надо продолжить. Соответственно конец фразы у каждого лидера был свой [2].

Далее специально сформированная группа оценщиков за счет анализа предложенных ответов формирует целостную картину, которая показывает интерпретацию своих действий опрашиваемыми лидерами и факторов окружающего мира. В итоге авторами проведенного исследования по результатам анкетирования была сформирована система семи развитых «логик действия», которые доминируют у того или иного лидера [3]. Каждой логике действия было сопоставлено соответствующее название: Дипломат, Оппортунист, Эксперт, Достиженец, Индивидуалист, Стратег и Алхимик. При этом отметим, что в процессе своего развития лидер имеет способность перемещаться между выделенными видами «логик действия», то есть повторное анкетирование лидера через некоторый промежуток времени может показать другой результат [4].

Ниже можно видеть таблицу, в которой наглядно представлены характеристики и соответственно отличия между семью «логика действия» лидеров (таблица 1).

Структура распределения типов лидеров «по логике действия» среди когорты опрошенных автором 116 лидеров (ТОП-менеджеров) российских организаций транспортно-логистического комплекса и производственно-строительной сферы деятельности приведена на рисунке 1 [5].

Таблица 1.

Семь логик лидерства

Стиль лидерства	Краткая характеристика	Сильные качества
Оппортунист	Управление у этого лидера строится вокруг своих личных целей, интересы и потребностей других людей он не берет в расчет. Такой лидер рассматривает подчиненных и организацию только с точки зрения возможности эксплуатации ресурсов; обратную связь не воспринимают и резко реагируют на внешние внезапно появляющиеся факторы	Имеет способность быстро принимать решения в экстренных ситуациях. Быстро и хладнокровно.
Дипломат	Внимание данного типа лидера больше сосредоточено на контролировании своего собственного поведения в организации, особенно в окружении коллег более высокого ранга, чем на контролировании действий сотрудников и факторов внешних событий. Дипломаты пытаются избежать конфликты до такой степени, что практически не дают обратную связь другим людям.	Формирует сплоченные и дружеские отношения в коллективе
Эксперт	Эксперты постоянно стремятся к саморазвитию. Их контроль сконцентрирован именно на самосовершенствовании как в рабочей, так и личной сферы. Такой лидер старается принимать решения независимо от внешних факторов	Умеет высокую эффективность, как индивидуальный сотрудник
Достиженец	Достиженец концентрирует свое внимание не только на деталях, но и на организации в целом, включая в круг интересов и ее ближайшую внешнюю среду. Данный лидер всегда открыт для обратной связи, имеет положительное отношение к конфликтам, так как считает их толчком для развития сотрудников.	Хорошо стимулирует своих подчиненных для достижения новых целей в краткосрочных и долгосрочных перспективах
Индивидуалист	Лидеры индивидуалисты приносят уникальный вклад в организацию. Именно они считают сотрудников организации главным потенциалом развития. Но существующие правила не всегда воспринимают однозначно, что часто является причиной возникающих конфликтов с высшим руководством и недопонимания со стороны подчиненных.	Способность плодотворно взаимодействовать с людьми, у которых сформированы другие взгляды, ценности и характер
Стратег	Стратег отличается способностью создания общего видения для людей с различными целями и ценностями; за счет этого он мотивирует не только себя, но и направляет сотрудников в нужное русло. Он акцентирует свое внимание на ограничивающие факторы организации и ищет различные способы преобразования их.	Воспринимается коллективом, как эффективный трансформационный лидер
Алхимик	Алхимик обладает способностью контролировать и принимать участие в решении различных задач на разных иерархических уровнях. Эти лидеры живут согласно высоким моральным стандартам и истина для них имеет большой вес	Способен проводить изменения в большом масштабе

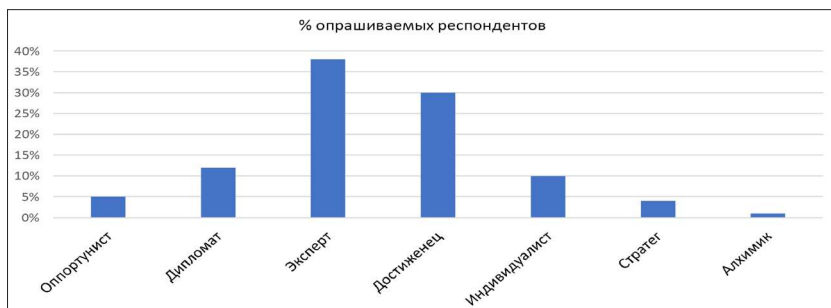


Рис. 1. Структура распределения типов лидеров «по логике действия» среди когорты опрошенных автором лидеров (ТОП-менеджеров) российских организаций, доля

Из диаграммы, представленной на рисунке 1 видно, что наибольший процент опрошиваемых действует по логике, названной Эксперты (их 38%) – это те лидеры, которые, в первую очередь, руководствуются логикой и опытом собственными и других «топовых» известных мировых лидеров. За ними по убыванию доли в общей структуре лидеров следуют лидеры – достиженцы, чья доля составляет 30%. Для данного типа лидеров характерна действенная мотивация и стимулирование своих сотрудников достижения общих задач и целей. Самая малая доля в структуре принадлежит Алхимикам, составляя 1%.

Список литературы

1. Ксенофонтова Т.Ю. Интеллектуальный капитал производственного предприятия как критерий оценки его конкурентоспособности // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2012. № 3. С. 151-159.
2. Рук Д., Торберт В.Р. Семь трансформаций лидерства. Код доступа: https://coachinstitute.ru/upload/iblock/f36/ruk_torbert_7_transformacii_liderstva.pdf (дата обращения 03.12.2021).
3. Ксенофонтова Т.Ю. Исследование взаимосвязей субъектов и объектов рыночных отношений при коммерциализации интеллектуальной собственности / Современные проблемы науки и образования. 2013. № 4. С. 219.
4. Хугард Р., Каргер Ж. Как эффективно управлять собой, сотрудниками и компанией: пер. с англ. О. Медведь. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.

5. Ксенофонтова Т.Ю. Разработка стратегий интеллектуальной кооперации на базе партнёрства науки бизнеса и государства // Управление мегаполисом. 2013. № 2 (32). С. 98-103.

References

1. Ksenofontova T.Yu. Intellektual'nyj kapital proizvodstvennogo predpriyatiya kak kriterij ocenki ego konkurentosposobnosti // Vestnik INZHEKONa. Seriya: Ekonomika. 2012. № 3. S. 151-159.
2. Ruk D., Torbert V.R. Sem' transformacij liderstva. Kod dostupa: https://coachinstitute.ru/upload/iblock/f36/ruk_torbert_7_transformacii_liderstva.pdf (data obrashcheniya 03.12.2021).
3. Ksenofontova T.Yu. Issledovanie vzaimosvyazej sub'ektov i ob'ektov rynochnyh otnoshenij pri kommercializacii intellektual'noj sobstvennosti / Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. 2013. № 4. S. 219.
4. Hugard R., Karter Zh. Kak effektivno upravlyat' soboj, sotrudnikami i kompaniej: per. s angl. O. Medved'. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2020.
5. Ksenofontova T.Yu. Razrabotka strategij intellektual'noj kooperacii na baze partnyorstva nauki biznesa i gosudarstva // Upravlenie megapolisom. 2013. № 2 (32). S. 98-103.

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Ксенофонтова Татьяна Юрьевна, зав. кафедрой «Менеджмент и маркетинг», д.э.н., профессор
*ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I»
Московский пр., 9, г. Санкт-Петербург, 190031, Россия
tyuKsenofontova@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Ksenofontova Tatiana Yurevna, Head of the Department of Management and Marketing, Doctor of Economics, Professor
*Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University
9, Moskovsky Ave., St. Petersburg, 190031, Russia
tyuKsenofontova@mail.ru
ORCID: 0000-0002-3189-9990*

УДК 387

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ГЧП В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Демина О.В., Губернаторов А.М.

Инструментом реализации инновационных решений в социокультурной сфере является нотация DFD-методология графического структурного анализа, которая описывает внешние по отношению к системе источники финансирования и получателей финансовых ресурсов, логические функции, потоки информационных данных и хранилища данных, к которым осуществляется доступ. Определены основные участники концессионного соглашения в вопросах финансирования сферы культуры. В качестве перспективных инструментов финансирования рассматриваются облигационные займы.

Ключевые слова: бюджетное финансирование; инструменты и методы финансирования; сфера культуры; инновации; нотация DFD; ГЧП-проекты; концессия

INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE PPP PROJECTS IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE

Demina O.V., Gubernatorov A.M.

A tool for implementing innovative solutions in the socio-cultural sphere is the DFD notation, a methodology of graphical structural analysis that describes sources of financing and recipients of financial resources external to the system, logical functions, information data flows and data warehouses that are accessed. The main participants of the concession agreement in matters of financing the sphere of culture have been identified. Bond loans are considered as promising financing instruments.

Keywords: *budget financing; financing tools and methods; cultural sphere; innovations; DFD notation; PPP projects; concession*

В 2020 году на территории Владимирской области функционировало 48 учреждений культуры (24 юридических лица и 24 обособленных подразделения): государственные (в том числе ведомственные) и муниципальные музеи; парки; библиотеки; музыкальные учреждения; клубные учреждения; учреждения дополнительного образования.

Традиционными вариантами финансирования инноваций в сфере культуры является бюджетное финансирование и на основе грантовой поддержки. Осуществляется бюджетное финансирование в форме выделения денежных средств (бюджетных ассигнований) по определенному назначению, в том числе и для покрытия расходов видов экономической деятельности учреждений, находящихся на полном, либо частичном государственном денежном обеспечении. Все учреждения культуры Владимирской области, получающие в той или иной части финансирование из бюджетов различных уровней, подлежат разделению на: казенные; бюджетные; автономные [1].

При прямом бюджетном финансировании все издержки или большая их часть покрывается средствами государства. Данная схема имеет большое распространение в современном мире. В настоящее время большинство учреждений культуры Владимирской области находятся на частичном финансировании, лишь малая часть, которая не имеет возможности привлекать внешние источники финансирования используют бюджетные ассигнования, что означает полное финансирование государством.

В качестве альтернативы традиционным формам финансирования сферы культуры Владимирской области рассмотрим возможности проектов на основе ГЧП.

На сегодняшний день в регионе созданы достаточные институциональные предпосылки для применения механизма концессионных соглашений в сфере культуры.

Рассмотрим механизм реализации проектов ГЧП в форме концессионных соглашений.

Так, в сфере культуры Владимирской области концессию можно определить как особый вид договора, в соответствии с которым концессионер (частное лицо) берёт на себя обязательства по созданию, реконструкции или модернизации недвижимого объекта культуры, находящегося в государственной собственности (концедента). А сам концессионер в результате сможет получать доход от эксплуатации данного объекта, в основном за счёт проведения различных культурных мероприятий. А объектами концессионного соглашения в сфере культуры могут быть музеи, театры, кинотеатры, библиотеки, концертные залы и прочие культурно-развлекательные объекты.

Итак, концессионные проекты являются одним из возможных вариантов финансирования сферы культуры в рамках системы государственно-частного партнёрства [2]. Концессионные соглашения позволяют не только привлечь в отрасль частный капитал, но и создать благоприятные условия для развития туризма, повышения привлекательности посещаемости Владимирского региона в туристических целях. Поэтому для лучшего понимания того, как работает механизм концессионных соглашений в сфере культуры, построим модель в нотации DFD, которая позволит наглядно увидеть всех основных участников и их взаимодействия в рамках предлагаемой модели финансирования. Данная модель представлена на рисунке 1.

Более подробно рассмотрим каждого из участников этой системы.

Концессионером выступает частное юридическое лицо. Он привлекает финансирование для реализации концессионного соглашения с целью реконструкции и оснащения культурного объекта, а также его дальнейшего целевого использования с оказанием сопутствующих услуг и возмещения инвестиций. Концессионер вносит единовременную концессионную плату в бюджет области, размер которой для различных объектов может рассчитываться по-разному. Также концессионер обязан оплачивать аренду существующего объекта или земли, в случае строительства нового.

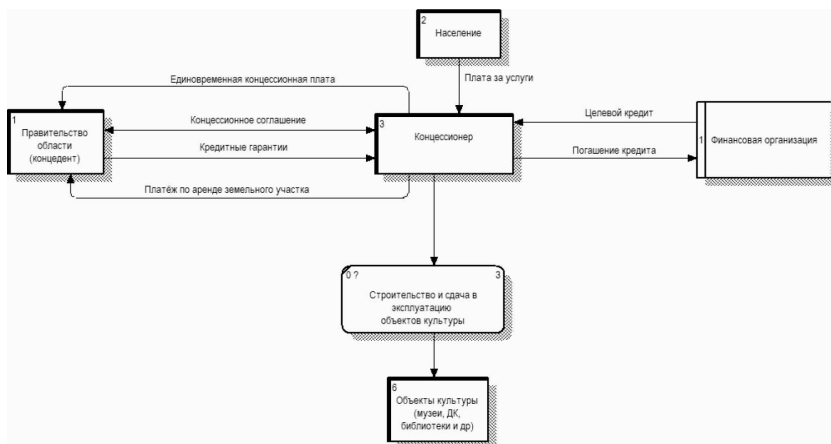


Рис. 1. Предлагаемая схема концессии в сфере культуры Владимирской области

Концедентом, как правило, является правительство области, муниципалитета или другого территориального образования, в собственности которого как раз и находится планируемый объект реконструкции. При этом концедент не только получает вышеперечисленные платежи, но и сам осуществляет компенсацию недополученных доходов концессионера, а также реализует иные обязательства, указанные в концессионном соглашении.

Таким образом предлагаемая схема действия концессионного механизма выглядит следующим образом:

- 1) Правительство области или государственное учреждение, являющееся собственником объекта культуры, проводит конкурс на выбор частного инвестора. Конкурс проводится в соответствии с Федеральным законом от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» [3]. Сам договор концессии, чаще всего, заключается на длительный срок (до 50 лет) с целью достижения окупаемости проекта.
- 2) Финансовая организация предоставляет победителю концессионного конкурса целевой кредит, после чего проект начинает реализовываться на основе проектного финансирования. При этом концедент предоставляет концессионеру государственные гарантии для обеспечения выплаты кредита.

3) Концессионер осуществляет строительство, реконструкцию объекта культуры, а также необходимой инфраструктуры в соответствии с концессионным соглашением, принимает данный объект на свой баланс на праве владения и пользования, эксплуатирует его, получает доход, например, с организации мероприятий и погашает кредит.

Список литературы

1. Семенихин В.В. Бюджетное финансирование учреждений культуры. [Электронный ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetnoe-finansirovanie-uchrezhdeniy-kultury>
2. Латыпов В.С. Перспективы использования государственно-частного партнерства в сфере культуры и развития культурно-познавательного туризма / В.С. Латыпов, А.М. Воротников // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. М, 2010. С. 31-34.
3. Федеральный закон «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 N 115-ФЗ (последняя редакция)

References

1. Semenikhin V.V. Budget financing of cultural institutions. [Electronic resource] // <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetnoe-finansirovanie-uchrezhdeniy-kultury>
2. Latypov V.S. Prospects for the use of public-private partnership in the field of culture and the development of cultural and educational tourism. / V.S. Latypov, A.M. Vortnikov // Real estate and investments. Legal regulation. M, 2010. pp. 31-34.
3. Federal Law "On Concession Agreements" dated 21.07.2005 N 115-FZ (latest edition)

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Демина Ольга Викторовна, ассистент

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
deminagusr@mail.ru

Губернаторов Алексей Михайлович, д.э.н., доцент, профессор
кафедры Бизнес-информатика и экономика
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
gubernatorov.alexey@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Demina Olga V., assistant

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
deminagusr@mail.ru

Gubernatorov Alexey M., Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Business Informatics and Economics
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
gubernatorov.alexey@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7695-7050

УДК 339.13

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ерлыгина Е.Г., Васильева А.Д.

Сегодня маркетинг играет ключевую роль в деятельности организации наравне с финансовой, производственной, исследовательской и любой другой отраслью. В статье рассмотрены основные цели, задачи и функции маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: *маркетинг; потребители; клиенты; конкурентоспособность*

THE CONCEPT AND ESSENCE OF THE MARKETING ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Yerlygina E.G., Vasilyeva A.D.

Today, marketing plays a key role in the organization's activities along with financial, manufacturing, research and any other industry. The article discusses the main goals, objectives and functions of marketing activities.

Keywords: *marketing; consumers; customers; competitiveness*

Рассматривая все направления деятельности организации, можно с уверенностью сказать, что сегодня маркетинг среди них играет ключевую роль наравне с финансовой, производственной, исследовательской и любой другой отраслью [1].

Наиболее ясно отражающим определением термина «маркетинг» является следующее: маркетинг – это управленческий подход, изучающий производственную и сбытовую направления деятельности организации и предоставляющий комплексный анализ рыночной ниши для последующего увеличения и удовлетворения спроса

на предлагаемые услуги и продукты, что прямо влияет на прибыль предприятия.

Маркетинговая деятельность является непростой, разносторонней и постоянно меняющейся [3]. Из-за этого невозможно выбрать единственно верное универсальное определение её сущности, функций и принципов. Но можно утверждать, что управленческий маркетинговый подход выстраивает соответствия между внутренней средой организации и запросами внешнего мира, что гарантирует требуемый баланс.

Понятие «маркетинг» впервые прозвучало на территории США на рубеже 20 века. Но восприниматься в качестве ключевой управленческой функции маркетинг стал лишь с 50-х годов.

Сегодня же можно встретить более 2000 определений, каждое из которых либо раскрывает одну из охватывающих сторон маркетинга, либо демонстрирует данные характеристики в комплексе.

По словам Питера Друккера ключевой целью маркетинга является минимизация усилий по сбытовой деятельности, которые в итоге вовсе будут устранены. Его задачей является изучение потребителя до такой степени, где продукция идеально подходит клиенту и продает себя сама по себе.

Основные цели маркетинга представлены на рисунке 1.

Цели маркетинга			
Использовать всевозможные инструменты, гарантирующие увеличение спроса	Проанализировать рыночные запросы и предоставить широкий ассортиментный ряд однородной продукции, удовлетворив ожидания потребителей	Обеспечить максимизацию выбора	Улучшить качественные показатели жизнедеятельности, позволяя клиенту закрыть свои запросы максимально полно

Рис. 1. Цели маркетинга

Маркетинг каждого предприятия ориентирован на обоснованную, опирающуюся на ожидания клиентов, рациональную постав-

ку краткосрочных и долгосрочных (т.е. стратегических) целей организации. Он подбирает оптимальные способы их достижения и возможные ресурсные источники для обеспечения хозяйственной деятельности. Маркетинговая деятельность выстраивает ассортиментную политику, при этом предоставляя отличительно качественную продукцию, расставляя приоритеты, обеспечивая рациональное производство и ожидаемый уровень прибыли.

Для этого ему требуется регулярно анализировать потребности и ожидания общества в целом и по каждому отдельно взятому потребителю. Таким образом производственная деятельность наступает не на этапе обмена, а отталкиваясь от клиента. На этой концепции и строится маркетинговая деятельность.

На рисунке 2 представлены функции маркетинговой деятельности.



Рис. 2. Функции маркетинговой деятельности

Сегодня маркетинговая деятельность является обязательным элементом в жизни фирм и потребителей. Она охватывает и удовлетворяет рыночные запросы, благодаря проведению исследований, составлению планов и постоянному контролю деятельности предприятия [2].

Для предпринимательской деятельности важно ставить такую цель, которая позволит превзойти конкурентные фирмы по определенным критериям на протяжении длительного времени. Это подразумевает, что выработанные достоинства выигрышнее исполняют желания покупателей по индивидуальным показателям. Конкурентная борьба предполагает способность согласовывать компоненты и находить правильный выход из ситуации, удовлетворяя запросы клиентов и достигая согласия с ними.

Список литературы

1. Ерлыгина Е.Г. Инструменты современного маркетинга / Е.Г. Ерлыгина, Д.Е. Ромашова // Наука Красноярья. 2021. Т. 10. № 2-2. С. 38-42.
2. Кашицына Т.Н. Применение методологии Scrum в маркетинговых проектах / Т.Н. Кашицына, Д.А. Минеев // Наука Красноярья. 2021. Т. 10. № 3-2. С. 41-45.
3. Храмова И.В. Интернет маркетинг и цифровой маркетинг-две электронные модели продвижения / И.В. Храмова // Modern Science. 2020. № 9-2. С. 105-107.

References

1. Erlygina E.G. Tools of modern marketing / E.G. Erlygina, D.E. Romashova // Science of Krasnoyarsk. 2021. Vol. 10. №. 2-2. pp. 38-42.
2. Kashitsyna T.N. Application of Scrum methodology in marketing projects / T.N. Kashitsyna, D.A. Mineev // Science of Krasnoyarsk. 2021. Vol. 10. №. 3-2. pp. 41-45.
3. Khramova I.V. Internet marketing and digital marketing-two electronic models of promotion / I.V. Khramova // Modern Science. 2020. №. 9-2. pp. 105-107.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Ерлыгина Елена Геннадьевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры
«Менеджмент и маркетинг»
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
erlygina@mail.ru

Васильева Александра Дмитриевна, магистрант
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
1999sasha201@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Erlygina Elena Gennadievna, Candidate of Economic Sciences, Asso-
ciate Professor of the Department of Management and marketing»
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
erlygina@mail.ru
ORCID: 0000-0003-2049-3845

Vasilyeva Alexandra Dmitrievna, master's student
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
1999sasha201@mail.ru

УДК 339.5

**АНАЛИЗ ОШИБОК, ВОЗНИКАЮЩИХ В ПРОЦЕССЕ
ТАМОЖЕННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ***Князев Д.В.*

Статья посвящена изучению практики таможенного декларирования товаров при ввозе в срезе ошибок, допускаемых участниками внешнеэкономической деятельности. Статья основана на анализе практики декларирования ввозимых товаров компаниями, осуществляющими внешнеэкономическую деятельность.

Ключевые слова: *таможня; декларирование; внешнеторговая деятельность; ошибки декларирования; декларант*

**ANALYSIS OF ERRORS ARISING IN THE PROCESS
OF CUSTOMS DECLARATION***Knyazev D.V.*

The article is devoted to the study of the practice of customs declaration of goods upon importation in the context of errors made by participants in foreign economic activity. The article is based on the analysis of the practice of declaring imported goods by companies engaged in foreign economic activity.

Keywords: *customs; declaration; foreign trade activity; declaration errors; declarant*

Анализ ошибок при таможенном декларировании, допускаемых декларантами является частью системного подхода, реализуемого таможенными органами при организации таможенного контроля.

Анализ ошибок, их систематизация и разработка комплекса мер по предупреждению совершения ошибок со стороны декларантов часть крупной работы, организованной таможенными органами с целью снижения нагрузки на проверяющих инспекторов и всей

цепочки участников внутриведомственного процесса, связанного с проверкой, корректировкой и выпуском декларации на товары.

Качество заполнения декларации выступает естественным стремлением не только декларанта, но и таможенного органа. С целью обеспечения качества процесса таможенного декларирования, таможенными органами осуществляются мероприятия по обучению декларантов и таможенных представителей декларированию. Однако рассматривать этот процесс необходимо исключительно с ракурса совершаемых ошибок, по этому обучающие мероприятия направлены не сколько на обучение процесса заполнения декларации, сколько на недопущение наиболее часто допускаемых ошибок. Ежемесячно корректировка требуется для значительной доли деклараций, такая ситуация характерна для любого региона.

Принятие решения о корректировке информации, заявленной в декларации на товары относится к компетенции не проверяющего инспектора, а структурных подразделений таможни, по этому, процесс приобретает более сложный характер, что не желательно для обеих сторон, участвующих в процессе. Необходимо учесть, что внесение изменений в декларацию осуществляется на заявительной основе и формирования обращения о внесении изменений необходимо определиться с графами, подлежащими корректировке и информацией, вновь вносимой взамен недостоверной.

Декларант должен иметь в виду порядок формирования обращения, которое формируется на каком-либо основании, декларант должен обосновать необходимость внесения изменений в информацию, заявленную в декларации, при этом контролируется соответствие информации из обращения тому, что указано в декларации.

Одной из типичных ошибок, которую допускают декларанты является неверное указание кодов признаков документов и соответствующих дат документов, номера которых указываются в декларации.

Часто декларанты оставляют пустыми ячейки необходимые для заполнения, что также считается ошибкой и требует исправления.

Декларант должен внимательно относиться к графам, имеющим отношение к валютному контролю и корректно вносить информацию

в них, поскольку движение товара и денег в рамках международного контракта отражается в ведомости банковского контроля, ведение которой осуществляет уполномоченный банк. Следует обращать внимание на номера и даты, указываемые в декларации, даты должны совпадать с номерами и датами ведомости банковского контроля.

Если в отношении товаров, ввозимых на территорию ЕАЭС и РФ и помещаемых под процедуру выпуска для внутреннего потребления предусмотрены меры нетарифного регулирования, такие как, например квотирование, то информация об этом также должна адекватно отражаться в декларации на товары в соответствующих графах. В декларации указывается не только количество ввозимого на территорию ЕАЭС товаров, но и производится подсчет остатков квоты.

Вес нетто также выступает важной характеристикой при ввозе товаров, особенно в случае, если государством установлены количественные лимиты на ввоз товаров, а при ввозе товаров, требующих лицензирования, указываются ещё и соответствующие реквизиты лицензий и ставится соответствующий признак в декларации.

Режим максимального благоприятствования экспорту в нашей стране стал причиной появления ПП РФ от 26.03.2020 № 342, в котором говорится о том, что если на товар не установлена вывозная пошлина, то и таможенный сбор при таможенном декларировании таких товаров не взимается. Совершенно справедливой будет неуплата соответствующих платежей, в отношении таких товаров, помещаемых под таможенную процедуру «экспорт», но существует порядок правильного указания этих нюансов в таможенной декларации. Правильное отображение этой информации требует простановки прочерков в графе 36, в графе 44 реквизиты документов с соответствующим кодом не указываются, а в графе 47, не отображаются сведения об исчислении таможенных сборов в отношении этих товаров.

Декларанты совершают неосознанные ошибки и при описании товара. Порядок заполнения декларации на товары предусматривает особый порядок заполнения декларации для различных видов товаров.

Сведения, необходимые для заполнения декларации представлены в ключевом документе. Эти сведения применяются для обе-

спечения защитных мер, для соблюдения запретов и ограничений, идентификации ввозимого товара, для классификации товара или отнесения их к какому-то конкретному виду, для защиты интеллектуальной собственности ну и естественно, для расчёта и своевременной уплаты таможенных платежей.

Для красок и лаков необходимо указывать группу лакокрасочных материалов, область применения, материал-основу. Для духов и косметических средств обязательным является внесение сведений о торговой марке. Для ферросплавов – фактическое содержание основного элемента.

Подводя итог анализа нужно акцентировать внимание на ключевых ошибках: неверное указание номеров и дат документов, неверное заполнение граф декларации на товары, неполное отражение информации, требуемой для прохождения автоалгоритмов.

Глубокое понимание порядка заполнения и требований к описанию позволяет безболезненно проходить этап проверку сведений, заявленных в декларации на товары.

Список литературы

1. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для вузов / Е.Ф. Прокушев, А.А. Костин; под редакцией Е.Ф. Прокушева. 1-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 471 с. (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14246-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468105> (дата обращения: 30.09.2021).
2. Об упорядочении документооборота при таможенном оформлении товаров при ввозе и вывозе. Щека А.А. Наука Красноярья. 2019. Т. 8. № 2-3. С. 92-95.

References

1. Prokushev E.F. Foreign economic activity: textbook and workshop for universities / E.F. Prokushev, A.A. Kostin; edited by E.F. Prokushev. 11th ed., reprint. and add. Moscow: Yurayt Publishing House, 2021. 471 p. (Higher education). – ISBN 978-5-534-14246-4. – Text: elec-

- tronic // Yurayt Educational Platform [website]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468105> (accessed: 30.09.2021).
2. On streamlining the document flow during customs clearance of goods during import and export. Shcheka A.A. Science of Krasnoyarsk region. 2019. Vol. 8. No. 2-3. p. 92-95 practical activity, import.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Князев Дмитрий Владимирович, к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и инновации»
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет»
Ярославское шоссе, 26, г. Москва, 129337, Россия
KnyazevDV@mgsu.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Knyazev Dmitry Vladimirovich, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Management and Innovation
Moscow State University of Civil Engineering
26, Yaroslavskoye shosse, Moscow, 129337, Russia
KnyazevDV@mgsu.ru
ORCID: 0000-0002-3495-8095

УДК 339.9

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Князев Д.В.

В статье рассматриваются теоретические основы формирования ценовой политики компании при выходе на внешние рынки. Рассмотрены ключевые группы факторов, в форме тезисов сформулированы ключевые положения теории ценообразования.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность; ценообразование; ценовая политика; микроорганизация; менеджмент

THEORETICAL ASPECT OF PRICING POLICY FORMATION WHEN ENTERING THE FOREIGN MARKET

Knyazev D.V.

The article discusses the theoretical foundations of the formation of the company's pricing policy when entering foreign markets. The key groups of factors are considered, the key provisions of the pricing theory are formulated in the form of theses.

Keywords: foreign economic activity; pricing; pricing policy; micro-organization; management

Теоретические основы ценообразования и формирования ценовой политики предприятия при осуществлении внешнеэкономической деятельности предприятия формировались на основе практики осуществления международных сделок купли продажи товаров и оказания услуг в период от конца второй мировой войны и до наших дней. Этот процесс осуществляется непрерывно,

постоянно модернизируясь и адаптируясь к новым условиям ведения торговли.

В общественном развитии цена выступает индикатором чувствительности общества к изменению внутренней и внешней экономической, предпринимательской и политической конъюнктуры.

Цена влияет на уровень производства товаров, реализацию планов производства и планов продаж производственных компаний, на формирование стоимости производимых товаров, рациональное распределение и эффективное использование ВВП и национального дохода.

Сложившаяся теория ценообразования прямо указывает на применение ценностного подхода при формировании и реализации ценовой политики организации при выходе на внешние рынки, что связано с глобальным разделением труда в мире, неравномерным распределением природных ископаемых ресурсов, и сложившихся конкурентных преимуществах регионов в части возможности быстрой и эффективной переработки ресурсов в продукт конечного потребления. Стратегические товары, не смотря на изменение конъюнктуры рынка и территорий продаж товара обладают устойчивым спросом, а управление курсом национальной валюты в сторону ослабления относительно мировых резервных валют способствует эффективной реализации товаров стратегического характера.

Формирование ценовой политики компании при выходе на внешние рынки определяется теориями ценностного и затратного ценообразования и подвержено влиянию спроса и предложения, однако стоит сделать оговорку, что традиционного стремления производителей к достижению равновесной цены не возникает, а продавцы товаров стремятся максимизировать свою прибыль применяя тактические ходы, основанные на понимании механизма работы современной мировой производственной системы. Несомненно, без проявления гибкости со стороны организации сложно согласовать противоречивые интересы разных участников производственного и торгового процесса в международной экономической системе, однако следует учесть, что цена всё же устанавливается владельцем товара в условиях влияния множества разнонаправленных факторов.

В рамках данного исследования было принято решение об использовании двух групп факторов: стратегических факторов и тактических факторов.

Проявление совокупности стратегических факторов заключается в формировании себестоимости продукции. Снижение затрат организации на производство продукции путём внедрения технологий, позволяющих увеличить производительность труда позволяет получить выигрыш в величине себестоимости. Стратегические факторы отличаются длительным действием и обеспечивают перспективу совершенствования производства. Формирование ценовой политики на основе снижения издержек и непрерывного совершенствования производства доступно крупным, технологически развитым компаниям.

Тактические факторы в большей степени проявляются как рыночные. Изменение тенденций рынка непрерывно, а реагирование на них инерционно и требует от любой организации консолидации усилий и непрерывного мониторинга рыночной ситуации. Компании, строящие свою ценовую политику на основе анализа тактических факторов, концентрируют усилия на применении инструментов маркетинга, стремятся иметь гибкую структуру, накапливают, систематизируют и непрерывно анализируют рыночную информацию. Выигрыш таких организаций, как правило это торговые дома, заключается в своевременном выборе ниши и соответствующих товаров. В таких организациях предъявляются особые требования к персоналу, его квалификации и образованию.

Крупные компании, с большим производственным потенциалом и разветвлённой сбытовой сетью, при формировании ценовой политики стремятся к учёту обеих групп факторов. Что позволят им при выходе на внешние рынки максимально точно определять нижний и верхний пределы внешнеторговых цен. Понимание уровня предельных цен даёт представление о реальном спросе на товар и его ценности, а также понимание пространства для ценового манёвра. Манипуляции с ценами, при выходе компании на внешние рынки позволяют соблюдать баланс между кредиторской и дебиторской

задолженностью, избегать кассовых разрывов, приобретать конкурентные преимущества.

Несмотря на то, что внешнеторговые цены определяются на основании договорённостей между продавцом и покупателем, ценовая политика компании строится из соображений максимально полного учёта интереса компании при сопоставимых условиях поставки.

Ценовая политика компании, представляющая собой совокупность принципов формирования цены при заданном векторе стратегических и тактических действий организации при выходе на внешние рынки обязана определить важнейшие функции цены при работе с различными группами заказчиков.

Большинство производителей стремится к увеличению объёмов производства, а, следовательно, и к увеличению объёмов потребления выпускаемой ими продукции. Развитие потребления товара обеспечивает стимулирующая функция цены. Для товаров, обладающих эластичностью спроса по цене, снижение цены означает рост объёмов потребления, но снижает объёмы производства.

Практически каждое предприятие заинтересовано в выпуске товаров с высоким уровнем содержания добавленной стоимости, которые отличаются более высокими ценами, позволяющими получать более высокую долю прибыли. Рост объёмов реализации таких товаров приводит к развитию производства, его расширению.

Список литературы

1. Учет и аудит внешнеэкономической деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под общ. ред. Т.М. Роголенко, С.В. Пономаревой, А.В. Бодяко. М.: Издательство Юрайт, 2016. 316 с. Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс
2. Организация и управление ВЭД: методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе студентов / Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова. Новочеркасск: ЮРГПУ (НПИ), 2016. 30 с.

References

3. 1. Accounting and auditing of foreign economic activity : textbook and workshop for undergraduate and graduate studies / under the general editorship of T. M. Rogulenko, S. V. Ponomareva, A.V. Bodyako. -M. : Yurayt Publishing House, 2016. - 316 p. - Series : Bachelor and Master. Academic course
2. Organization and management of foreign economic activity: methodological guidelines for practical classes and independent work of students / South Russian State Polytechnic University (NPI) named after M. I. Platov. - Novocherkassk: YURGPU (NPI), 2016. - 30 p.

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Князев Дмитрий Владимирович, к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и инновации»

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет»

Ярославское шоссе, 26, г. Москва, 129337, Россия

KnyazevDV@mgsu.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Knyazev Dmitry Vladimirovich, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Management and Innovation

Moscow State University of Civil Engineering

26, Yaroslavskoye shosse, Moscow, 129337, Russia

KnyazevDV@mgsu.ru

ORCID: 0000-0002-3495-8095

УДК 330

**ЛОГИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ «ИННОВАЦИЯ»***Губернаторов А.М., Лачина А.А.*

В представленной статье авторами анализируются различные определения категории «инновация». Приводится логико-семантический анализ подходов к определению категория «инновация». Раскрывается главная экономическая сущность инноваций, которая заключается в использовании новых открытий, идей, различного рода усовершенствований, изобретений, как результатов научного труда, для создания новых потребительских ценностей, внедрения их на рынок, дальнейшая коммерциализация и повышения результативности деятельности отдельной организации или некоей экономической системы.

Ключевые слова: *инновации; инновационная активность; инновационное развитие; классификация инноваций; экономические системы*

**LOGICAL-SEMANTIC STUDY OF THE DEFINITION
OF THE CATEGORY «INNOVATION»***Gubernatorov A.M., Lachina A.A.*

In the presented article, the authors analyze various definitions of the category “innovation”. A logical and semantic analysis of approaches to the definition of the category “innovation” is given. The main economic essence of innovation is revealed, which consists in using new discoveries, ideas, various improvements, inventions, as the results of scientific work, to create new consumer values, introduce them to the market, further commercialization and increase the effectiveness of an individual organization or a certain economic system.

Keywords: *innovations; innovative activity; innovative development; classification of innovations; economic systems*

Слово «инновация» в период бурного научно-технологического развития всех сфер социально-экономической жизни общества является многогранным и разнообразным с точки зрения семантического толкования и означает «новизна», «новшество», «нововведение». Исходя из исследований (Я. Кук, Б. Твисс, Ф.Ф. Бездудный Г.А. Смирнова, О.Д. Нечаева, А.С. Кулагин) и других теоретических источников существует два подхода по определению понятия «инновация» [1] (рисунок 1).

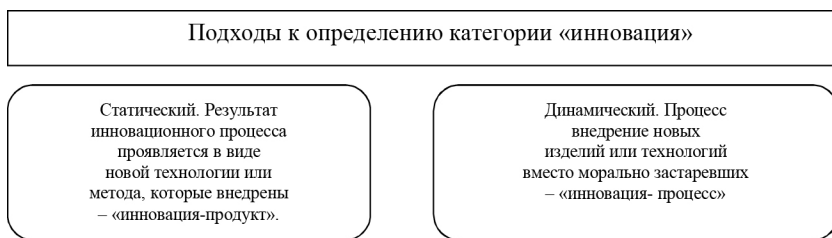


Рис. 1. Подходы к определению «инновация»

Выделяют три основных этапа формирования и развития теории инноваций:

- 1910–1930 гг. – формирование фундаментальных основ теории;
- 1940–1960 гг. – развитие базовых инновационных идей;
- 1975 – до настоящего времени – этот этап связан с развитием и распространением пятого технологического уклада постиндустриального общества.

«Нынешнее постиндустриальное общество представляет собой общество инноваций в двойном смысле: во-первых, источником инноваций все в большей мере становятся исследования и разработки, а во-вторых, прогресс общества, измеряемый ростом ВВП и занятости населения, теперь однозначно зависит от успехов в сфере знаний, то есть от ускоренного развития науки и образования, их качественной модернизации», – отметил Д. Белл [2].

Современные исследования Карповой С.В. в русле исследований Ф. Никсона, Н.Н. Молчанова подчеркивают: «Инновации (англ. innovation,

позднелат. *innovatio* – «нововведение») представляют собой внедрение в сферу услуг или производство новшества в форме технологий, объектов, продуктов, являющихся результатом научных исследований, открытий, изобретений, качественно различающихся со своими аналогами (или таковых не имеющих) [3]. Автор еще раз подчеркивает, что инновация является результатом научного труда, вследствие чего собственно и приобретает качественное отличие от своих аналогов.

Отличительными особенностями инновации являются:

- научно-техническая новизна;
- производственная применимость;
- коммерческая реализуемость (способность удовлетворять рыночный спрос и приносить доход).

Названные особенности инноваций дают возможность отличать понятие «инновация» от понятий «новшество», «нововведение».

Под «новшеством» понимается новые обычаи, порядок, технология, изобретение, метод, явление, относящиеся к производственным факторам. Процесс использования новшества называется «нововведением» или коммерциализацией. Под процессом коммерциализации новшества понимается процесс внедрения его на рынок и удовлетворения потребностей.

Таким образом, главная сущность инновации заключается в использовании новых открытий, идей, различного рода усовершенствований, изобретений, как результатов научного труда, для создания новых потребительских ценностей, внедрения их на рынок и повышения результативности деятельности отдельной организации или некоей системы.

Классификация инноваций представлена в таблице 1.

Основные направления инновационной политики государства реализуют следующие научные фонды и институты развития:

- 1) Федеральное государственное бюджетное учреждение «Российский фонд фундаментальных исследований» (далее – РФФИ (с 2021 входит в состав РНФ));
- 2) Российский научный фонд (далее – РНФ);
- 3) Фонд «ВЭБ Инновации»;
- 4) Открытое акционерное общество «РОСНАНО» (далее – Роснано);

5 Автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив»;

6) Федеральное государственное автономное учреждение «Российский фонд технологического развития»;

7 Государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности».

Таблица 1.

Классификация инноваций

Признаки классификации	Признаки
По принципу и средой происхождения	- экзогенные (возникающие в результате изменений на рынке, требуют появления новых технологий и идей; в общем случае появляются в ответ на возросший спроса); - эндогенные (возникающие в результате внутренних трансформаций знаний в той или иной области, когда появление новых идей и решений не связано с изменением конъюнктуры на рынке).
По причине возникновения	- стратегические (инновации, внедрение которых имеет предвзятый характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе); - адаптивные или реактивные (инновации, обеспечивающие выживание фирмы, как реакция на нововведения, которые осуществляет конкурент).
В зависимости от глубины вносимых изменений	- радикальные (использование новых ресурсов, создание новых для себя решений в технологически-производственном или организационном измерении); - рекомбинационные (закljučаются в использовании существующих технологических, организационных и производственных решений с целью создания новых видов продукции, технологий или систем управления); - модификационные (закljučаются в незначительных изменениях существующего ассортимента продукции, технологий и систем управления, их цель – усовершенствование).
По степени новизны	- базовые (появление нового способа производства или ранее неизвестного продукта, которые начинают или дают импульс развитию новой отрасли); - улучшающие (внедрение новых видов производств, реализующих инновационный потенциал базовой инновации); - псевдоинновации (инновации, которые привлекаются фирмами в технологический процесс или продукт, чтобы задержать снижение нормы прибыли и продолжить жизненный цикл улучшающей инновации).

Окончание табл. 1.

С позиции конкретного потребительского сегмента	-непрерывная, требующая минимальных изменений в потребительском поведении; - динамично непрерывная инновация предполагает несколько большие, однако не существенные для потребителя изменения в поведении; - прорывные инновации предусматривают значительные изменения потребительского поведения.
По технологическим параметрам	- продуктовые (получение нового продукта или услуги) ; - процессные (новые элементы, введенные в производственные, управленческие, организационные, маркетинговые и другие процессы).
По типу получаемого эффекта	- научно-технические (характеризуют преобразования объектов природы путем формирования научных знаний и соответствующих новых технических решений существующих практических задач); - экономические (характеризуют преобразование объектов природы по производству и обмену созданными материальными и нематериальными благами с целью удовлетворения потребностей); - экологические (характеризуют преобразования объектов человеческой деятельности путем предотвращения экологической катастрофы); - социальные (характеризуют преобразование объектов общества). - социальные (нацелены на преобразование объектов общества).

Задачами данных институтов являются обеспечение эффективного сочетания государственного и рыночного механизмов стимулирования инновационной деятельности, реализация институциональной, ресурсно-кредитной, фискальной, бюджетной политики, направленных на:

- объединение научных и производственных ресурсов и сосредоточение их на более приоритетных направлениях становления реального сектора экономики;
- перевод предприятий реального сектора экономики на устойчивый рост инновационной активности;
- поддержку разработок в высокотехнологичной сфере с целью их коммерциализации и выхода на внутренние и внешние рынки; распространению международных связей; созданию условий по привлечению зарубежных и отечественных инвесторов на инновационный рынок;

- формирование условий для прогрессивного технического и технологического уклада, а также привлекательности инновационного пространства области путем совершенствования инновационной инфраструктуры;
- обеспечение высококвалифицированными кадрами инновационных предприятий и организаций;
- вовлечение объектов интеллектуальной собственности и результатов интеллектуальной деятельности в экономический и гражданско-правовой оборот.

В связи с замедлением темпов роста экономики, ослаблением курса рубля, введение санкционных ограничений торгово-экономического характера, а также эпидемиологической ситуации во всем мире негативно сказывается на развитие инноваций. В данной связи еще более сплочённое должно быть развитие государства и реального сектора экономики для генерирования инновационных преобразований.

Список литературы

1. Кулагин А.С. Немного о термине «инновация» // Инновации, 2004. № 7.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. М.: Academia, 1999. 783 с.
3. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности: пер. с англ. М.: Издательство стандартов, 1990. 230 с.

References

1. Kulagin A.S. A little bit about the term “innovation” // Innovations, 2004. No. 7.
2. Bell D. The coming post-industrial society. The experience of social forecasting / D. Bell. M.: Academia, 1999. 783 p.
3. Nixon F. The role of the company’s management in ensuring quality and reliability: trans. from English. M.: Publishing House of Standards, 1990. 230 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Губернаторов Алексей Михайлович, д.э.н., доцент, профессор
кафедры Бизнес-информатика и экономика
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
gubernatorov.alexey@yandex.ru

Лачина Алена Анатольевна, магистрант кафедры «Экономика и
финансы»
*Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации (Владимирский филиал)*
ул. Тихонравова, 1, г. Владимир, 600037, Россия
lena-lachina@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Gubernatorov Alexey M., doctor of Economics, associate Professor,
Professor of the Department of Business Informatics and Eco-
nomics
*Vladimir state University named after Alexander Grigoryevich
and Nikolai Grigoryevich Stoletov*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
gubernatorov.alexey@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7695-7050

Lachina Alyona A., Master's student of the Department of Economics
and Finance
*Financial University under the Government of the Russian Fed-
eration (Vladimir branch)*
1, Tikhonravov Str., Vladimir, 600037, Russia
lena-lachina@mail.ru

УДК 331.108

**ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ-УЧАСТНИКА ВЭД***Мерзликina В.В., Петров С.В.*

В статье исследуется анализ системы управления персоналом предприятия-участника ВЭД для максимизации наиболее качественного процесса реализации предоставленных полномочий.

Ключевые слова: *система управления персоналом; оптимизация; предприятие-участник ВЭД*

**OPTIMIZATION OF THE PERSONNEL
MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE
PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY***Merzlikina V.V., Petrov S.V.*

The article examines the analysis of the personnel management system of an enterprise participating in foreign economic activity to maximize the most qualitative process of implementing the granted powers

Keywords: *personnel management system; optimization; foreign economic activity*

Совершенствование методов управления персоналом, определение средств, форм и методов осуществления поставленных целей, организация работы по выполнению принятых решений, координация и контроль над выполнением намеченных мероприятий, постоянное совершенствование системы работы с коллективом будет всегда являться основным аспектом в развитии действующей системы управления в динамично развивающемся обществе. Особенно это актуально при организации деятельности в режиме многозадачности и постоянно увеличивающемся объеме работ предприятия-участника ВЭД [1, с. 17].

Управление персоналом – это целенаправленная деятельность руководства организации по формированию системы взаимодействия и включения каждого сотрудника в достижение целей организации, в нашем случае целей участника внешнеэкономической деятельности, охватывающая широкий спектр функций, реализуемых в кадровых процессах [3, с. 72].

В управлении персоналом можно выделять функции общие, или универсальные, пригодные для любого процесса управления, и специфические функции. К универсальным функциям управления относятся: прогнозирование; планирование; организация; координация; регулирование; контроль. Данные функции отражают сущность процесса управления, в том числе персоналом, в сфере воздействия субъекта на объект, при котором они наполняются конкретным содержанием и спецификой проявления. К специфическим функциям управления персоналом относятся: административная функция; функция планирования; функция повышения качества профессиональной деятельности; социальная функция; воспитательная функция; функция мотивации; информационно-аналитическая функция [2, с. 35].

В управлении персоналом чаще всего реализуются такие подходы как: системный; комплексный; маркетинговый; интеграционный; функциональный; динамический; поведенческий; ситуационный.

Совокупность функций и подходов позволяет достичь необходимых целей по оптимизации управления персоналом. В силу повышения объёма документооборота, развития технологий и автоматизации работы, всё чаще в работу внедряется информационно-аналитическая функция с применением функционального и административного подхода. Для этого внедряются различные информационные системы, базы данных, разного рода реестры и регистры [5, с 130].

Одна из самых распространённых систем в работе с документами, которая активно внедряется в том числе и на предприятиях-участниках ВЭД – это приложение система электронного документооборота и делопроизводства (далее СЭДД) «СЭДД АВО»,

предназначенная для учёта, контроля, сопровождения документов и поручений, доведения электронных документов и электронных копий документов и указаний по их внедрению до исполнителей, согласования и подписания проектов документов и справочно-информационной работы.

Однако, как правило, пользователем СЭДД является лишь контрольный отдел кадрового органа, обеспечивающий ведение и заполнение отчётной документации, оформление и внесение соответствующих данных. Вместе с тем, оформление документов исполнителем осуществляется лишь в бумажном виде. А делопроизводителем ставятся отметки в используемой системе как в качестве промежуточных исполнений или полных исполнений поручений руководителя в соответствии с целью направленного документа. При этом ведение СЭДД исполнителем не осуществляется, что в свою очередь не достигает целей функций управления персоналом, указанных выше. Проанализировав исследования считаем возможным сделать вывод об актуальности оптимизации системы управления персоналом и необходимости развития информационно-аналитическая функций управления персоналом с применением функционального и административного подходов [4, с. 37].

Вместе с тем для продолжения развития темы необходимо изучить также необходимость интегрирования всех созданных систем и баз данных в единый программно-аппаратный комплекс, позволяющий не только объединить все имеющиеся системы управления, но и обеспечить контроль оформления документов, решения поставленных задач максимально в электронном виде. Указанные направления считаем необходимым объединить в единую систему в целях более качественного развития предприятия-участника ВЭД.

Список литературы

1. Карташова Л.В. Управление человеческими ресурсами: учеб. пособие. Инфра-М. 2020. 238 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. Инфра-М. 2018. 638 с.

3. Покровская В.Д. Внешнеэкономическая деятельность. Учебник. М.: Юрайт, 2018. 730 с.
4. Стровский Л.Э. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Учебник. Юнити-Дана, 2020. 504 с.
5. Хабибуллина С.А. Служба управления персоналом: от теории к практике // Управление человеческим потенциалом. 2020. № 02. С. 130-137.

References

1. Kartashova L.V. Human resource management: textbook. manual. Moscow: Infra-M, 2020. 238 p.
2. Kibanov A.Ya. Personnel management of the organization. Moscow: Infra-M, 2018. 638 p.
3. Pokrovskaya V.D. Foreign economic activity. Textbook. Moscow: Yurayt, 2018. 730 p.
4. Strovsky L.E. Foreign economic activity of the enterprise. Textbook. Moscow: Unity-Dana, 2020. 504 p.
5. Khabibullina S.A. HR management service: from theory to practice // Human potential management. 2020. No. 02. pp. 130-137.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Мерзликina Виктория Викторовна, студентка специальности «Таможенное дело» Юридического института *Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых* ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
vikcchas@gmail.com

Петров Сергей Валерьевич, доцент кафедры ГПиУТД, кандидат экономических наук Юридического института *Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых* ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
psv01@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Merzlikina Viktoria V., student of the specialty «Customs» of the Law

Institute

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

vikcchas@gmail.com

ORCID: 0000-0002-3119-8289

Petrov Sergey V., Associate Professor, Candidate of Economic Sciences
of the Law Institute

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

psv01@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-9207-4976

УДК 339.564

КРИЗИС ВИДЕОКАРТ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Пылаева А.С.

В статье анализируются кризисная ситуация на потребительском рынке, связанная с недостатком графических процессоров или видеокарт. Выделены и проанализированы основные причины нехватки товара, к которым относятся высокий спрос, низкая скорость международных поставок, недостаточные производственные мощности и рост криптовалют.

***Ключевые слова:** кризис; товар; видеокарты; процессоры; спрос; предложение; производство; криптовалюта*

CRISIS OF VIDEO CARDS IN THE CONSUMER MARKET

Pylaeva A.S.

The article analyzes the crisis situation in the consumer market associated with the lack of graphics processors and video cards. The main reasons for the shortage of goods are highlighted and analyzed, which include high demand, low speed of international deliveries, insufficient production capacity and the growth of cryptocurrencies.

***Keywords:** crisis; goods; video cards; processors; demand; supply; production; cryptocurrency*

Графические процессоры или видеокарты являются важным компонентом для большинства людей, использующих персональный компьютер. Они отвечают за создание изображения на экране ПК, позволяющее просматривать мультимедийный контент и рендеринг сложной трехмерной графики в современных видеоиграх. Они так-

же жизненно важны для творческих профессионалов, поскольку позволяют компьютерам выполнять такие задачи, как графический дизайн, редактирование видео и 3D-анимация.

Даже повседневная работа ПК зависит от видеокарты. Это вынудило многих покупать старые модели десятилетней давности, тратить тысячи долларов на подержанный рынок без гарантии или использовать некачественную интегрированную графику, поставляемую с их процессорами. Нехватка также оттолкнула потенциальных начинающих сборщиков ПК от создания собственных компьютерных систем.

В индустрии видеокарт для ПК доминируют два производителя чипов: Nvidia и AMD. Эти две компании производят почти все выделенные графические процессоры для настольных компьютеров и ноутбуков. Nvidia является лидером серии GeForce RTX, а AMD создает серию Radeon RX.

Новые видеокарты серии GeForce RTX 30 от Nvidia и новые видеокарты серии Radeon RX 6000 от AMD открывают новые горизонты производительности по сравнению с разочаровывающими предложениями последнего поколения, но у большинства людей нет шансов получить их в свои руки, особенно по разумной цене. Запасы новых видеокарт исчезают в считанные минуты, если не секунды, в онлайн-магазинах, часто по безумно высоким ценам. Многие из этих карт вскоре после этого снова появляются на сайтах перепродажи по цене, вдвое превышающей рекомендованную, или больше.

Самая явная причина отсутствия предложения – это постоянный глобальный дефицит кремниевых чипов. Компьютерные микросхемы, также называемые полупроводниками, в основном состоят из элемента, называемого кремнием. Из-за пандемии крупнейшие производители полупроводников в мире, такие как Samsung, были вынуждены полностью замедлить или полностью остановить производство. Эта остановка производства в сочетании с растущим спросом на бытовую электронику, такую как компьютеры и игровые устройства, также вызванная пандемией, затруднила производителям удовлетворение этого спроса.

Хотя нехватка кремниевых чипов серьезно сказалась на рынке видеокарт, это не единственная отрасль, затронутая проблемой поставок. Широкий спектр потребительских товаров, от компьютеров до игровых консолей, таких как PS5 и Xbox, столкнулся с серьезными проблемами доступности и ростом цен.

Спрос на игровое оборудование резко вырос в период локдауна во время пандемии коронавирусной инфекции. В первые дни карантина в США и Китае потрясающая консоль Nintendo Switch стала раскаленной. Стало трудно найти даже сменные контроллеры и некоторые игры. Со временем предложение Nintendo Switch стало намного доступнее, но когда прошлой осенью были выпущены новые видеокарты и консоли следующего поколения PlayStation 5 и Xbox Series X, они также пострадали от непреодолимого спроса (и все еще остаются).

Несмотря на то, что и Nvidia, и AMD заявили, что они поставили столько или больше видеокарт, чем в предыдущие годы, этого все еще было недостаточно для удовлетворения огромного спроса по нескольким различным причинам.

Что касается AMD, то прошлой осенью компания выпустила не только серию Radeon RX 6000, но и лучшие в своем классе процессоры Ryzen 5000 для настольных ПК и ноутбуков, а также консоли следующего поколения, в которых используются чипы AMD, сочетающиеся с Ryzen и Radeon на одном кристалле. В ближайшее время компания также планирует выпустить мобильные графические процессоры серии Radeon RX 6000 для ноутбуков. Каждый из этих продуктов изготавливается на литейном заводе TSMC на Тайване.

TSMC отвечает за большинство продуктов AMD для процессоров и графических процессоров, а Samsung является производителем серии RTX 30 от Nvidia. TSMC не ожидает, что ее герметичность цепочки поставок полностью ослабнет до тех пор, пока в 2023 году не запустятся новые производственные мощности.

Помимо затора TSMC, связанного с AMD, отрасль производства микросхем в целом страдает от проблем с поставками. Даже автопроизводители и Samsung предупреждают, что им сложно угнаться за спросом.

Спрос и предложение – не единственные факторы, затронутые пандемией. Международные перевозки между Азией и Северной Америкой были в полном беспорядке. Доставка товаров в Соединенные Штаты сейчас стоит значительно дороже.

Иной значимой фактором повышения спроса в графичные процессоры в минувшем году считается майнинг криптовалюты, что предполагает собою процедура применения силы компьютерного чипа с целью ввода в пользование новейших токенов. С Целью майнинга криптовалют зачастую применяется вычисляемая мощь видеокарты, также по этой причине в майнинговой конструкции способен являться ряд видеокарт, каковые отнюдь не функционируют в настольном ПК.

Данное выходит объектом диспута из числа множества простых покупателей. Во различие с графичных процессоров, применяемых с целью игр также единой деятельностью, графичные процессоры, применяемые с целью майнинга, применяются со наибольшим границей обрабатывания. Данное обозначает, то что они почти никак не обладают цены присутствия перепродаже в торге прежних во использовании продуктов.

Таким образом, необходимо отметить, что глобальная нехватка видеокарт затрудняет доступ потребителей к ним по справедливой цене. У большинства розничных продавцов, от онлайн-продавцов запчастей, таких как Amazon и Newegg, до крупных магазинов, таких как Best Buy, почти не осталось видеокарт. На веб-сайтах торговых площадок, таких как eBay, цены на перепроданные или бывшие в употреблении графические процессоры в несколько раз выше их первоначальной рекомендованной розничной цены.

Список литературы

1. Головицына М.В. Информационные технологии в экономике: учебное пособие / Головицына М.В. Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. С. 429-435.
2. Официальный сайт технологической компании Nvidia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nvidia.com/ru-ru/> (дата обращения: 21.11.2021).

3. Официальный сайт технологической компании AMD [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amd.com/ru> (дата обращения: 21.11.2021).

References

1. Golovitsyna M.V. Information technologies in economics: textbook / Golovitsyna M.V. Moscow, Saratov: Internet University of Information Technologies (INTUIT), IPR Media, 2020. S. 429-435.
2. The official site of the technology company Nvidia [Electronic resource]. URL: <https://www.nvidia.com/ru-ru/> (date of access: 21.11.2021).
3. The official site of the technology company AMD [Electronic resource]. URL: <https://www.amd.com/ru> (date of access: 21.11.2021).

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Пылаева Александра Сергеевна, ассистент кафедры Государственное право и управление таможенной деятельностью
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
 ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
aspylaeva16@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Pyloeva Aleksandra Sergeevna, assistant at the Department of State law and management of customs activities
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
 87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
aspylaeva16@gmail.com

УДК 338

**ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ
ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ***Губернаторов А.М., Солодова М.Н.*

В представленной статье авторами раскрываются теоретические аспекты информационно-аналитического обеспечения отчета о движении денежных средств. Проводится анализ положительных и отрицательных сторон формирования отчета о движении денежных средств. А также раскрывается сущность отчета о движении денежных средств, которая состоит в том, с помощью информации, содержащейся в отчете, можно произвести оценку перспективной возможности компании создавать положительные потоки денежных средств, причин различия между чистыми доходами организации и связанными с ними поступлениями и платежами и т.д. Проведена краткая сравнительная характеристика методов составления отчета о движении денежных средств.

Ключевые слова: отчет о движении денежных средств; сущность; прямой метод; косвенный метод; информационно-аналитическое обеспечение

ANALYTICAL SUPPORT OF THE CASH FLOW REPORT*Gubernatorov A.M., Solodova M.N.*

In the presented article, the authors reveal the theoretical aspects of information and analytical support of the cash flow statement. The analysis of the positive and negative aspects of the formation of the cash flow statement is carried out. It also discloses the essence of the statement of cash flows, which is that, using the information contained in the statement, it is possible to assess the company's prospective ability to

generate positive cash flows, the reasons for the difference between the organization's net income and related receipts and payments, etc. A brief comparative description of the methods of drawing up the statement of cash flows has been carried out.

Keywords: *cash flow statement; essence; direct method; indirect method; information and analytical support*

Руководителям и финансовым структурам необходима полная, правдивая и детальная информация об историческом изменении денежных средств организации, их эквивалентов за отчетный период, так как именно от оперативности, достоверности и точности предоставляемой информации, зависит исход принятого решения.

Данную информацию можно найти в отчете о движении денежных средств (форма №4), с помощью которого выполняется оценка возможности организации создавать денежные средства и их эквиваленты в процессе движения денежного потока, что обеспечивает принятия правильных решений руководством организации и собственниками.

Отчет состоит из трех разделов:

- денежные потоки от текущих операций (операции в рамках основной деятельности организации);
- денежные потоки от инвестиционных операций (операции, связанные с инвестициями в основные средства, нематериальные активы, выдачей займов и т.п.);
- денежные потоки от финансовых операций (операции по привлечению финансирования, как заемные средства, так и вложения собственников) [1].

Среди плюсов формирования отчета можно выделить следующее:

- отчет является наглядным, его легко может прочесть пользователь без бухгалтерского образования;
- показывает, на какие средства компания может ориентироваться, сколько собственных и заемных средств есть в организации [2].

Но минусы тоже есть, среди них:

- отчет не показывает производительность организации, т.е. положительное сальдо не значит, что организация не находится

в стадии разорения, по нему нельзя определить чистую прибыль, он только фиксирует денежные потоки.

Важнейшей составляющей информационного обеспечения управления движения денежными потоками является бухгалтерская отчетность, в частности отчет о движении денежных средств, который детализирует движение денежных средств по разным видам операций и предоставляет заинтересованным пользователям детальную информацию об остатках денежных средств на начало и конец периода, информацию о всех видах поступлений и расходования денежных средств. На основании полученной информации владельцы бизнеса принимают управленческое решение.

К тому же, информация, представленная в отчете о движении денежных средств, используется не только для управления денежными средствами предприятия. Эти сведения применяются в процессе анализа финансового состояния в целом, так как с помощью этой информации можно проанализировать и оценить различные стороны финансово-хозяйственной деятельности организации.

Из этого следует, что от качества и оперативности информационно-аналитического обеспечения отчета о движении денежных средств зависит финансово-хозяйственная деятельность организации как на текущем, так и на оперативном и стратегическом уровне управления.

Таким образом, надлежащее формирование информации о денежных потоках, ее анализ и оценка являются важными факторами успешной деятельности хозяйствующего субъекта, что подразумевает качественную организацию функций внутреннего управленческого и финансового учета и контроля.

В большинстве случаев на практике, а особенно у представителей малого бизнеса, отсутствует единая методология учетного и аналитического обеспечения – актуальная проблема стремящихся к развитию организаций.

Так, по мнению А.В. Кеменова, процесс разработки информационно-аналитического обеспечения управления потоками денежными ресурсами организации – многоэтапный и сложный процесс, при

организации которого рекомендуется учесть этапность их использования, начальным этап которых как раз и является сбор и накопление базовых данных [3].

Порядок составления отчета регламентирован Положением по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011) (утв. приказом Минфина РФ от 2 февраля 2011 г. N 11н). В зарубежной практике отчет называется Cash Flow Statement (CFS), регламентируется МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств».

И по МСФО и по РСБУ отчет имеют одинаковую структуру, состоящую из трех компонентов (рассмотрено ранее).

Но, не смотря на одинаковую структуру, принципы представления отчета различаются. Существует 2 метода составления: прямой и косвенный.

ПБУ 23/2011 предусматривает только один метод составления отчета о движении денежных средств – прямой, а (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств» предоставляет возможность применения двух методов составления отчетности — прямой и косвенный.

Отчет о движении денежных средств, составленный прямым методом, а также его аналитическая интерпретация позволяют судить о ликвидности организации. Он детально раскрывает движение денежных средств организации, что дает возможность делать оперативные выводы относительно достаточности средств для погашения текущих обязательств, то есть прямой метод также служит для выполнения целей управления денежными потоками, но в меньшей мере.

Косвенный же метод более информативен для целей анализа и позволяет широко применять ситуационное моделирование. Информация отчета о движении денежных средств, составленного косвенным методом, может быть инструментом на стадии принятия решения в процессе текущего, оперативного и стратегического управления денежными потоками.

И прямой, и косвенный метод обеспечивают пользователя отчета важной информацией. Проблемы, свойственные прямому методу составления отчета о движении денежных средств, могут быть решены

путем применения косвенного метода. Однако данный метод также имеет ряд недостатков, что может привести к ряду новых проблем.

Поэтому наиболее полным и эффективным, хоть и трудоемким методом составления отчета является прямой. Проблемы, свойственные этому методу можно решить путем повышения степени автоматизации учета и разработки единого классификатора движений денежных средств для организаций группы и внедрение этого классификатора в обязательное пользование.

Список литературы

1. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99(утв. приказом Минфина РФ от 6 июля 1999 г. N 43н).
2. Деньги: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. 196 с.
3. Кеменов А.В. Управление денежными потоками: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Кеменов А.В. Москва: ЮНИТИ, 2020. 191 с.

References

1. Regulation on accounting “Financial statements of the organization” PBU 4/99 (approved by order of the Ministry of Finance of the Russian Federation of July 6, 1999 N 43n).
2. Money: Study Guide. 2nd ed., Rev. M.: Publishing and Trade Corporation “Dashkov and K”, 2020. 196 p.
3. Kemenov A.V. Cash flow management: a textbook for university students studying in economics and management / Kemenov A.V. Moscow: UNITI, 2020. 191 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Губернаторов Алексей Михайлович, д.э.н., доцент, профессор кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
gubernatorov.alexey@yandex.ru

Солодова Марина Николаевна, магистрант кафедры «Экономика и финансы»

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Владимирский филиал)
ул. Тихонравова, 1, г. Владимир, 600037, Россия
marinka.solodova@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Gubernatorov Alexey M., doctor of Economics, associate Professor, Professor of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir state University named after Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
gubernatorov.alexey@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7695-7050

Solodova Marina N., Master's student of the Department of Economics and Finance

Financial University under the Government of the Russian Federation (Vladimir branch)
1, Tikhonravov Str., Vladimir, 600037, Russia
marinka.solodova@mail.ru

УДК 339.5

**ХАРАКТЕРИСТИКА
ПРАВОВЫХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЕЙ,
ВОЗНИКАЮЩИХ В ПРОЦЕССЕ ОБОСНОВАНИЯ
ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ**

Щека А.А.

Статья посвящена изучению правовых неопределенностей, существующих в процессе таможенного декларирования товаров при ввозе. В статье, в форме кратких тезисов изложены основные положения части системных исследований особенностей работы таможенных органов при таможенном декларировании товаров и выпуске их в процедуре «выпуск для внутреннего потребления».

***Ключевые слова:** декларирование; таможенный контроль; контроль таможенной стоимости; таможенные процедуры*

**CHARACTERISTICS
OF LEGAL UNCERTAINTIES ARISING IN THE PROCESS
OF SUBSTANTIATING THE CUSTOMS VALUE**

Shcheka A.A.

The article is devoted to the study of legal uncertainties existing in the process of customs declaration of goods upon import. In the article, in the form of brief abstracts, the main provisions of the part of the system studies of the peculiarities of the work of customs authorities during the customs declaration of goods and their release in the procedure “release for domestic consumption” are presented.

***Keywords:** declaration; customs control; customs value control; customs procedures*

Характеристика правовых неопределенностей, возникающих при обосновании таможенной стоимости может быть дана лишь осуществив анализ практики таможенного декларирования и фор-

мирования ответов декларанта на запросы дополнительных документов и сведений, поступающих в адрес декларанта со стороны таможенного органа при выпуске товаров, помещённых под таможенную процедуру.

Основной тезис можно сформулировать следующим образом: Права таможенного органа, как обязанности декларанта при обосновании таможенной стоимости не являются безграничными.

Попытаемся создать классификацию правовых неопределённостей, возникающих при ввозе товаров и их декларировании, и имеющий взаимный характер:

1. Неопределённости, связанные с идентификацией товаров;
2. Неопределённости, возникающие при предоставлении преференций;
3. Неопределённости, связанные с условиями поставки товаров;
4. Неопределённости, связанные с расчётом таможенной стоимости и таможенных платежей;
5. Неопределённости, возникающие при формировании пакета документов, предоставляемым на стадии контроля таможенной стоимости.

Раскроем сущность правовых неопределённостей, представленных в этой классификации.

Первая группа проблем связана со спецификой поставок различных товаров на территорию ЕАЭС. Не смотря на очевидность содержания и природы товара, следует принимать во внимание, что таможенные органы работают с документами, позволяющие в полной мере идентифицировать товар, его свойства, количество, назначение на стадии таможенного досмотра при ввозе товаров на территорию ЕАЭС. Для идентификации товара применяются специальные идентификационные таблички, наклейки, транспортировочные отметки, которые могут быть сделаны на упаковке. В процессе транспортировки товара, его хранения, разгрузки, перегрузки, идентификационные таблички и наклейки могут приходить в негодность, портиться, а идентификационная информация может теряться. Часто товар поставляется без идентификационных признаков.

Вторая группа неопределенностей связана с предоставлением преференций при поставке товаров из стран, наименее развитых и развивающихся. Проблемы имеют однородный характер и заключаются в следующем:

1. Сертификат страны происхождения не предоставлен, или форма сертификата страны происхождения неверная;
2. Информация о товаре, его количественных и объёмных характеристиках не соответствует данным фактического контроля на таможенном посту;
3. Реквизиты поставщиков, отправителей указаны с ошибками, не указана страна в адресе поставщика и отправителя;
4. В сертификате страны происхождения отсутствуют оригинальные подписи должностных лиц, используются факсимиле;
5. В сертификате страны происхождения стоят печати и штампы, отличные от тех, которые торговая палата страны экспорта зарегистрировала в таможенных органах Российской Федерации;

Перечисленные проблемы приводят к отказу в предоставлении преференций, которые могут быть восстановлены при переоформлении сертификата страны происхождения.

Третья группа неопределенностей связана с условиями поставки товара. Если рассматривать детально, то становится очевидно, что наибольшее количество проблем возникает при самостоятельном декларировании товаров и транспортных средств начинающими участниками внешнеэкономической деятельности. Избежать возникновения правовых неопределённости позволяет получение декларантом необходимых компетенций, достаточных для:

- Определения правильного кода товара при таможенном декларировании;
- Определения метода расчёта таможенной стоимости;
- Определения корректной структуры таможенной стоимости;
- Определения корректных сумм таможенных платежей;

Основной проблемой правового характера на стадии расчёта сумм таможенных платежей и выпуска товара выступает порядок

формирования таможенным органом запроса на предоставление дополнительных документов и сведений.

В настоящий момент требуется разработать комплекс мер по регулированию порядка расчета и уплаты обеспечения исполнения обязанности по уплате таможенных платежей, в частности:

- автоматизация процесса определения размера обеспечения в целях сведения к минимуму участия в этом процессе таможенного инспектора;
- проведение мониторинга работы таможенных органов по определению размеров обеспечения со стороны ФТС России с целью выявления случаев существенного завышения размеров обеспечения;
- разработка предельных значений размеров обеспечения исполнения обязанности по уплате таможенных платежей по сравнению с фактически подлежащими уплате таможенными платежами.

Четвертая группа правовых неопределённостей, возникающих при таможенном декларировании товаров связана с формированием ответов на запросы таможенных органов и предоставлением документов, не смотря на достаточно глубокую проработанность вопросов документального подтверждения величины таможенной стоимости, декларант не имеет исчерпывающего перечня конкретных документов, необходимых для предоставления в таможенный орган.

Список литературы

1. Смирнов Дмитрий Александрович. Таможенное право: учебно-методическое пособие / Д.А. Смирнов; Яросл. гос. ун-т им. П.Г. Демидова. Ярославль: ЯрГУ, 2017. 48 с.
2. Сальникова А.В. Декларирование товаров и транспортных средств: курс лекций / А.В. Сальникова. Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2020. 100 с. – ISBN 978-5-6043433-4-0. Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/89197.html> (дата обращения: 30.09.2021).

References

1. Smirnov Dmitry Alexandrovich. Customs law: an educational and methodological manual / D.A. Smirnov; Yaroslav State University named after P.G. Demidov. Yaroslavl: YarGU, 2017. 48 p.
2. Salnikova A.V. Declaration of goods and vehicles: a course of lectures / A.V. Salnikova. Saint Petersburg: Troitsky Bridge, 2020. 100 p. – ISBN 978-5-6043433-4-0. Text: electronic // Electronic library system IPR BOOKS : [website]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/89197.html> (accessed: 30.09.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Щека Алексей Александрович, к.э.н., доцент, доцент кафедры
Финансовое право и таможенная деятельность
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
brick_vlad@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Shcheka Aleksei Aleksandrovich, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Finance Law and Cus-
toms Business
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
brick_vlad@mail.ru
ORCID: 0000-0002-0656-6457

УДК 339.5

**МЕРЫ ЗАЩИТЫ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ОТ ВВОЗА
НЕКАЧЕСТВЕННЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ***Стрельцов Р.С.*

Статья посвящена рассмотрению меры защите внутреннего рынка от ввоза некачественных лекарственных средств. В настоящее время ни одна страна мира не способно полностью удовлетворить свои потребности в фармацевтической продукции, что определяет необходимость ввоза лекарственных средств на территорию Российской Федерации. В целях обеспечения безопасности государство принимает различные меры, направленные на защиту внутреннего рынка страны от импорта некачественных и опасных лекарственных средств.

Ключевые слова: ввоз; меры; защита; некачественные лекарственные средства; контрафакт; государственные органы

**MEASURES TO PROTECT
THE DOMESTIC MARKET FROM THE IMPORT
OF SUBSTANDARD MEDICINES***Streltsov R.S.*

The article is devoted to the consideration of the protection of the domestic market from the import of low-quality medicines. Currently, no country in the world is able to fully satisfy its needs for pharmaceutical products, which determines the need to import medicines into the territory of the Russian Federation. In order to ensure security, the state is taking various measures aimed at protecting the country's internal market from the import of low-quality and dangerous medicines.

Keywords: import; measures; protection; low-quality medicines; counterfeit; government agencies.

Рынок лекарственных средств в Российской Федерации характеризуется высокой степенью зависимости от импортозамещения, как самих лекарственных средств, так и фармацевтических субстанций с использованием которых осуществляется производство лекарств на территории страны.

Применение эффективных мер защиты внутреннего рынка лекарственных средств от импорта некачественных, контрафактных и фальсифицированных лекарственных средств является важной частью обеспечения непродовольственной безопасности страны. Реализация механизмов защиты от некачественных импортируемых лекарственных средств особенно актуальна при учете того, что в настоящее время рынок лекарственных средств в Российской Федерации характеризуется высокой долей импорта. Объем продаваемых лекарственных средств, ввозимых в страну, значительно преобладает над объемом отечественных лекарств в стоимостном выражении [1].

В настоящее время на территории Российской Федерации закреплены следующие виды контроля рынка лекарственных средств:

- реализация лицензионного контроля производства лекарственных средств и осуществления фармацевтической деятельности;
- осуществление федерального государственного надзора в области обращения лекарственных средств;
- проведение выборочного контроля качества лекарственных средств.

Как сказано ранее органом, осуществляющим функции государственного надзора в сфере обращения лекарственных средств в Российской Федерации, является Росздравнадзор, такой надзор осуществляется посредством реализации направлений деятельности.

В целях защиты внутреннего рынка Российской Федерации от импорта лекарственных средств используются меры тарифного регулирования, ввозные пошлины. Кроме того, используются меры нетарифного регулирования, которые, на наш взгляд, являются более эффективными.

Федеральная таможенная служба России осуществляет взаимодействие с Росздравнадзором в целях реализации сбора, анализа сведений о сертификатах качества фармацевтических субстанций, ввозимых на территорию Российской Федерации, в целях производства лекарственных средств и последующей реализации как на территории страны, так и за её пределами. Анализ данных сертификатов качества импортируемых фармацевтических субстанций осуществляется в целях контроля их качества и соответствия нормам качества данных субстанций, установленным в Российской Федерации. Кроме сбора и анализа сведений о сертификатах качества фармацевтических субстанций, ввозимых на территорию Российской Федерации, ФТС России и Росздравнадзор осуществляют совместную деятельность в целях предотвращения ввоза на территорию Российской Федерации недоброкачественных, фальсифицированных, контрафактных лекарственных средств посредством осуществления взаимодействия по различным направлениям [2].

В качестве новой меры защиты рынка лекарственных средств Российской Федерации можно выделить введение с 1 июля 2020 г. обязательной маркировки лекарственных средств. Нанесение обязательной маркировки на лекарственные средства осуществляется производителями и импортерами лекарственных средств.

Маркировка позволяет с помощью автоматизированной информации проверить всю информацию о движении лекарственных средств от момента производства (или ввоза на территорию Российской Федерации) до отпуска лекарства конечному потребителю.

Важным в целях повышения эффективности работы системы маркировки лекарственных средств является обучение должностных лиц таможенных органов работе в данной системе [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что эффективность реализации мер по защите внутреннего рынка страны от импорта некачественных и фальсифицированных лекарственных средств напрямую зависит от эффективности построения взаимодействия между государственными органами: ФТС России, Росздравнадзором и др.

Список литературы

1. Поиск изъятых из обращения лекарственных средств [Электронный ресурс]. URL: <https://roszdravnadzor.gov.ru/services/lsearch>.
2. Лаптев И. Без полномасштабного тестирования система маркировки лекарств не справилась с нагрузкой. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/11/29/sistema-markirovki-lekarstv-ne-spravilas-s-nagruzkoy-v-pandemiiu.html>.
3. Маркировка лекарственных средств в РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20201202/markirovka-1587360463.html>.

References

1. Search for drugs withdrawn from circulation [Electronic resource]. URL: <https://roszdravnadzor.gov.ru/services/lsearch>.
2. Laptev I. Without full-scale testing, the drug labeling system did not cope with the load. [Electronic resource]. URL: <https://rg.ru/2020/11/29/sistema-markirovki-lekarstv-ne-spravilas-s-nagruzkoy-v-pandemiiu.html>.
3. Labeling of medicines in the Russian Federation [Electronic resource]. URL: <https://ria.ru/20201202/markirovka-1587360463.html>.

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Стрельцов Роман Сергеевич, доцент кафедры «Финансового права и таможенной деятельности», к.э.н, доцент
*Владимирский государственный университет
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
roman-streltsov@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Streltsov Roman S., Associate Professor of the Department of Financial Law and Customs Activities, Ph.D., Associate Professor
*Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
roman-streltsov@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7889-8111*

УДК 331.1

ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Грибова А.Д., Петров С.В.

В статье рассматривается делегирование полномочий как способ управления персоналом.

Ключевые слова: делегирование полномочий; делегирование; управление; полномочия; эффективность

DELEGATION OF AUTHORITY AS A WAY OF STAFF MANAGEMENT

Gribova A.D., Petrov S.V.

The article discusses delegation of authority as a way of staff management.

Keywords: delegation of authority; delegation; management; authority; efficiency

Большинство организаций проходят стадию бурного роста как неотъемлемый признак успешной деятельности. С увеличением организации увеличивается и объём задач, лежащих на руководителе, которые он не может выполнять единолично. В связи с этим у менеджера возникает необходимость использовать такой метод управления как делегирование полномочий.

Делегирование – это такая организация работы, при которой менеджер передаёт подчинённым некоторые задачи и полномочия для их решения. Таким образом предполагается, что задачи выполняются более эффективно. Если менеджер умеет успешно делегировать, то это значит, что работа подчиняется ему, а не он работе [2, с. 67-70].

Ежедневный объём задач, стоящий перед менеджером, очень часто превышает его временные и физические возможности. Для успешного выполнения этих задач и необходимо делегировать определённые полномочия с целью выполнения работы вместо руководителя. Делегируются только те полномочия, которые необходимы для успешного выполнения поставленной задачи в случае, если менеджер уверен в том, что они будут выполнены на достойном уровне.

Ни один сотрудник, в том числе и менеджер, не может быть достаточно компетентен во всех аспектах обширной трудовой деятельности. Исходя из этого можно сказать, что в подчинении у менеджера обычно находятся работники, которые могут справиться с задачей намного быстрее и успешнее по отдельным вопросам и направлениям его деятельности. Таких работников необходимо, во-первых, идентифицировать, во-вторых, проверить в деле на одной или нескольких тестовых задачах, в-третьих, поощрять и развивать.

В делегировании полномочий задействованы 3 основных элемента [1, с. 13-21]:

1. Полномочия. В рамках предприятия полномочия – это право человека распределять и эффективно использовать свои ресурсы, данный элемент всегда должен быть чётко определён и зафиксирован во внутренних нормативных документах. Каждый, кто обладает определёнными полномочиями должен знать их точный объём. Важно отметить, что для большинства делегируемых полномочий, а особенно для управленческих, вместе с ними передаётся и определённая доля ответственности, как необходимость нести негативные последствия в случае невыполнения на должном уровне поставленных задач.

2. Ответственность. В организации ответственность всегда направлена от сотрудника к руководителю. Передавая сотруднику полномочия, руководитель также возлагает на него ответственность за выполнение поставленной задачи. Таким образом, сотрудник становится ответственным за успешное выполнение задачи.

3. Подотчётность. Подотчётность – это форма контроля хода выполнения задачи. Она возникает в результате осуществления

полномочий, предоставленных сотруднику его руководителем. Сотрудник подотчётен только тому руководителю, который передал ему полномочия.

Исследование, проведённое Harvard Business Review [3, с. 1], доказало то, что делегирование полномочий действительно способно увеличить доходность предприятия и повысить его эффективность. При вдумчивом делегировании и поддержке подчинённые развиваются и расширяют свои возможности в профессиональном поле деятельности.

Существует 6 шагов к эффективному делегированию в менеджменте:

1. Планирование и подготовка. Перед началом процесса делегирования необходимо обдумать задачу и решить кому её делегировать, а также определить какой результат вы хотите получить.

2. Обсуждение делегируемой задачи. Необходимо на подготовительном этапе вовлечь сотрудника в разговор о задаче и убедиться, что процесс реализации и желаемый результат устраивает вас обоих. Этот этап необходим для определения ожиданий и качества выполнения работы.

3. Определение крайнего срока завершения. Необходимо убедиться, что срок выполнения задачи достижим и реалистичен. Если существует возможность того, что понадобится доработка, то необходимо предусмотреть для неё дополнительное время. Это гарантирует что в конечном счёте вы получите результат максимально близкий к желаемому.

4. Обозначение объёма полномочий. Необходимо точно определить уровень полномочий необходимых сотруднику для выполнения поставленной задачи.

5. Создание контрольных точек. Использование контрольных точек поможет вам наблюдать за прогрессом выполнения задачи и своевременно оказать поддержку сотруднику если что-то пошло не так.

6. Подведение итогов. Заключительный этап проходит в двустороннем обсуждении того, как была выполнена делегированная задача. Вы можете поделиться с сотрудником тем, как по вашему

мнению он поступил, а сотрудник, размышляя о своей работе может задавать вам вопросы или рассказывать о том, как бы он поступил если бы мог сделать это снова.

Таким образом, делегирование полномочий помогает упростить задачу менеджеров за счёт переориентации части их рабочих обязанностей, а также позволяет организации в ощутимо короткие сроки значительно повысить свою эффективность, что несомненно приведёт к увеличению эффективности организации за счёт более рационального использования трудовых ресурсов.

Список литературы

1. Календжян С.О. Делегирование полномочий и ответственности: система эффективного управления / С.О. Календжян, Г. Беме. М.: Дело, 2017. 280 с.
2. Урбан М. Успех чужими руками: Эффективное делегирование полномочий. М.: Альпина Паблишер, 2019. 160 с.
3. Thomas N.H. Research: Delegating More Can Increase Your Earnings. [Электронный ресурс] // Harvard Business Review. 2016. 12 августа. URL: <https://hbr.org/2016/08/research-delegating-more-can-increase-your-earnings> – (дата обращения: 10.12.2021).

References

1. Kalendzhyan S.O. Delegation of powers and responsibility: an effective management system / S.O. Kalendjyan, G. Boehme. M.: Delo, 2017. 280 p.
2. Urban M. Success by proxy: Effective delegation of authority. M.: Alpina Publisher, 2019. 160 p.
3. Research N.H. Delegating More Can Increase Your Earnings. [Electronic resource] // Harvard Business Review. 2016. August 12. URL: <https://hbr.org/2016/08/research-delegating-more-can-increase-your-earnings> – (accessed: 10.12.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Грибова Анна Дмитриевна, студент специальности «Таможенное дело» Юридического института

*Владимирский государственный университет
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
gribovaann99@gmail.com*

Петров Сергей Валерьевич, кандидат экономических наук, доцент
кафедры ГПиУТД Юридического института
*Владимирский государственный университет
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
psv01@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Gribova Anna Dmitrievna, student of the specialty “Customs” of the
Law Institute
*Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
gribovaann99@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3696-0487*

Petrov Sergey V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
of the Law Institute
*Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
psv01@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-9207-4976*

УДК 658.5.012.7

ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ-УЧАСТНИКЕ ВЭД

Петров С.В., Тимченко В.И.

В статье рассматриваются возможные способы оптимизации системы контроля на предприятиях-участниках ВЭД.

Ключевые слова: *внутренний контроль; контроль на предприятии; оптимизация контроля; система контроля*

OPTIMIZATION OF THE CONTROLE SYSTEM AT AN ENTERPRISE PATICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Petrov S.V., Timchenko V.I.

The article discusses possible methods for optimizing the control system at enterprises participating in foreign economic activity.

Keywords: *internal control; enterprise control; control optimization; control system*

Проблематика, представленная в данной статье, имеет высокий уровень актуальности. Это проявляется в том, что с 1 января 2013 года, согласно п. 1 ст. 19 № 402-ФЗ любой экономической субъект обязан осуществлять и организовывать внутренний контроль за любыми операциями, которые сказываются на его финансовом положении, как за фактом хозяйственной жизни предприятия [1, п. 1 ст. 19].

В 2013 году Минфин выпустил информационный документ для ускоренного внедрения компаниями системы внутреннего контроля. В документе представлены определение, элементы, правила документирования, способы эффективной организации и оценки вну-

тренного контроля на предприятии. В нём рассмотрены основные проблемы, с которыми могут столкнуться руководители при проведении контроля. Исходя из текста документа, внутренний контроль – это процесс, который направлен на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает соблюдение действующего законодательства, достоверность и своевременность контроля финансовой и иной отчётности, а также поддерживает эффективность и результативность своей деятельности, в том числе сохранность активов, достижение запланированных и оптимальных операционных и финансовых показателей [2, п. 3 ст. 1]. Представленными в документе основными элементами являются:

- 1) контрольная среда;
- 2) оценка рисков;
- 3) процедуры внутреннего контроля;
- 4) информация и коммуникация;
- 5) оценка внутреннего контроля.

При определении контрольной среды устанавливается, что это совокупность стандартов и принципов деятельности экономического субъекта, которые отражают культуру управления предприятия и надлежащего отношения персонала к осуществлению внутреннего контроля. Под оценкой риска понимается выявление и анализ сочетания вероятностей и последствий причин недостижения целей экономическим субъектом. Под процедурами внутреннего контроля понимают документальное оформление факта финансовой деятельности, подтверждение соответствия между документами или установленным к ним требованиям, авторизация сделок и операций, сверка данных, разграничение полномочий и ротация обязанностей, процедуры контроля фактического наличия и состояния организации, надзор за оценкой достижения поставленных целей или показателей и процедуры, связанные с компьютерной обработкой информации. Оценкой внутреннего контроля определяется эффективность, она должна проводиться не реже 1 раза в год (оптимальным можно считать 2 раза в год). Объём, сроки и регулярность данной оценки устанавливается руководителем.

Эффективность проведения внутреннего контроля может значительно снизиться при существенных изменениях в законодательстве или других обстоятельствах независимых от сферы влияния руководителя. Превышение должностных полномочий руководством и совершение крупных ошибок при принятии решений в сфере хозяйственной деятельности также снижают эффективность внутреннего контроля. Эти обстоятельства значительно подрывают результативность проведения внутреннего контроля, а следовательно, и достижение целей экономического субъекта.

Представленные проблемы помогают выделить задачи, представленные руководителям для оптимизации внутреннего контроля на предприятии. Так, нужно сохранять и результативно использовать имеющиеся ресурсы предприятия, проводить своевременную адаптацию экономического субъекта к изменениям во внутренней и внешней среде, а также обеспечивать эффективное функционирование организации и её устойчивость, в том числе поддержка развития в условиях конкурентного рынка [3, с. 37]. Организации не ограничены в выборе способов оптимизации контроля на предприятии, но существует ряд общих методов для повышения шансов достижения поставленной цели.

Специалист в сфере консалтинга Тургаева А.А., выделяет такие методы как [4, с. 4]:

1. Проведение перераспределения обязанностей между сотрудниками с заданной периодичностью для предотвращения злоупотреблений и повышения эффективности.
2. Проведение контрольно-аналитической оценки рентабельности сегментов бизнеса, для более результативного использования ресурсов организации.
3. Внедрение современных технологий контроля планирования продаж, как делегирование обязанностей по планированию продаж с планово-экономического отдела подразделениям отдела сбыта или маркетинга.
4. Внедрение системы ранжирования заказчиков по группам риска по информированности о нём и выполнения им обязанности по расчётам за продукцию.

5. Формирование досье на заказчиков и его регулярное пополнение для повышения эффективности ведения переговоров в дальнейшем.
6. Внедрения систем планирования и учёта денежных средств, финансовых результатов деятельности предприятия.

Обязательность ведения внутреннего контроля на экономических субъектах подчеркивает важность этого элемента в эффективном ведении деятельности предприятия. Российское законодательство даёт возможность стандартизировать ведение контроля для всех организаций. Оптимизация данного процесса является важным фактором во избежание непреднамеренных убытков предприятия и способом внедрения новых и прогрессивных технологий в её управленческую деятельность.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26 июля 2019г. № 247-ФЗ «О бухгалтерском учёте».
2. Информация Минфина № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составление бухгалтерской (финансовой) отчётности».
3. Сунгатуллина Л.Б., Ханова Л.И. Совершенствование организации внутреннего контроля за дебиторские и кредиторские задолженности // Международный бухгалтерский учёт. 2019. № 12. С. 36-46.
4. Тургаева А.А. Практическое применение методов оценки эффективности системы внутреннего контроля в страховых компаниях // Международный бухгалтерский учёт. 2020. № 4. С. 2-11.

References

1. Federal Law of July 26, 2019 № 247-FZ «On Accounting».
2. Information of the Ministry of Finance № PZ-11/2013 «Organization and implementation by an economic entity of internal control of the committed facts of economic life, accounting and preparation of accounting (financial) statements».

3. Sungatullina L.B., Khanova L.I. Improving the organization of internal control over accounts receivable and payable // International accounting. 2019. pp. 36-46.
4. Turgaeva A.A. Practical application of methods for assessing the effectiveness of the internal control system in insurance companies // International accounting. 2020. № 38. pp. 2-11.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Петров Сергей Валерьевич, доцент кафедры ГПиУТД, кандидат экономических наук Юридического института
*Владимирский государственный университет
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
psv01@yandex.ru*

Тимченко Вениамин Игоревич, студент специальности «Таможенное дело» Юридического института
*Владимирский государственный университет
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
dnevnoydozor99@gmail.com*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Petrov Sergey V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Law Institute
*Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
psv01@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-9207-497*

Timchenko Veniamin I., student of the specialty “Customs” of the Law Institute
*Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
dnevnoydozor99@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2237-0251*

УДК 338

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Тесленко И.Б., Субботина Н.О.

В статье представлена характеристика инноваций и инновационной деятельности, как объектов государственного управления. Описаны функции, способы и инструменты государственного управления инновациями. Особое внимание уделено модели «тройной спирали» при реализации инновационной политики.

Ключевые слова: *инновационная деятельность; экономика знаний; национальная инновационная система; модель «тройной спирали»*

INNOVATIVE ACTIVITY AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF THE KNOWLEDGE ECONOMY

Teslenko I.B., Subbotina N.O.

The article presents the characteristics of innovation and innovation activity as objects of public administration. The functions, methods and tools of state innovation management are described. Special attention is paid to the “triple helix” model in the implementation of innovation policy.

Keywords: *innovation activity; knowledge economy; national innovation system; triple helix model*

Инновационная деятельность в настоящее время для многих стран стала неотъемлемой частью системы построения конкурентоспособной и устойчивой экономики.

Сейчас не только высокотехнологичные отрасли, но и многие традиционные производства основываются на научном и информационном потенциале, о чем свидетельствуют серьезные изменения

в тактике и стратегии поведения фирм, новые подходы к реализации многих бизнес-процессов.

Современные вызовы приводят к изменениям в подходах к построению государственной политики и, прежде всего, инновационной.

Об инновациях заговорили еще в начале XX века. Заслугой таких ученых как Й. Шумпетер, Д. Бернал, С. Кузнец, Н.Д. Кондратьев и др. стало развитие теории инноваций, определение их влияния на темпы экономического роста.

Само понятие «инновация» сложное, поэтому и трактуют его ученые по-разному: как предпосылку, процесс, результат, идею, знания и др.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [1].

Создание инновации – долгий и сложный путь, который носит название инновационного процесса или инновационной деятельности [4]. Это последовательное проведение работ по преобразованию новшества в продукцию и выведение ее на рынок для коммерческого применения [3].

Инновационная деятельность во всех странах является объектом государственного управления. Необходимость государственного управления инновационной деятельностью обусловлена их общенациональным значением. В современной экономике инновации – основное средство увеличения прибыли хозяйствующих субъектов. Суть управления инновациями состоит в получении запланированных социально-экономических результатов на основе использования инноваций в хозяйственной деятельности.

Основными функциями государства в инновационной сфере являются:

- создание нормативно-правовой базы реализации инновационных процессов в стране;

- формирование институциональной среды инновационной деятельности;
- создание инновационной инфраструктуры (экосистемы),
- координация инновационной деятельности,
- аккумулярование средств на осуществление инновационной деятельности;
- кадровое обеспечение инновационной деятельности;
- стимулирование инноваций;
- регулирование региональных и международных аспектов инновационных процессов.

Управление инновациями осуществляется разными способами. Выделяют прямые и косвенные.

Прямые – методы административного и нормативно-правового регулирования предполагают развитие институтов поддержки инноваций; сертификацию продукции; формирование инновационных кластеров; поддержку отраслевых ассоциаций; малых инновационных предприятий и др.

Косвенные – методы экономического регулирования [6] стимулируют инновационные процессы за счет предоставления налоговых льгот; субсидирования части процентных ставок по кредитам; отнесения затрат на НИОКР на себестоимость; улучшения среды функционирования бизнеса и др. [6].

Общей тенденцией государственной инновационной политики последних лет в зарубежных странах является переориентация с прямых методов на косвенные. В России в большей мере применяются прямые методы.

Инструментарий управления инновациями делят на несколько групп.

1. Государственные инструменты управления:

- финансово-налоговые (налоговые льготы для инновационных компаний, их прямая финансовая поддержка на уровне федерального, регионального и местного бюджетов);
- законодательно-правовые (законы, постановления, приказы и др.);

- программно-стратегические (федеральные целевые программы, стратегии инновационного развития, государственный заказ).
- 2. Кадровые инструменты [5]:
 - системы подготовки и переподготовки менеджеров и квалифицированных работников, непосредственно участвующих в реализации инновационной деятельности.
- 3. Организационно-структурные инструменты:
 - поддержка инновационных компаний;
 - технопарков, кластеров, особых экономических зон и др.
- 4. Материально-технические инструменты:
 - центры коллективного пользования оборудованием;
 - услуги лизинга и др.
- 5. Финансовые инструменты:
 - субсидии, дотации, налоговые льготы, льготы по аренде, льготы по кредитованию и др. Кардинально новыми инструментами реализации инновационной деятельности являются краудфандинг и краудинвестинг [5].

Инновационную деятельность определяет та или иная принятая в стране инновационной политики. По мнению Д.В. Грибанова, она является составной частью научно-технической и промышленной политики, представляя совокупность социально-экономических мер, направленных на формирование условий для развития производства конкурентоспособной инновационной продукции на базе передовых достижений науки, технологий и техники, а также системы продвижения и реализации продукции и услуг на российском и мировом рынках [2].

По мнению Б.М. Смирнова, по своей природе государственная инновационная политика выражается в активном нормотворчестве, в деятельности по целеполаганию, укреплению и изменению базисных отношений в инновационной сфере, договоренностей по ключевым вопросам между государством и инновационным сообществом [2].

В современных условиях основная задача инновационной политики состоит в создании национальной инновационной системы (НИС).

Концепция национальных инновационных систем сформировалась в 80-е годы XX века. Значительный вклад в понимание НИС внесли зарубежные исследователи К. Фриман Р. Нельсон, С. Меткалф, Б.-А. Лундвалл, Пател, Павитт и др. Все они рассматривали НИС как систему институтов, которые определяют границы государственной инновационной политики и влияют на ее эффективность.

В отечественной науке Н. Иванова определяет НИС как совокупность взаимосвязанных организаций (научные и производственные компании, университеты, лаборатории, технопарки, инкубаторы и др.), занятых производством и коммерческой реализацией научных знаний и технологий в пределах национальных границ. Это в том числе и комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационные процессы.

По своей структуре НИС состоит из бизнес-сектора, государственного сектора, научно-исследовательского сектора; общественных организаций; зарубежных партнеров по инновационной деятельности [10].

Ключевой целью НИС является создание благоприятной экономической и правовой среды, формирование инновационной инфраструктуры, оптимизация механизмов государственного содействия коммерциализации результатов научных исследований и разработок.

В разных странах формируется своя оригинальная национальная инновационная система. *В последнее годы в ряде стран Европы, в США и Японии стала развиваться модель «тройной спирали».*

Она была предложена Г. Ицковицем и Л. Лейдесдорфом для описания разных стадий (уровней) сотрудничества (государственной, либеральной или рыночной и гибридной) трех участников национальной инновационной системы: государства, университетов и промышленности на каждом этапе создания инновационного продукта. Если ранее, взаимодействие между институтами было линейным, то сейчас оно напоминает сцепление спиральных структур ДНК, позволяя участникам перенимать отдельные характеристики друг друга [7], что делает связь между ними более эффективной [10].

На государственнической стадии осуществляется контроль над наукой и промышленностью, слабо используется потенциал уни-

верситетов. На либеральной (рыночной) стадии государство, университеты и промышленность функционируют автономно: взаимодействие участников затруднено, синергетический эффект их функционирования недостижим.

Связь всех трех участников позволяет укреплять конкурентоспособность компаний благодаря внедрению передовых технологий с высокой добавленной стоимостью [10].

Становлению модели «тройной спирали» НИС препятствует целый ряд барьеров: отсутствие перспективного мышления, непонимание потребностей и условий функционирования других секторов, различия во взглядах на цели научных исследований, на вопросы интеллектуальной собственности, несовпадение организационных культур, и как результат – проблемы в области коммуникаций, координации потребностей и ожиданий всех участников и выработки оптимального формата сотрудничества.

В России основной объем научных фундаментальных исследований приходится не на университеты, а на институты Академии наук. Вузы в основном осуществляют подготовку кадров и меньше нацелены на науку. Государственное регулирование инновационной деятельности в России в большей мере относится к централизованному, ведомственному типу [9].

Что касается крупного бизнеса, то компании в последнее время стали постепенно поворачиваться лицом в науку, создают собственные исследовательские подразделения или институты. Главной проблемой инновационного развития является недостаточная активность остальных предприятий с точки зрения объемов, периодичности и результативности проводимых ими НИОКР.

В целом во взаимодействии государства с другими участниками по-прежнему доминируют вертикальные отношения, не отвечающие современным инновационным требованиям [9].

Подводя общий итог, следует отметить, что состояние НИС любой страны определяется проводимой инновационной политикой, нормативной правовой поддержкой, соотношением уровня прямого и косвенного государственного вмешательства, сложившимся со-

стоянием научно-технологического и промышленного комплекса, рынков научно-технического производства, товарных рынков, рынков труда, а также историей и культурой, традициями и достопримечательностями государства [1].

В современных условиях все большее значение приобретает координация действий основных субъектов инновационного процесса, что делает объективным постепенное формирование модели «тройной спирали» НИС. Синергетический эффект, который эта модель создает, на практике способен обеспечить устойчивое развитие социально-экономической системы.

Список литературы

1. Груздев В.М. Роль и значение национальных инновационных систем в модернизации национальной экономики. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-znachenie-natsionalnyh-innovatsionnyh-sistem-v-modernizatsii-natsionalnoy-ekonomiki>.
2. Государственная инновационная политика: понятие, уровни, принципы. <http://elibrary.ru>; Д.В. Грибанов.
3. Инновационная деятельность. Основные термины. Инновационное развитие и перспективные инновационные проекты ЮФУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inno.sfedu.ru/node/69>.
4. Инновация. Понятие инновации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.catback.ru/articles/theory/venture/innovation.htm>.
5. Инструменты реализации инновационных проектов. <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-realizatsii-innovatsionnyh-proektov> О.Н. Быкова, Д.А. Профатилов.
6. Курманбаева, Бермет Жолдошовна диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.01 Санкт-Петербург 2010 <http://dlib.rsl.ru>; Государственное регулирование инновационной деятельности рыночных структур.
7. Опыт формирования предпринимательских университетов в контексте модели «тройной спирали». https://kapital-rus.ru/articles/article/opyt_formirovaniya_predprinimatelskih_universitetov_v_kontekste_modeli_troj/

8. Соотношение понятий инновация, нововведение, новшество. https://vuzlit.ru/390107/sootnoshenie_ponyatiy_innovatsiya_novovvedenie_novshestvo.
9. «Тройная спираль» в инновационной системе России. И. Дежина, В. Киселева. <https://institutiones.com/innovations/265-q-q-.html>.
10. Управление цепочками поставок в государственном секторе: модель «тройной спирали» и координация инновационных экологических инициатив. <http://elibrary.ru>.

References

1. Gruzdev V.M. The role and importance of national innovation systems in the modernization of the national economy. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-znachenie-natsionalnyh-innovatsionnyh-sistem-v-modernizatsii-natsionalnoy-ekonomiki>.
2. State innovation policy: concept, levels, principles. <http://elibrary.ru> ; D.V. Griбанov.
3. Innovative activity. Basic terms. Innovative development and promising innovative projects of SFU. [electronic resource]. – Access mode: <http://inno.sfedu.ru/node/69>.
4. Innovation. The concept of innovation. [electronic resource]. – Access mode: <http://www.catback.ru/articles/theory/venture/innovation.htm>.
5. Tools for implementing innovative projects. <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-realizatsii-innovatsionnyh-proektov> O.N. Bykova, D.A. Profatilov.
6. Kurmanbayeva, Bermet Zholdoshevna dissertation... Candidate of Economic Sciences: 08.00.01 St. Petersburg 2010 <http://dlib.rsl.ru> ; State regulation of innovative activity of market structures.
7. The experience of the formation of entrepreneurial universities in the context of the “triple helix” model. https://kapital-rus.ru/articles/article/opyt_formirovaniya_predprinimatelskih_universitetov_v_kontekste_modeli_troj/.
8. The relationship of the concepts of innovation, innovation, innovation. https://vuzlit.ru/390107/sootnoshenie_ponyatiy_innovatsiya_novovvedenie_novshestvo.
9. “Triple helix” in the innovation system of Russia. I. Dezhina, V. Kiseleva. <https://institutiones.com/innovations/265-q-q-.html>.

10. Supply chain management in the public sector: the triple helix model and coordination of innovative environmental initiatives. <http://elibrary.ru>.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Тесленко Ирина Борисовна, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
iteslenko@inbox.ru

Субботина Наталья Олеговна, старший преподаватель кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
nosgnom@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Teslenko Irina Borisovna, Doctor of Economics, Professor, head of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
iteslenko@inbox.ru
ORCID: 0000-0003-1625-5844

Subbotina Natalia Olegovna, senior lecturer of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
nosgnom@mail.ru

УДК 330.47

СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Уланов Е.А., Конохова В.Е.

Статья посвящена описанию текущего состояния информационного сектора в России. Тема работы весьма актуальна, так как в век цифровизации информация является важным фактором производства. В статье рассмотрено развитие российского информационного сектора, выделены особенности данной сферы деятельности. Приведена статистика создания и использования информационных продуктов российскими компаниями. Рассмотрены примеры ИТ-компаний, действующих на информационном рынке. Результатами исследования являются обобщение актуальной информации, формирование выводов на основе анализа статистики.

Ключевые слова: *информационный бизнес; ИТ-компании; информационный сектор экономики*

THE STATE OF THE RUSSIAN INFORMATION SECTOR OF THE ECONOMY

Ulanov E.A., Konyukhova V.E.

The article is devoted to the description of the current state of the information sector in Russia. The topic of the work is very relevant, since in the age of digitalization, information is an important factor of production. The article examines the development of the Russian information sector, highlights the features of this field of activity. Statistics on the creation and use of information products by Russian companies are given. Examples of IT companies operating in the information market are considered. The results of the study are the generalization of relevant information, the formation of conclusions based on the analysis of statistics.

Keywords: *information business; IT-companies; information sector of the economy*

В век цифровизации потребности населения в информации стремительно растут, что приводит к появлению большого количества информационных продуктов и развитию информационного предпринимательства.

Рынок информации является новой областью экономических исследований. Раньше считалось, что знания – это нематериальный ресурс, который не связан с экономикой. Научно-технический прогресс и цифровизация доказали, что информация – это товар. В настоящее время знания являются одним из важнейших ресурсов развития общества, наряду с материальными и человеческими.

Информационный сектор экономики – это подсистема реального экономического сектора, которая объединяет компании, занимающиеся предоставлением информационных продуктов и услуг. Главной задачей таких предприятий является производство информации, ее обработка, хранение и передача. Информация выступает продуктом, который приносит основной доход предприятию.

В настоящее время информационные компании являются ведущими, наряду с топливно-энергетическими корпорациями. Всеобъемлющая цифровизация, повсеместное применение информационных технологий – все это способствует развитию данного сектора экономики.

Развитие информационного сектора подтверждается следующими фактами: растет доля доходов отраслей, основным продуктом которых является знание; информация становится важным условием развертывания научно-технического прогресса; большая часть населения трудоустроена в отраслях информационного сектора; информационные технологии стали доступными практически каждому человеку.

Российский информационный рынок отличают следующие особенности: неоднородность рынка в зависимости от региона – наиболее развитым регионом является Москва; основными покупателями являются юридические лица и государственные учреждения; недостаточное экономико-организационное и правовое регулирование.

В настоящее время российский информационный рынок успешно интегрируется в мировое пространство. Новейшие информационные

технологии появляются практически одновременно и на зарубежных и на российском рынке. В настоящее время информационный рынок эффективно обеспечивает государственные информационные потребности. Однако развитие российского информационного сектора затрудняется из-за нехватки мощного оборудования и отсутствия системной государственной политики.

О востребованности информационного бизнеса в России свидетельствуют данные об организациях, которые производят или используют информационные продукты (таблица 1).

Таблица 1.

**Удельный вес организаций, использовавших Интернет
в коммерческих целях в 2020 г. (в процентах от общей численности
обследованных организаций) [1]**

Число предприятий – численность работников предприятия	Удельный вес организаций, использовавших Интернет в коммерческих целях	из них использовавших Интернет для:	
		получения электронной продукции	распространения электронной продукции
Всего	66,5	32,1	7,7
50 – до 50 человек	56,5	24,3	6,6
15 – 51-100 человек	92,8	48,1	10,0
16 – 101-200 человек	94,3	52,4	10,1
61 – 201-250 человек	95,2	56,6	10,9
87 – 251-500 человек	96,0	59,9	11,4
18 – 501-1000 человек	97,0	66,7	11,8
4 – от 1001 до 5000 человек	99,6	74,3	15,2
5 – от 5001 до 10000 человек	88,4	76,4	19,2
6 – от 10001 человек и более	96,7	87,8	35,6

По данным РосСтата [1], 32,1% всех предприятий получают информационные продукты и только 7,7% из них сами продают их. Наибольший процент в обеих категориях зафиксирован у предприятий, численность работников которых составляет более 10000 человек. Большой коллектив нуждается в качественном управлении, для этого требуется больше информационных продуктов в области менеджмента. Для того чтобы создавать информационные продукты, необходима большая команда специалистов. Процессы созда-

ния и использования информационных продуктов взаимосвязаны.

Примером субъекта на информационном рынке является группа российских ИТ-компаний «Ланит» – лидер отрасли информационных технологий. Группа занимается разными видами деятельности: разработкой и внедрением ИТ-проектов, ИТ-консалтингом, сервисным обслуживанием, обучением персонала, сервисной поддержкой и другим.

По данным РАЕХ, в 2020 году «Ланит» заняла первое место в рейтинге ИТ-компаний по выручке за предоставление информационных услуг [2]. Доход группы компаний составил 216,8 млрд. руб., рост по сравнению с 2019 годом составил 24,8% [2]. Также группа компаний уже третий год сохраняет почетное третье место в рейтинге «Самые крупные ИТ-компании по версии TAdviser» [4].

К особенностям деятельности группы компаний «Ланит» можно отнести то, что информационный продукт создается под индивидуальные требования заказчика, компания активно взаимодействует с государственными учреждениями, регулярно организуются социальные мероприятия, создаются региональные подразделения, развивающие информационный рынок на местах.

Еще одним примером субъекта на информационном рынке может служить компания «Softline». Она является основным мировым поставщиком ИТ-технологий, который работает на рынках России, СНГ, Юго-Восточной Азии, Латинской Америки и Индии. «Softline» разрабатывает комплексные технологические решения, занимается лицензированием программного обеспечения и предоставляет широкий спектр ИТ-услуг. Оборот компании за 2020 год составил 1,8 млрд. долларов, а рост по сравнению с 2019 годом – 8,9% [5].

Компанию «Softline» отличает низкий уровень конкуренции в развивающихся странах, независимость от экономических ситуаций из-за диверсификации доходов и потребителей по странам и отраслям. Вместе с тем у компании есть проблемы в виде наличия сильных конкурентов в развитых странах, возможного ухудшения отношений с основным поставщиком Microsoft, на который приходится 48% оборота [6].

Существуют проблемы, которые мешают развиваться российскому информационному сектору экономики. Это факторы, ограничивающие развитие информационных технологий. К ним относят: нехватку квалифицированных специалистов; недостаточно высокую популярность профессий в сфере информационных технологий; небольшое количество российских исследований мирового уровня; историческое отставание; несовершенство институциональных условий ведения бизнеса по ряду направлений; недостаточный спрос на информационные технологии со стороны государства; недостаточный уровень координации действий органов государственной власти и институтов развития по вопросам развития информационных технологий; слабое использование возможностей государственно-частного партнерства в области обучения и исследований [7].

Перспективы развития российского информационного сегмента экономики определяются «Стратегией развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025» [7] и «Стратегией развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» [8].

Основными перспективами российского информационного сектора экономики являются: создание центров по разработке и исследованию информационных технологий, а также привлечение высококвалифицированных специалистов; совершенствование системы безопасности с целью защиты конфиденциальной и стратегически важной информации; укрепление позиций страны на мировом рынке по продаже информационных продуктов.

Подводя общий итог, можно сказать, что информационный сектор в России находится в стадии развития. В российских компаниях информационные продукты больше покупают, чем создают. При этом выручка многих компаний, занимающихся созданием и распространением информационных продуктов и услуг, растет даже в условиях текущего кризиса, вызванного пандемией.

Для многих компаний информационного сектора пандемия стала триггером развития. Для отечественного информационного

рынка характерно множество проблем. Однако новые изменения в организации труда и производства, связанные с коронакризисом, открывают значительные перспективы для его дальнейшего развития.

Список литературы

1. Итоги федерального статистического наблюдения по форме № 3-информ «Сведения об использовании цифровых технологий и производстве связанных с ними товаров и услуг»// rosstat.gov.ru URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/3-inform.html>
2. Дальние – дали// raex-rr.com URL: https://raex-rr.com/business/it/rating_of_it_companies_by_revenue
3. CNews100: Крупнейшие ИТ-компании России 2020// cnews.ru URL: https://www.cnews.ru/reviews/rynok_it_itogi_2020/review_table/a5bdc7ff4a688cdd22f0ec71b34a5b0ca796b044
4. ТОП-7 ИТ-КОМПАНИЙ РОССИИ// computerra.ru URL: <https://www.computerra.ru/274184/top-7-it-kompanij-rossii/>
5. COMPANY'S PROFILE// softline.ru URL: https://softline.ru/uploads/files/97b616/0c9d5f/b97bae/PROFILE_2021_RU.pdf
6. Обзор компании Softline в преддверии IPO// journal.open-broker.ru URL: <https://journal.open-broker.ru/investments/obzor-kompanii-softline-v-preddverii-ipo/>
7. Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года // URL: https://digital.gov.ru/common/upload/Strategiya_razvitiya_otrasli_IT_2014-2020_2025.pdf
8. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 // URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>

References

1. The results of the federal statistical observation on form No. 3-inform “Information on the use of digital technologies and the production of related goods and services”// rosstat.gov.ru URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/3-inform.html>

2. Distant – distant// raex-rr.com URL: https://raex-rr.com/business/it/rating_of_it_companies_by_revenue
3. CNews 100: Russia's Largest IT Companies 2020// cnews.ru URL: https://www.cnews.ru/reviews/rynok_it_itogi_2020/review_table/a5bd c7ff4a688cdd22f0ec71b34a5b0ca796b044
4. TOP-7 IT COMPANIES IN RUSSIA// computerra.ru URL: <https://www.computerra.ru/274184/top-7-it-kompanij-rossii/>
5. COMPANY'S PROFILE// softline.ru URL: https://softline.ru/uploads/files/97b616/0c9d5f/b97bae/PROFILE_2021_RU.pdf
6. Review of Softline on the eve of the IPO// journal.open-broker.ru URL: <https://journal.open-broker.ru/investments/obzor-kompanii-softline-v-preddverii-ipo/>
7. Strategy for the development of the information technology industry in the Russian Federation for 2014–2020 and for the future until 2025 // URL: https://digital.gov.ru/common/upload/Strategiya_razvitiya_otrasli_IT_2014-2020_2025.pdf
8. Decree of the President of the Russian Federation No. 203 of 09.05.2017 // URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Уланов Евгений Александрович, старший преподаватель кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
evgeniyulnv@rambler.ru

Конюхова Валерия Евгеньевна, студентка кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
lera.konykhova@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Ulanov Evgeny Aleksandrovich, senior lecturer of the Department of Business Informatics and Economics

Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia

evgeniyulnv@rambler.ru

Konyukhova Valeria Evgenyevna, student of the Department of Business Informatics and Economics

Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia

lera.konykhova@gmail.com

УДК 328.185

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ УЩЕРБА ПОСЛЕДСТВИЙ КОРРУПЦИИ

Хижная А.В., Шпилевская Е.В., Фоменко М.В.

В данной статье рассмотрены основные вопросы, связанные с пониманием проблемы коррупции на современном этапе развития нашего общества в свете роста числа экологических катастроф техногенного характера. В работе поднимается вопрос о необходимости исследования коррупционных явлений с позиции оценки ущерба, который они наносят как экономике, так и другим сферам жизнедеятельности человека, в частности окружающей среде.

Ключевые слова: коррупция; экология; ущерб; капитал; глобализация; экономика; денежные средства

TO THE QUESTION OF ASSESSMENT OF DAMAGE CONSEQUENCES OF CORRUPTION

Khizhnaya A.V., Spilevskaya E.V., Fomenko M.V.

This article examines the main issues related to understanding the problem of corruption at the present stage of development of our society in the light of the growing number of man-made environmental disasters. The paper raises the question of the need to study corruption phenomena from the perspective of assessing the damage they cause both to the economy and to other spheres of human life, in particular the environment.

Keywords: corruption; ecology; damage; capital; globalization; economy; money

Введение

Коррупция, как многофакторное явление экономической, политической и социальной сфер, сегодня представляет собой угрозу глобального характера. Последствия коррупционных преступлений за-

трагивают не только экономику отдельно взятых стран, но наносят урон в масштабах всего человечества. Сложность оценки последствий коррупционных явлений, наличие временных лагов между коррупционными деяниями и их результатом заставляют взглянуть на данное явление не только как на преступления, связанные с злоупотреблением своих должностных полномочий, но и как на преступления против человечества. Необходимость данного подхода к оценке коррупционных преступлений особенно оправдана в свете анализа последствий экологических катастроф (утечка дизельного топлива в Норильске, незаконная вырубка леса в Сибири, взрыв в Ухте на НПЗ «ЛУКОЙЛ-Ухтанефтепереработка», взрыв цистерн в Находке и др.).

Изучение причины ряда экологических катастроф, случившихся в 2020 г., обнаруживает факт халатного отношения со стороны проверяющих органов, которые должны были своевременно выявить возможные нарушения в эксплуатации объектов. Но, как правило, проверки в данных случаях носят формальный характер, коррупционные схемы, позволяют решить все вопросы с допусками, штрафами и предписаниями, а также ответственности за последствия экологических катастроф.

Следует отдельно подчеркнуть, что последствия коррумпированности российских чиновников в приведенных примерах опасны не только для России, но отражаются на состоянии экосистем всего земного шара, что подчеркивает глобальность данной проблемы

Методы исследования

В работе применялись методы анализа полученных сведений и изучение разнообразных источников информации.

Результаты исследования

Сущность коррупции заключается в полном слиянии криминальной и теневой экономики; сообществ, деятельность которых направлена на организованные преступления; террористических организаций с банковской сферой; коммерческими структурами и представителями органов государственной власти и управления [1]. В условиях глобализации, коррупция выходит за рамки отдельной

страны и становится инструментом, который глобальные корпорации используют для решения вопросов о доступе к природным ресурсам, снижения затрат на переработку и утилизацию отходов, необходимости соблюдения экологических норм. Коррупционер с погоне за сиюминутной выгодой наносит урон, последствия которого ощутит на себе несколько поколений.

Обсуждение

Примером вышеперечисленных коррупционных действий и фактов может послужить ситуация, произошедшая 29 мая 2020 года в Норильске, причиной которой послужила разгерметизация бака с дизельным топливом, с последующим его выбросом в воды, таким образом против данной организации были возбуждены уголовные дела, связанные с нарушением правил охраны окружающей среды. На комбинате существовала коррумпированная система, которая заключалась в тесном переплетении власти и бизнеса. Так, из источников СМИ о данной катастрофе весь мир узнал только лишь на третий день, потому как вышестоящие органы управления компании «Норильский никель» должным образом пытались скрыть произошедшую экологическую ситуацию, так как на данном предприятии были проблемы, связанные с подкупом лиц, отвечающих за осмотр места происшествия и лиц, отвечающих за распределение бюджетных средств на постройку предприятия, но на все это органы местного самоуправления г. Норильска «закрывали глаза».

Из вышесказанного видно, что при переплетении власти и заинтересованных лиц, выступающих в качестве руководителей какой-либо организации, происходят такие ситуации, которые могут вредить окружающей среде. Из-за алчности чиновников-коррупционеров и погони за собственной выгодой страдает самое ценное, что есть на этой планете – флора и фауна Земли.

Вследствие нерешительности преодоления коррупционных преступлений, а также хаотичности мер, направленных на предотвращение коррупции, Россия продолжает оставаться в числе самых коррумпированных стран мира [2].

Заключение

Для того, чтобы увеличить эффективность антикоррупционной политики, считаем необходимым проводить регулярный мониторинг антикоррупционных инструментов. Кроме того, требуется пересмотр подходов к оценке масштаба коррупционных преступлений и их последствий. В целом, борьба с коррупцией, должна приобрести глобальный характер, в перед международным сообществом в перспективе встанет вопрос о разработке единого подхода к оценке коррупционных преступлений и единых методов противодействия коррупции.

Список литературы

1. Шпилевская Е.В., Гарина Е.П., Левчук В.В. Коррупция как проявление одной из форм теневой экономики // Механизм противодействия коррупции и развития антикоррупционного законодательства в России и за рубежом. Сборник научных статей по материалам региональной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2020. С. 86-90.
2. Мусина Н.И., Мухина Т.Г., Яркова Д.Д. Историко-педагогический анализ развития системы профессиональной подготовки сотрудников российской полиции (милиции): XVIII–XXI вв. // Вестник Мининского университета. 2021. Т9. №3.

References

1. Shpilevskaya E.V., Garina E.P., Levchuk V.V. Corruption as a manifestation of one of the forms of the shadow economy // Mechanism for combating corruption and the development of anti-corruption legislation in Russia and abroad. Collection of scientific articles based on the materials of the regional scientific and practical conference. Rostov-on-Don, 2020. pp. 86-90.
2. Musina N.I., Mukhina T.G., Yarkova D.D. Historical and pedagogical analysis of the development of the system of professional training of Russian police officers (militia): XVIII–XXI centuries. // Bulletin of Minin University. 2021. T9. No. 3.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Хижная Анна Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент
Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина

ул. Ульянова, 1, г. Нижний Новгород, 603950, Россия
xannann@yandex.ru

Шпилевская Елена Вячеславовна, кандидат экономических наук,
доцент
Южный университет (Институт Управления, Бизнеса и
Права)»
пр. М. Нагибина, 33А/47, г. Ростов-на-Дону, 344068, Россия
shpilevskaya@list.ru

Фоменко Марина Викторовна, кандидат философских наук, доцент
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
пер. Стремянный, 36, г. Москва, 117997, Россия
maryfom@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Khizhnaya Anna Vladimirovna, candidate of pedagogical sciences,
associate professor
Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
2, Ulyanov Str., Nizhny Novgorod, 603005, Russia
ORCID: 0000-0003-0034-2353
xannann@yandex.ru

Shpilevskaya Elena Vyacheslavovna, candidate of economic sciences,
associate professor
Southern University
33A/47, M. Nagibin Ave., Rostov-on-Don, 344068, Russia
shpilevskaya@list.ru
ORCID: 0000-0003-0072-5717

Fomenko Marina Viktorovna, candidate of philosophical sciences,
associate professor
Plekhanov Russian University of Economics
36, Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russia
maryfom@mail.ru
ORCID: 0000-0003-0986-2312

УДК 331

УПРАВЛЕНИЕ РАЗНООБРАЗИЕМ В СМЕШАННЫХ КОМАНДАХ

Челнокова Е.А., Синева Н.Л., Соловьёва Ю.А.

Авторами статьи проведено исследование особенностей управления и взаимодействия в смешанных командах при переводе рабочих процессов в цифровой формат. Полученные выводы и результаты особенно актуальны в период перехода на дистанционный формат во время пандемии COVID-19 и могут быть реализованы в организациях любых сфер деятельности.

Ключевые слова: *управление разнообразием персонала; эмоциональный интеллект; система*

DIVERSITY MANAGEMENT IN MIXED TEAMS

Chelnokova E.A., Sineva N.L., Solovyeva Yu.A.

The authors of the article conducted a study of the features of management and interaction in mixed teams when transferring work processes to digital format. The findings and results are especially relevant during the transition to a remote format during the COVID-19 pandemic and can be implemented in organizations of any field of activity.

Keywords: *personnel diversity management; emotional intelligence; system*

Введение

Глобализация экономики, развитие технологий и переход многих процессов в цифровой формат (будь он заранее спланированным или вынужденным) приводят к тому, что над проектами всё чаще работают люди разных поколений, образования, культуры, которые при этом могут находиться в географически удаленных точках и взаимодействовать преимущественно дистанционно. При этом в условиях постоянных изменений ценность вклада каждого в общий резуль-

тат может не соотноситься с уровнем образования или опытом, что разрушает традиционные представления об иерархии и авторитете.

Методы исследования: анализ и синтез.

Результаты исследования

Авторы статьи рассматривают разнообразие участников не как препятствие, а как ресурс для повышения эффективности. Многочисленные исследования демонстрируют, что диверсифицированные команды часто оказываются успешнее однородных – например, в создании инноваций и принятии бизнес-решений. Но то, насколько участники такой команды будут готовы работать вместе, зависит от навыков каждого.

Существуют проблемы диверсифицированных команд, такие как недопонимание из-за культурных различий, разных систем ценностей; стереотипы участников команды относительно друг друга, мешающие конструктивному взаимодействию; необходимость больших усилий для поддержания в условиях цифровой коммуникации эмоциональной связи, без которой невозможна командная работа.

Авторы выделяют универсальные навыки, которые помогают их решать: умение доверять; умение управлять своими эмоциями; умение работать с конфликтами, а не замалчивать их; способность выражать и аргументировать свое мнение; готовность и способность делиться знаниями с другими участниками команды, готовность учиться у коллег, совместно учиться новому для достижения результатов – навык социального обучения.

В смешанных командах, по мнению авторов исследования, важно сочетание следующих навыков у участников: эмоционального интеллекта, который позволяет анализировать свои и чужие эмоции, исключить недопонимание, объяснять друг другу свои потребности, наладить конструктивное взаимодействие; способности выстраивать сложные системы коммуникации, в том числе в цифровой среде; навыка проектного управления, чтобы каждый в команде понимал логику рабочего процесса; настрой на развитие (growth mindset) – способности и готовности учиться в течение всей жизни, в том числе и тому, что необходимо команде в конкретной ситуации.

Итак, нужно воспринимать разнообразие команд как благо, а не как предмет преодоления. Делать ставку на многообразие как ценность на долгосрочную перспективу. Это движение от культуры индивидуальности к культуре персонализации [1].

Обсуждение

Один из способов развить навыки для работы в диверсифицированных командах – научиться взаимодействию со сложными социальными системами. Сложные системы складываются из множества составляющих, взаимодействие которых порождает такие свойства системы, которыми элементы по отдельности не обладают. Особенность сложных систем – в невозможности прогнозировать их развитие по поведению отдельных элементов, поскольку требуется анализ не всегда очевидных связей и умение видеть картину в целом.

Навык анализа сложных систем и проектирования взаимодействия с ними позволяет: чувствовать себя не винтиком в сложном механизме компании, а агентом, чья инициатива может менять систему и влияет на общий результат; находить правильную мотивацию для других членов команды; видеть роль индивидуальных и коллективных взаимодействий [2].

Для эффективной работы в смешанных командах авторы статьи предлагают следовать определенным правилам:

1. Освободиться от предвзятости. Упрощающие категории бывают необходимы, но их следует использовать только в качестве отправной точки.

2. В начале каждого нового проекта сообща разрабатывать правила совместной деятельности, которые могут быть зафиксированы в виде устава. Так все участники с разными ценностями и рабочими привычками будут понимать, что ждут от них остальные.

3. Сделать вопросы о личном мнении и чувствах естественной частью коммуникации в команде.

4. Использовать утверждения, поясняющие психологические состояния. Тогда в команде станет привычным не додумывать мотивацию коллег и не скрывать конфликты, а открыто обсуждать и искать пути их решения.

5. Играть в командные игры, которые помогают разобраться с собственной мотивацией и мотивацией коллег в неформальной обстановке.

6. Взаимопонимание в мультикультурных командах во многом зависит от навыков лидера: насколько умело он может модерировать коммуникацию.

Заключение

Таким образом, команда является своеобразной средой формирования навыков. Если участники команды обладают настроением на взаимное обучение и способны выстроить эффективную коммуникацию, то команда становится обучающим сообществом, в котором происходит обмен знаниями и развитие широкого спектра навыков – профессиональных и надпрофессиональных. Всё это становится результатом совместных исследований, проектирования, решения сложных задач.

Список литературы

1. Сафонов К.Б. Модернизация подходов к регулированию системы корпоративных коммуникаций современной организации // Наука Красноярья. 2021. Т. 10. № 4-3. С. 135-139.
2. Суренская Н.С., Илюхин А.Г. Эмпирический анализ содержания психологических компетенций менеджеров по активным продажам // Вестник Мининского университета. 2021. № 4. Том 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-4-5> (дата обращения 8.12.21).

References

1. Safonov K.B. Modernizatsiya podkhodov k regulirovaniyu sistemy korporativnykh kommunikatsiy sovremennoy organizatsii // Nauka Krasnoyar'ya. 2021. T. 10. № 4-3. S. 135-139.
2. Surenskaya N.S., Ilyukhin A.G. Empirical analysis of the content of psychological competencies of active sales managers // Vestnik Mininskogo universiteta. 2021. № 3. Tom 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-4-5> (data obrashcheniya 8.12.21).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Челнокова Елена Александровна, доцент, кандидат пед. наук

*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
chelnelena@gmail.com*

Синева Надежда Леонидовна, доцент, кандидат пед. наук
*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
sinevan12015@gmail.com*

Соловьева Юлия Алексеевна, студент
*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
alexeevna.iul@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Chelnokova Elena Alexandrovna, candidate of pedagogical sciences, associate professor
*Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
ORCID: 0000-0001-8673-6032
chelnelena@gmail.com*

Sineva Nadezda Leonidovna, candidate of pedagogical sciences, associate professor
*Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
ORCID: 0000-0002-7766-6017
sinevan12015@gmail.com*

Solovyeva Yulia Alexeevna, student
*Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
alexeevna.iul@yandex.ru*

УДК 331

**КОГНИТИВНАЯ ГОТОВНОСТЬ
ЛИДЕРА К УПРАВЛЕНИЮ МНОГООБРАЗИЕМ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Челнокова Е.А., Синева Н.Л., Соловьева Ю.А.

В статье анализируются условия формирования и реализации персонализированных навыков и надпрофессиональных компетенций лидеров в VUCA-мире. Авторы делают акцент на когнитивной готовности лидера и персонала организации в условиях непредсказуемого развития событий, выделяя его компоненты и признаки сформированности.

Ключевые слова: *управление разнообразием персонала; лидерство*

**LEADER'S COGNITIVE READINESS FOR DIVERSITY
MANAGEMENT: THEORETICAL ASPECT**

Chelnokova E.A., Sineva N.L., Solovyeva Yu.A.

The article analyzes the conditions for the formation and implementation of personalized skills and supra-professional competencies of leaders in the VUCA world. The authors focus on the cognitive readiness of the leader and the organization's personnel in the face of unpredictable development of events, highlighting its components and signs of formation.

Keywords: *staff diversity management; leadership*

Введение

Ускоряющиеся технологические, экономические и социальных изменения в современных организациях требуют от своих руководителей, менеджеров, лидеров обладания целым комплексом навыков, одни из которых связаны с мышлением, другие – с взаимодействием с другими людьми.

Методы исследования: анализ и синтез.

Результаты исследования

Для обозначения мира непредсказуемых и быстрых изменений в бизнес-среде используется термин американских военных – VUCA.

VUCA-мир – мир, в котором принимают решения в условиях нестабильности (volatility), неопределенности (uncertainty), сложности (complexity) и неоднозначности (ambiguity) [1]. Закономерно, что для обозначения навыка, необходимого для выживания в таком мире, подходит военный термин «когнитивная готовность» (cognitive readiness).

Когнитивная готовность – состояние ума, позволяющее успешно действовать «на поле боя» в условиях непредсказуемого развития событий. Среди навыков, обеспечивающих когнитивную готовность, выделяют мастерство принятия решений, критическое мышление, развитое внимание, межличностную проницательность.

В мире VUCA нельзя рассчитывать только на способности лидера, успех зависит от когнитивной готовности всей команды. Только если каждый ее участник способен принимать адекватные решения, команда будет успевать адаптироваться к изменениям. Задача лидера знать, что каждый в компании обладает такими полномочиями и к ним готов. Важно уметь мыслить не с позиции детерминизма (определенности и неопределенности), а с позиции вероятности (возможности развития разных сценариев). Чем быстрее скорость изменений, тем менее актуален бинарный взгляд и важнее навык вероятностного мышления.

Авторы статьи выделяют компоненты когнитивной готовности лидера: *внимательность* – умение активно управлять вниманием как ограниченным ресурсом; *осмысление* (конструирование смыслов) – умение при недостатке информации быстро соединить известные точки для понимания «карты» меняющегося мира, чтобы иметь возможность действовать в нем; *самопознание* и *самоконтроль* – управление своим поведением и эффективностью (организации и люди, обладающие навыками метапознания, рефлексиируют до, во время и после решения задач); *интуиция* – базируется на экспертном опыте, который позволяет не осознавать каждый раз весь мыслительный процесс; *адаптивность* – способность и желание менять свои мысли, отношение, поведение в зависимости от меняющихся условий; *решение проблем* – аналитический подход к систематическому решению сложных вопросов; *коммуникация* – обмен информацией и эмоциями (быть услышанным, быть понятым, получить доверие и быть вдохновленным на действия).

Обсуждение

Перечисленные когнитивные навыки влияют на переход приоритетов в деятельности от стремления к определенности к осознанию вариативности. Подготовленный лидер характеризуется следующими признаками: обращает внимание на внешний мир, прислушивается к малейшим сигналам грядущих изменений; уделяет время дискуссиям, оценке перспектив, презентации пробных версий продуктов и решений; не стремится любым способом избежать неудачи, проводит ревизию неудач, чтобы вынести из них уроки; поощряет умение принимать самостоятельные решения у всех сотрудников организации и создает возможности для их реализации.

Концепция распределенного лидерства предполагает, что любой участник команды, обладающий знаниями, идеями и мотивацией для решения конкретной проблемы, может взять на себя ответственность и организовать ее решение. Такая концепция может работать и в иерархической организации, когда сотрудники на любой ступени иерархии самостоятельно принимают решения в рамках своих должностных обязанностей. От руководителей требуется брать на себя ответственность за принятие решений и доверять ответственность другим, что невозможно без развитых навыков взаимодействия: умения делегировать, договариваться, слышать другую т. зр.

Несмотря на осознание необходимости изменений модели лидерства, организациям и руководителям не так просто перестроить свое поведение. Одной из причин может быть подсознательное стремление использовать в ситуации нестабильности то, что раньше принесло результат. И развитие лидерами навыков, которых требует время, снова откладывается на потом.

Заключение

Подводя итоги, авторы отмечают, что вопреки страху перед неизвестным лидерам нужно отказаться от успешных в прошлом моделей поведения и начать формировать новые навыки. При этом важно понимать, что именно лидеры формируют культуру компании, создающую условия для развития тех или иных навыков и компе-

тенций. Таким образом, руководитель может организовать условия для управления вниманием, когда работники могут оградиться от раздражающих факторов, создать организационные механизмы, позволяющие каждому выдвигать идеи и решения в ответ на любые изменения ситуации; поощрять самостоятельные решения сотрудников, организовывать обсуждения успехов и неудач, не наказывая за последние.

Список литературы

1. Пителинский К.В., Маковой С.О., Сигида М.П. Роботизированные бионические аппараты как средство эффективной реализации управленческих решений в VUCA-мире – изучение зарубежного военного опыта // Оборонный комплекс – научно-техническому прогрессу России. 2021. № 2 (150). С. 49-57.
2. Суренская Н.С., Илюхин А.Г. Эмпирический анализ содержания психологических компетенций менеджеров по активным продажам // Вестник Мининского университета. 2021. № 4. Том 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-4-5> (дата обращения 8.12.21).

References

1. Pitelinskiy K.V., Makovey S.O., Sigida M.P. Robotizirovannyye bionicheskiye apparaty kak sredstvo effektivnoy realizatsii upravlencheskikh resheniy v VUCA-mire – izucheniye zarubezhnogo voyennogo opyta // Oboronnyy kompleks – nauchno-tekhnicheskomu progressu Rossii. 2021. № 2 (150). S. 49-57.
2. Surenskaya N.S., Ilyukhin A.G. Empirical analysis of the content of psychological competencies of active sales managers // Vestnik Mininskogo universiteta. 2021. № 3. Tom 9. – URL: <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2021-9-4-5> (data obrashcheniya 8.12.21).

ДАнные об авторах

Челнокова Елена Александровна, доцент, кандидат пед. наук
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина

ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
chelnelena@gmail.com

Синева Надежда Леонидовна, доцент, кандидат пед. наук
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический
университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
sinevanl2015@gmail.com

Соловьева Юлия Алексеевна, студент
ФГБОУ ВО Нижегородский государственный педагогический
университет им. К. Минина
ул. Ульянова, 1, г. Н. Новгород, 603950, Россия
alexeevna.iul@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Chelnokova Elena Alexandrovna, candidate of pedagogical sciences,
associate professor
Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
ORCID: 0000-0001-8673-6032
chelnelena@gmail.com

Sineva Nadezda Leonidovna, candidate of pedagogical sciences,
associate professor
Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
ORCID: 0000-0002-7766-6017
sinevanl2015@gmail.com

Solovyeva Yulia Alexeevna, student
Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1, Ulyanov St., Nizhniy Novgorod, 603950, Russia
alexeevna.iul@yandex.ru

УДК 336.77

ДОГОВОР ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Шаназарова Е.В., Савельева О.Е.

В статье поднимаются вопросы ипотечного кредитования, а так же раскрываются особенности договора ипотечного кредитования. Под ипотекой понимается выдача кредита на приобретение жилья под залог приобретенного жилья. Для урегулирования всех вопросов, связанных со сделкой, между заемщиками и банком заключаются ипотечные договоры. Банковский документ регламентирует порядок передачи денежных средств, залог, обязанности и права сторон. Всякие неточности в условиях или формулировках могут в последствии привести к признанию договора недействительным. Вследствие этого особое внимание уделяется составлению и регистрации.

Ключевые слова: ипотечное кредитование; договор; условия договора; заемщик; банк

MORTGAGE LOAN AGREEMENT AND ITS FEATURES

Shanazarova E.V., Savelyeva O.E.

The article raises the issues of mortgage lending, as well as reveals the features of the mortgage lending agreement. A mortgage is understood as the issuance of a loan for the purchase of housing secured by the purchased housing. To resolve all issues related to the transaction, mortgage agreements are concluded between borrowers and the bank. The bank document regulates the procedure for transferring funds, collateral, obligations and rights of the parties. Any inaccuracies in the terms or wording may subsequently lead to the recognition of the contract as invalid. As a result, special attention is paid to the compilation and registration.

Keywords: mortgage lending; contract; terms of the contract; borrower; bank

Ипотечный договор определяет порядок взаимоотношений между заемщиком и банком. При его составлении они руководствуются Федеральным законом № 102-ФЗ от 16 июля 1998 года, № 122-ФЗ от 21 июля 1997 года, № 214-ФЗ от 30 декабря 2004 года, № 221-ФЗ от 24 июля 2007 года и законодательными нормами Жилищного кодекса Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации.

Так, перед регистрацией квартиры в новостройке или покупкой на вторичном рынке обе стороны могут заключить предварительное соглашение об оплате депозита или других условиях бронирования недвижимости до получения полной оплаты. Этот документ не имеет ничего общего с документом, составленным в банке. Для получения заемных средств и передачи права собственности составляется договор купли-продажи, на основании которого банк оформляет свой кредитный договор.

Ипотечный договор-важный документ, в котором отражены все детали сделки. Собственно, в нем и прописаны условия погашения и выдачи кредита, размер штрафов за просрочку, ограничения по залугу и т.д.

Особенности оформления ипотечного кредита состоит из нескольких этапов, одним из завершающих этапов является заключение кредитного договора. Но это не последний этап, как многие считают. Сначала заемщик получает одобрение ипотеки, затем выбирает подходящую недвижимость, собирает документы на нее и отправляет в банк для анализа. И только в том случае, если банк удовлетворен недвижимостью, начинается окончательная процедура регистрации: между продавцом и покупателем составляется предварительный договор купли-продажи. Как правило его готовит агентство недвижимости.

Необходимо отметить, что ипотека считается выданной в момент получения продавцом денег, а не в момент подписания кредитного договора.

Банки могут создавать свои собственные модели ипотечных соглашений, но все они обязаны соответствовать нормам закона. Сегодня, в России действует Закон об ипотеке ФЗ-102, статья 9 которого объясняет, что должно быть включено в договор. Всего в этом законе определено 6 обязательных пунктов:

1. В документе необходимо указать предмет ипотеки, ее оценка, сроки возврата.

2. Описание предмета ипотеки, а именно приобретенной и заложенной недвижимости, ее местонахождение.

3. Результат оценки недвижимости, который является обязательным для всех сделок.

4. Абсолютное описание обязательства с указанием полной суммы и основания его возникновения.

5. Периодичность и сроки внесения платежей для погашения кредита.

6. Если оформляется ипотека, информация об этом указывается в договоре.

В общем, договор купли-продажи квартиры по ипотеке представляет собой полное описание сделки. В нем прописаны права и обязанности сторон, ограничения на использование предмета залога, параметры кредита и т.д. Если у заемщика возникнут какие-либо вопросы в процессе оплаты, он найдет их в тексте соглашения.

Ипотечный договор – это объемный документ. Обычно банки дают заемщикам время ознакомиться с договором, выслать его образец в свой личный кабинет. Таким образом, на момент подписания клиент уже знаком со всем, что обычно указано в документе.

В общем, заемщик должен прочитать абсолютно все, что написано в документе. В этом случае он будет знаком со всеми аспектами возвращения. Например, обычно при регистрации в устной форме не оговариваются важные детали: порядок досрочного погашения, ограничения на действия с недвижимостью, размер штрафов в случае просрочки, не разъясняется ситуация, если вовремя не выплачена страховка и т.д.

Если вы возьмете основную часть кредитного договора по ипотеке Сбербанка, ВТБ и всех других банков, то в нем содержится следующая важная информация:

- первая страница всегда содержит характеристики самого кредита. На видном месте прописываются процентная ставка, сумма кредита, сумма ежемесячного платежа, срок погашения кредита, валюта выдачи;

- условия и процентная ставка, при которых банк может ее повысить, прописаны отдельно. Как правило это касается неуплаты обязательного страхования недвижимости, невозобновления права собственности или личного страхования;
- количество ежемесячных платежей и дата платежа. Это день месяца, когда деньги уже должны быть на счете, банк спишет их, чтобы погасить долг;
- порядок досрочного погашения ипотеки. Все варианты изменения графика, если идет речь о досрочном частичном закрытии кредита.

В конце документа обязательно прописываются все реквизиты сторон. С одной стороны это банк и один заемщик или созаемщик с другой. Договор составлен в нескольких экземплярах, один должен остаться у банка, один – у заемщика.

В соглашении также могут быть прописаны в одностороннем порядке условия повышения ставки банком. Причиной может быть только невыполнение заемщиком обязательства по продлению действия страховых полисов.

Законом не предусмотрено единого стандарта договоров ипотечного кредита, они составляются юристами банков по своему усмотрению. Но в законе говорится о фактах, которые должны быть отражены в договоре. Все банки соблюдают это.

Если покупатель еще не получил деньги, то расторжение возможно на любом этапе. Если даже договор уже подписан. Сам факт выдачи ипотеки начинается с момента получения продавцом денег.

Ипотечный договор определяет условия предоставления заемного капитала физическому лицу на покупку жилья. В нем указаны условия платежей по кредиту, права и обязанности сторон. Вы можете получить образец стандартного договора об ипотеке в банке через онлайн-сервисы сразу после утверждения ипотеки. Также банк может заказать услугу по подготовке договора купли-продажи недвижимости, для того чтобы снизить риски неправильного оформления документов и возможного отказа от ипотеки.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Шаназарова Елена Витальевна, кандидат юридических наук, доцент факультета права и управления кафедры публично-правовых дисциплин Владимирского юридического института ФСИН России

*Владимирский Юридический институт ФСИН России
ул. Большая Нижегородская, 67Е, г. Владимир, 600020, Россия
alyonarov@mail.ru*

Савельева Ольга Евгеньевна, доцент кафедры Финансовое право и таможенная деятельность

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

*ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
oes57@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Shanazarova Elena Vitalyevna, Associate Professor of Public and Law Department of VLI of the FPS of Russia, PhD (Law)

*Vladimir law Institute of the FPS of Russia
67E, Bolshaya Nizhegorodskaya Str., Vladimir, 600020, Russia
alyonarov@mail.ru*

Savelyeva Olga Evgenyevna, Associate Professor at the Department of Finance Law and Customs Business

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

*87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
oes57@mail.ru*

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

(<http://kras-science.ru/>)

Цель журнала – создание профессиональной площадки для обсуждения комплексной проблематики по вопросам международной и социально-экономической политики, экономики, управления, права и продвижения результатов российских научных исследований в глобальном научно-информационном пространстве.

Журнал «**Наука Красноярья**» осуществляет публикацию наиболее значимых научных работ, открывающих пути инновационной научно-практической деятельности, научно-исследовательских работ, разработок, инновационных программ и проектов для обеспечения конкурентных преимуществ экономики регионов России, а также результатов эмпирических исследований и экспериментов в сфере социально-экономической политики как в России, так и за рубежом. Особое внимание уделяется различным аспектам международного сотрудничества в области экономической теории, экономики, управления и права.

Требования к оформлению статей

Объем статей: 7–12 страницы формата А4, включая таблицы, иллюстрации, список литературы; для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук – 7–9. Рукописи большего объема принимаются по специальному решению Редколлегии.

Поля все поля – по 20 мм.

Шрифт основного текста Times New Roman

Размер шрифта основного текста 14 пт

Межстрочный интервал полуторный

Отступ первой строки абзаца 1,25 см

Выравнивание текста по ширине

Автоматическая расстановка переносов включена

Нумерация страниц не ведется

Формулы в редакторе формул MS Equation 3.0

Рисунки по тексту

Ссылки на формулу (1)

Обязательная структура статьи

УДК

ЗАГЛАВИЕ (на русском языке)

Автор(ы): фамилия и инициалы (на русском языке)

Аннотация (на русском языке)

Ключевые слова: отделяются друг от друга точкой с запятой (на русском языке)

ЗАГЛАВИЕ (на английском языке)

Автор(ы): фамилия и инициалы (на английском языке)

Аннотация (на английском языке)

Ключевые слова: отделяются друг от друга точкой с запятой (на английском языке)

Текст статьи (на русском языке)

1. Введение.

2. Цель работы.

3. Материалы и методы исследования.

4. Результаты исследования и их обсуждение.

5. Заключение.

6. Информация о конфликте интересов.

7. Информация о спонсорстве.

8. Благодарности.

Список литературы

Библиографический список по ГОСТ Р 7.05-2008

References

Библиографическое описание согласно требованиям журнала

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Фамилия, имя, отчество полностью, должность, ученая степень, ученое звание

Полное название организации – место работы (учебы) в именительном падеже без составных частей названий организаций, полный юридический адрес организации в следующей последовательности: улица, дом, город, индекс, страна (на русском языке)

Электронный адрес

SPIN-код в SCIENCE INDEX:

DATA ABOUT THE AUTHORS

Фамилия, имя, отчество полностью, должность, ученая степень, ученое звание

Полное название организации – место работы (учебы) в именительном падеже без составных частей названий организаций, полный юридический адрес организации в следующей последовательности: дом, улица, город, индекс, страна (на английском языке)

Электронный адрес

RULES FOR AUTHORS

(<http://kras-science.ru/>)

The mission of the journal is to create a professional space for discussing complex issues of international and socio-economic policy, economics, management, law and promoting the results of Russian scientific research studies in the global scientific information space.

Krasnoyarsk Science publishes the most significant scientific papers on innovative issues, research, development, innovative programmes and projects to foster economic growth of the Russian regions, results of empirical research and experiments in both Russian and international socio-economic policies. Special emphasis is made on various aspects of international cooperation in the field of economic theory, economics, management and law.

Requirements for the articles to be published

Volume of the manuscript: 7–24 pages A4 format, including tables, figures, references; for post-graduates pursuing degrees of candidate and doctor of sciences – 7–10.

Margins all margins – 20 mm each

Main text font Times New Roman

Main text size 14 pt

Line spacing 1.5 interval

First line indent 1,25 cm

Text align justify

Automatic hyphenation turned on

Page numbering turned off

Formulas in formula processor MS Equation 3.0

Figures in the text

References to a formula (1)

Article structure requirements

TITLE (in English)

Author(s): surname and initials (in English)

Abstract (in English)

Keywords: separated with semicolon (in English)

Text of the article (in English)

1. Introduction.

2. Objective.

3. Materials and methods.

4. Results of the research and Discussion.

5. Conclusion.

6. Conflict of interest information.

7. Sponsorship information.

8. Acknowledgments.

References

References text type should be Chicago Manual of Style

DATA ABOUT THE AUTHORS

Surname, first name (and patronymic) in full, job title, academic degree, academic title

Full name of the organization – place of employment (or study) without compound parts of the organizations' names, full registered address of the organization in the following sequence: street, building, city, postcode, country

E-mail address

SPIN-code in SCIENCE INDEX:

СОДЕРЖАНИЕ

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Бердникова А.Е., Монако Т.П.	7
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	
Давыдова Т.В.	13
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОКУПАТЕЛЕМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	
Ершова Е.Ю.	18
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ) НА РЫНКЕ	
Панушкина А.М., Шевченко Е.А.	23
ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	
Миркина О.Н.	33
СОДЕРЖАНИЕ РЕПУТАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ НОРМАТИВНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Розанова Н.Н.	39
ОСНОВНЫЕ HR-ТРЕНДЫ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ	
Кошевенко С.В.	49
SMART-ТЕХНОЛОГИЯ «УМНЫЙ ГОРОД» (ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ)	
Демирова В.А., Вазина М.К.	54
К ВОПРОСУ ОЦИФРОВИЗАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	
Абдуллаев Н.В., Хваталова Е.С.	60
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕКРУТМЕНТЕ ПЕРСОНАЛА	
Аксянов Н.С., Левизов А.С.	68
ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	
Баринов М.А.	82

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	
Быстрова Н.В., Казначеева С.Н., Макарова Н.В.	86
УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ	
Ерлыгина Е.Г., Шувалова В.О.	93
К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕХОДА К «РЕЕСТРОВОЙ МОДЕЛИ» ВЫДАЧИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ	
Зайчиков Я.В., Илюк Е.Д.	98
ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ПРИНУДИТЕЛЬНОГО ИСПОЛНЕНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	
Зайчиков Я.В., Митрофанова Ж.С.	103
ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕДАГОГОВ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ	
Красва И.А., Хижная А.В., Синева Н.Л.	108
К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА СОЦИАЛЬНУЮ СФЕРУ	
Куликова И.Ю.	114
МЕРЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА СНИЖЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ – УЧАСТНИКА ВЭД	
Кулинская И.И.	124
ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ВОЗНИКНОВЕНИЕ И УРОВЕНЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО РИСКА	
Кулинская И.И.	129
АНАЛИЗ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	
Ловкова Е.С., Мишачева Е.С.	133
РАССЛЕДОВАНИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ БОРЬБЫ С ПРОТИВОПРАВНЫМИ ДЕЯНИЯМИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТАМОЖЕННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ)	
Мешков Д.Н.	138
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ НОВОЙ ОСОБО ОПАСНОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ SARS-COV-2	
Мешкова К.Н.	143
ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	
Сесорова О.В., Красильникова Ю.С., Антонова В.В.	148

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА В ЭПОХУ БЫСТРЫХ ПЕРЕМЕН	
Синева Н.Л., Зотова В.А., Феофанова Т.Д.	154
В2В ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ЭМПАТИИ	
Синева Н.Л., Яшкова Е.В., Соколов В.А.	159
ЭЛЕМЕНТЫ КОНЦЕПЦИИ КОМПЛЕКСНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА НА БАЗЕ СОЗДАНИЯ СИТУАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ	
Трунин Г.А.	164
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ В МАРКЕТИНГЕ	
Пылаева А.С.	169
ESG-ФАКТОРЫ КАК ДРАЙВЕРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ И ШАГ В СТОРОНУ ОТ УГЛЕРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ	
Трунин Г.А.	174
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ (ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ)	
Ксенофонтова Т.Ю.	179
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ГЧП В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ	
Демина О.В., Губернаторов А.М.	184
ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Ерлыгина Е.Г., Васильева А.Д.	190
АНАЛИЗ ОШИБОК, ВОЗНИКАЮЩИХ В ПРОЦЕССЕ ТАМОЖЕННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ	
Князев Д.В.	195
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК	
Князев Д.В.	200
ЛОГИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ «ИННОВАЦИЯ»	
Губернаторов А.М., Лачина А.А.	205
ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ-УЧАСТНИКА ВЭД	
Мерзликina В.В., Петров С.В.	212

КРИЗИС ВИДЕОКАРТ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ	
Пылаева А.С.	217
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	
ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	
Губернаторов А.М., Солодова М.Н.	222
ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВОВЫХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЕЙ,	
ВОЗНИКАЮЩИХ В ПРОЦЕССЕ ОБОСНОВАНИЯ	
ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ	
Щека А.А.	228
МЕРЫ ЗАЩИТЫ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ОТ ВВОЗА	
НЕКАЧЕСТВЕННЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ	
Стрельцов Р.С.	233
ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ КАК СПОСОБ	
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	
Грибова А.Д., Петров С.В.	237
ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ	
НА ПРЕДПРИЯТИИ-УЧАСТНИКЕ ВЭД	
Петров С.В., Тимченко В.И.	242
ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА	
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ	
Тесленко И.Б., Субботина Н.О.	247
СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО	
СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	
Уланов Е.А., Конюхова В.Е.	256
К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ УЩЕРБА ПОСЛЕДСТВИЙ КОРРУПЦИИ	
Хижная А.В., Шпилевская Е.В., Фоменко М.В.	264
УПРАВЛЕНИЕ РАЗНООБРАЗИЕМ В СМЕШАННЫХ	
КОМАНДАХ	
Челнокова Е.А., Синева Н.Л., Соловьева Ю.А.	269
КОГНИТИВНАЯ ГОТОВНОСТЬ ЛИДЕРА К УПРАВЛЕНИЮ	
МНОГООБРАЗИЕМ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	
Челнокова Е.А., Синева Н.Л., Соловьева Ю.А.	274
ДОГОВОР ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ	
И ЕГО ОСОБЕННОСТИ	
Шаназарова Е.В., Савельева О.Е.	279
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ	284

CONTENTS

FEATURES OF THE FORMATION OF HUMAN CAPITAL IN MODERN CONDITIONS	7
Berdnikova A.E., Monako T.P.	7
FEATURES OF BUSINESS MANAGEMENT IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY AT THE PRESENT STAGE	13
Davydova T.V.	13
EXPERIMENTAL MARKETING: INTERACTION WITH THE BUYER IN A PANDEMIC	18
Ershova E.Y.	18
RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR OF PRODUCTS (WORKS, SERVICES) ON THE MARKET	23
Panushkina A.M., Shevchenko E.A.	23
FACTORS OF COMPETITIVENESS OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES	33
Mirkina O.N.	33
CONTENT OF THE REPUTATION OF A REGIONAL POWER IN THE CONTEXT OF A NORMATIVE ASSESSMENT OF ITS PERFORMANCE	39
Rozanova N.N.	39
THE KEY HR TRENDS IN CORPORATE TRAINING	49
Koshevenko S.V.	49
SMART TECHNOLOGY “SMART CITY” (LITERATURE REVIEW)	54
Demirova V.A., Vazina M.K.	54
DIGITALIZATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES	60
Abdullaev N.V., Khvatalova E.S.	60
THE USE OF MODERN TECHNOLOGIES IN STAFF RECRUITMENT	68
Axyanov N.S., Levizov A.S.	68
FORMATION OF THE MECHANISM OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE	82
Barinov M.A.	82
ROLE OF STATE AND MUNICIPAL PURCHASES IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY	86
Bystrova N.V., Kaznacheeva S.N. Makarova N.V.	86

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	
Erlygina E.G., Shuvalova V.O.	93
TO THE QUESTION ABOUT THE POSSIBILITY OF TRANSITION TO THE "REGISTER MODEL" OF ISSUING EXECUTIVE DOCUMENTS	
Zaichikov Y.V., Ilyuk E.D.	98
DIGITALIZATION IN THE FIELD OF ENFORCEMENT: TRENDS AND PROSPECTS	
Zaichikov Y.V., Mitrofanova Zh.S.	103
PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF TEACHERS AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE FIELD OF EDUCATION	
Kraeva I.A., Khizhnaya A.V., Sineva N.L.	108
ON THE QUESTION OF THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE SOCIAL SPHERE	
Kulikova I.Yu.	114
MEASURES AIMED AT REDUCING LOGISTICAL RISKS IN THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY	
Kulinskaya I.I.	124
FACTORS INFLUENCING THE OCCURRENCE AND LEVEL OF LOGISTICAL RISK	
Kulinskaya I.I.	129
ANALYSIS OF BUSINESS MODELS IN MODERN ORGANIZATIONS	
Lovkova E.S., Mishacheva E.S.	133
CRIME INVESTIGATION AS AN IMPORTANT COMPONENT OF THE FIGHT AGAINST ILLEGAL ACTS IN THE SPHERE OF ECONOMY (ON THE EXAMPLE OF CUSTOMS CRIMES)	
Meshkov D.N.	138
PROBLEMS OF PERSONNEL POLICY DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC OF A NEW PARTICULARLY DANGEROUS CORONAVIRUS INFECTION SARS-COV-2	
Meshkova K.N.	143
FEATURES OF MANAGEMENT IN THE SPHERE OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT	
Sesorova O.V., Krasilnikova Yu.S., Antonova V.V.	148

TO THE QUESTION OF THE FORMATION OF PERSONNEL'S COMPETENCIES IN THE EPOCH OF RAPID CHANGE Sineva N.L., Zotova V.A., Feofanova T.D.	154
B2B FOR DIGITAL EMPATHY Sineva N.L., Yashkova E.V., Sokolov V.A.	159
ELEMENTS OF THE CONCEPT OF INTEGRATED SECURITY OF THE REGION BASED ON THE CREATION OF SITUATIONAL CENTERS Trunin G.A.	164
ANALYSIS OF CONTEMPORARY PROBLEMS IN MARKETING Pylaeva A.S.	169
ESG FACTORS AS DRIVERS OF TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN ECONOMY AND A STEP AWAY FROM THE CARBON ECONOMY Trunin G.A.	174
INNOVATIVE APPROACHES TO DETERMINING THE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF TOP MANAGEMENT ORGANIZATIONS (LITERATURE REVIEW) Ksenofontova T.Yu.	179
INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE PPP PROJECTS IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE Demina O.V., Gubernatorov A.M.	184
THE CONCEPT AND ESSENCE OF THE MARKETING ACTIVITY OF THE ENTERPRISE Yerlygina E.G., Vasilyeva A.D.	190
ANALYSIS OF ERRORS ARISING IN THE PROCESS OF CUSTOMS DECLARATION Knyazev D.V.	195
THEORETICAL ASPECT OF PRICING POLICY FORMATION WHEN ENTERING THE FOREIGN MARKET Knyazev D.V.	200
LOGICAL-SEMANTIC STUDY OF THE DEFINITION OF THE CATEGORY «INNOVATION» Gubernatorov A.M., Lachina A.A.	205

OPTIMIZATION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY Merzlikina V.V., Petrov S.V.	212
CRISIS OF VIDEO CARDS IN THE CONSUMER MARKET Pylaeva A.S.	217
ANALYTICAL SUPPORT OF THE CASH FLOW REPORT Gubernatorov A.M., Solodova M.N.	222
CHARACTERISTICS OF LEGAL UNCERTAINTIES ARISING IN THE PROCESS OF SUBSTANTIATING THE CUSTOMS VALUE Shcheka A.A.	228
MEASURES TO PROTECT THE DOMESTIC MARKET FROM THE IMPORT OF SUBSTANDARD MEDICINES Streltsov R.S.	233
DELEGATION OF AUTHORITY AS A WAY OF STAFF MANAGEMENT Gribova A.D., Petrov S.V.	237
OPTIMIZATION OF THE CONTROLE SYSTEM AT AN ENTERPRISE PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY Petrov S.V., Timchenko V.I.	242
INNOVATIVE ACTIVITY AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF THE KNOWLEDGE ECONOMY Teslenko I.B., Subbotina N.O.	247
THE STATE OF THE RUSSIAN INFORMATION SECTOR OF THE ECONOMY Ulanov E.A., Konyukhova V.E.	256
TO THE QUESTION OF ASSESSMENT OF DAMAGE CONSEQUENCES OF CORRUPTION Khizhnaya A.V., Spilevskaya E.V., Fomenko M.V.	264
DIVERSITY MANAGEMENT IN MIXED TEAMS Chelnokova E.A., Sineva N.L., Solovyeva Yu.A.	269
LEADER'S COGNITIVE READINESS FOR DIVERSITY MANAGEMENT: THEORETICAL ASPECT Chelnokova E.A., Sineva N.L., Solovyeva Yu.A.	274
MORTGAGE LOAN AGREEMENT AND ITS FEATURES Shanazarova E.V., Savelyeva O.E.	279
RULES FOR AUTHORS	284

Подписано в печать 30.12.2021. Дата выхода в свет 30.12.2021.
Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 21,23. Тираж 3000 экз. Свободная цена.
Заказ 105-1/21. Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии
«Издательство «Авторская Мастерская». Адрес типографии:
ул. Пресненский Вал, д. 27 стр. 24, г. Москва, 123557 Россия.