

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

ISSN 2072-0297

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



41 2019
ЧАСТЬ III

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 41 (279) / 2019

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

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

Международный редакционный совет:

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

На обложке изображен *Петр Иванович (Петерис Янович) Стучка* (1865–1932), писатель, юрист, политический деятель Латвии и Советского Союза.

Родился Петр Стучка в Кокнесской волости Рижского уезда Лифляндской губернии в семье зажиточных крестьян. Начав учебу, Стучка также дополнительно занимался иностранными языками, в первую очередь немецким, что позволило ему поступить в рижскую немецкую гимназию, где он познакомился с Яном Плиекшансом (Райнисом), который стал его ближайшим другом. Окончив гимназию, оба товарища решили поступить на юридический факультет Петербургского университета, где познакомились с прогрессивными и популярными на тот момент философскими идеями Канта и Спинозы, с теорией Дарвина о происхождения видов, с марксизмом... В это же время оба попали в поле зрения царской охранки. После университета Стучка работал редактором одного из латышских печатных изданий, а затем перешел в адвокатуру. Одновременно стал участвовать в революционном движении, за что был арестован и сослан на пять лет в Вятскую губернию, где ему разрешили продолжать адвокатскую практику. Воспользовавшись этим, Стучка стал «революционным адвокатом»: выступал в качестве защитника на многих судебных процессах 1905–1907 годов. До 1917 года он входил в латышскую группу РСДРП, подрабатывал литературным трудом в газете «Правда».

После февраля 1917 года Стучка ревностно пропагандировал «Апрельские тезисы» Ленина: выступал на предприятиях Петрограда, в казармах, «боролся за революционизирование латышских стрелков». Латышские стрелки откликнулись и впоследствии выделялись в Красной армии своей особой верностью партии, им чаще всего поручались карательные операции. Стучка с гордостью именовал их «гарибальдийцами русской революции, патриотами советской державы».

24 мая 1917 года Стучка опубликовал в «Правде» статью «На почве закона или на почве революции». Противопоставляя закон и революцию как несовместимые понятия, он выступил против Временного правительства, которое требовало в революционную эпоху соблюдения законности. Стучка напомнил, что «суть революции заключается именно в захватном праве». После октябрьского переворота, когда это «захватное право» осуществилось, он занял в первом советском правительстве пост наркома юстиции. Таким образом, именно он нес ответственность за беспрецедентное в мировой истории событие: 22 ноября 1917 года в одночасье были отменены все существовавшие

в стране законы. Проявив беспримерный правовой нигилизм, возглавляемый Стучкой наркомат упразднил суды, институт судебных следователей, прокуратуру, присяжную и частную адвокатуру — словом, все компоненты цивилизованной судебной системы. Принятый «Декрет о суде» вводил вместо них «народные суды» и революционные трибуналы; к этому времени Стучка уже не занимал пост наркома, но в основе Декрета лежали именно его идеи.

Стучку можно считать основоположником «советского права», которое по сути являлось профанацией права в общепринятом значении этого слова. При его непосредственном участии в 1918 году появились «Декрет об отмене права наследования», «Декрет о ревтрибуналах» и другие акты, отменяющие традиционные права и свободы граждан. Установленный с помощью Стучки «новый правопорядок» объявил руководящим для новых судов началом не закон, а «революционное правосознание» народных судей (избиравшихся порой из людей абсолютно неграмотных).

Еще раз ненадолго заняв пост наркома, Стучка был направлен партией в Латвию. Он организовал там большевистский переворот и возглавил советское правительство Латвии. Манифест этого правительства гласил: «Мы отменяем все законы, распоряжения и учреждения... все эти органы старой власти заменяет диктатура пролетариата — Советская власть вооруженных рабочих!» Однако в Латвии, в отличие от России, этот эксперимент длился недолго: в августе 1919 года созданное Стучкой красное правительство пало, а сам он вернулся в Москву.

Здесь Стучка стал профессором кафедры советского права Московского университета, руководил изданием «Энциклопедии государства и права», продолжал разрабатывать новое законодательство. Он был первым председателем Верховного Суда и возглавлял этот высший орган судебной власти в течение десяти лет. Также Стучка был назначен директором только что созданного Института советского права. Он неоднократно избирался членом ВЦИК, работал в заграничном бюро ЦК КПЛ и Коминтерне.

Латвия давно изгладила из топонимики имя своего одного соплеменника. Городу Стучка возвращено имя Айзкраукле. В России же имя Стучки встречается в некоторых названиях и по сей день.

Петр Иванович Стучка умер в Москве. Был кремирован, а прах помещен в Кремлевскую стену на Красной площади в Москве.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Алейник А. Н., Бродунов А. Н.

Влияние структуры капитала на дивидендные выплаты..... 145

Вавилов Н. А.

Оценка эффективности системы управления проектами организации 149

Вовторник А. В.

Совершенствование механизма обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта 150

Воронина Д. И.

Совершенствование системы обучения кадров..... 152

Кагал Е. П.

Новые формы и методы обучения персонала как необходимое условие развития организации... 155

Капелюк З. А., Огольцов К. С.

Автоматизированные магазины как будущее ритейла 157

Козлов Ю. Е.

Анализ и управление оборотными средствами (на примере ООО «МаСКо»)..... 159

Коротков А. В., Морозова А. С.

Обзор основных статистических показателей и тенденций российского рынка легковых автомобилей 161

Костин Д. Э.

Альтернативная модель расчета ставки дисконтирования, основанная на учете рисков ухудшения финансового состояния корпорации..... 164

Лукомская Н. С.

Совершенствование организации труда муниципальных служащих (на примере администрации района Крюкова Зеленоградского административного округа г. Москвы) 169

Носкова А. А.

Отечественный и зарубежный опыт стратегического планирования на муниципальном уровне 172

Подопригорова С. Б.

Тенденции развития интернет-эквайринга в современной банковской системе..... 175

Селиверстов А. С., Постнов В. В., Уткин Д. Ю., Николаева К. А., Семидотченко А. Р.

Управление системой Just In Time на предприятиях 179

Селиверстов А. С., Постнов В. В., Уткин Д. Ю., Николаева К. А., Семидотченко А. Р.

MIS как основной показатель качества..... 181

Селиверстов А. С., Постнов В. В., Уткин Д. Ю., Николаева К. А., Семидотченко А. Р.

Моделирование процедуры FMEA: анализ рисков 183

Селиверстов А. С., Постнов В. В., Уткин Д. Ю., Николаева К. А., Семидотченко А. Р.

Бережливые отходы: как оптимизировать ресурсы 185

Селиверстов А. С., Уткин Д. Ю., Постнов В. В., Семидотченко А. Р., Николаева К. А.

Основные аспекты оценки эффективности инвестиций в качество..... 187

Семенов А. С.

Способы повышения эффективности рекрутинга 189

Черковская В. В.

Использование современных методов профессионального отбора кадров на муниципальную службу (на примере администрации Тазовского района ЯНАО) 191

Шипицина А. Е.

Введение инноваций как инструмент улучшения финансового состояния предприятий агропромышленного комплекса 193

Шипицина А. Е.

Совершенствование платежной дисциплины как инструмент улучшения финансового состояния предприятия..... 195

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Полищук Е. В.

Социально-психологический аспект рекламы 199

Сарайкин И. В.

Интернет-реклама как инструмент
продвижения компании по производству
видео контента 201

Троенко В. О.

Разработка стратегии развития
предприятия 204

СОЦИОЛОГИЯ**Шубина А. А.**

Социальная политика Российской
Федерации 207

ПСИХОЛОГИЯ**Рыбакова К. В., Стародубец О. Д.**

Семейные ценности глазами людей, состоящих
и не состоящих в браке 209

Смирнова Е. А.

Использование методики Strength Deployment
Inventory (SDI) в разрешении конфликтных
ситуаций в коллективе 210

Фалеев А. В.

Современные исследования личностных
особенностей в аспекте признаков
асимметрии 213

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Влияние структуры капитала на дивидендные выплаты

Алейник Александр Николаевич, студент магистратуры;
Бродунов Андрей Николаевич, кандидат экономических наук, доцент
Московский университет имени С. Ю. Витте

В статье рассматривается понятие структуры капитала и дивидендной политика организации. Рассмотрены теории формирования дивидендной политики и влияние на нее структуры капитала.

Ключевые слова: структура капитала, дивидендная политика, дивидендные выплаты, стоимость компании, стоимость капитала, нераспределенная прибыль.

The effect of capital structure on dividend payments

Aleynik A. N., Brodunov A. N.

The article discusses the concept of capital structure and the dividend policy of the organization. Theories of the formation of dividend policy and the impact of capital structure on it are examined.

Введение

На сегодняшний день менеджмент предприятий необходим для выявления оптимального источника финансирования для того, чтобы увеличить стоимость компании, а также улучшить ее положение на рынке, что положительно влияет на финансовую состоятельность ее владельцев.

Основная проблема корпоративных финансов заключается в необходимости сформировать рациональную структуру капитала. На данный момент структура капитала тесно связана с дивидендной политикой корпорации. Необходимо отметить, что такая связь возникает в результате наличия зависимости структуры капитала от объема чистой прибыли, которая направлена на развитие производства и выплату дивидендов, а также от рентабельности собственных средств. Получается, что если рентабельность собственного капитала является высокой, то объем чистой прибыли, направленной на пополнение оборотных активов, при условии отсутствия снижения выплачиваемых акционерам дивидендов, возрастает.

Цель данной работы — изучение влияния структуры капитала на дивидендные выплаты.

Довольно важное место в финансовой политики какой-либо компании принадлежит решениям, принимаемым по дивидендам. От этих решений зависит размер выплат дивидендов, а также решения, связанные с денежным потоком акционерам.

Получается, что при решении вопроса по распределению денежных средств (выплаты дивидендов или инвестирование в развитие компании) требуется проводить тщательный анализ.

1. Понятие структуры капитала организации

Структура капитала — соотношение источников денежных средств, направленных на развитие компании в общем объеме имеющихся денежных средств. [1].

Средневзвешенная цена капитала является основным показателем верного выбора источника финансирования. В задачи финансового менеджера входит выявление наиболее приемлемых источников финансирования для того, чтобы минимизировать средневзвешенную стоимость капитала. В качестве еще одной главной задачи финансового менеджера стоит выделить выявление принципа максимальной финансовой отдачи от деятельности ком-

пании, которая должна превышать стоимость его капитала.

В том случае, после вложения денежных средств не приносит должного результата, то появляется риск банкротства. Именно по этой причине финансовому менеджеру необходимо с особой тщательностью подходить к процессу выбора источников финансирования.

Оптимальной структурой капитала является соотношение применения заемных и собственных средств, которое сможет обеспечить эффективную пропорциональность рентабельности собственного капитала с коэффициентом финансовой стабильности компании. Другими словами, структура капитала считается оптимальной, если она максимальным образом повышает рыночную стоимость компании [2].

2. Дивидендная политика организации и влияние структуры капитала на ее формирование

Дивидендная политика — часть общей политики по управлению доходом. Ее задача: оптимизация соотношений капитализируемой и потребляемой ее частями для того, чтобы увеличить стоимость всей компании.

Этапы разработки и реализации дивидендной политики [3]:

На первом этапе необходимо проанализировать дивидендную политику, которая реализовывалась в предыдущем периоде;

Задача второго этапа заключается в анализе имеющихся факторов, в соответствии с которыми формируется дивидендная политика;

Далее необходимо осуществить учет факторов, в соответствии с которыми формируется дивидендная политика;

На четвертом необходимо выбрать тип дивидендной политики, опираясь на внешние и внутренние условия организации на этом этапе ее существования;

Суть пятого этапа заключается в определении взаимной связи дивидендной политики и иных важных экономических стратегий;

После реализации пятого этапа необходимо получить согласие собственников на реализацию выбранной дивидендной политики;

Далее следует распределить прибыль, опираясь на ту дивидендную политику, которая была выбрана;

Суть следующего этапа заключается в выявлении общего уровня всех дивидендных выплат.

На девятом этапе необходимо определить денежную сумму, которая будет выплачиваться акционеру за 1 акцию.

Эффективность принятой дивидендной политики определяется на десятом этапе.

После этого при необходимости вносят в нее изменения.

Большое количество различных ученых в своих работах рассматривают и изучают дивидендную политику.

Рассмотрим далее наиболее известные и популярные теории, на которых основывается дивидендная политика [2]:

1. Теория независимости дивидендов.

Авторами данной теории являются: М. Миллер и Ф. Модильяни. По их мнению, дивидендная политика никак не влияет на рыночную стоимость всей компании, т.е. цена акций от нее никак не зависит. Также необходимо отметить, что дивидендная политика не влияет на финансовое состояние акционеров, т.к. они связаны с суммой формируемой прибыли [4].

Миллер и Модильяни считают, что инвесторам не принципиален вид, в котором они будут получать доход, т.е. доход, выраженный в качестве увеличения стоимости акций или же доход, получаемый в виде дивидендов. Получается, что стоимость компании состоит из наличия у компании способности приносить доход, а также уровня имеющегося риска. В основном, на стоимость компании влияет не дивидендная политика, а именно инвестиционная. Если компания будет осуществлять выплату высоких дивидендов, то ей необходимо будет увеличить объем выпускаемых акций. Тогда как стоимость компании не должна превышать или быть меньше, чем суммы дивидендов, которые будут выплачиваться.

2. Теория предпочтительности дивидендов (или «си-ни-цы в руках»).

Авторами данной теории являются: М. Гордон и Д. Линтнер, которые считают, что необходимая доходность от акций возрастает при уменьшении размера прибыли, предназначенной для выплаты дивидендов. Это происходит по той причине, что интерес инвесторов в дивидендах значительно сильнее, чем доход от увеличения капитала, который планируется в результате прибыли, которая не была распределена [4].

По той причине, что единица нынешнего дохода, выплачиваемая в виде дивидендов, «очищена от риска», она значительно превышает доход, который отложен на другой период. Получается, что необходимо максимизировать дивидендные выплаты, а не капитализировать прибыль.

Стоит отметить, что противники данной теории считают, что доход от дивидендов проходит реинвестирование в акции какой-либо компании. В результате этого фактор риска не является доказательством принятой дивидендной политики.

3. Теория минимизации дивидендов (или «теория налоговой дифференциации»).

Авторы данной теории: Р. Литценбергер и К. Роумасом [5].

Получается, что эффективность выбранной дивидендной политики зависит от критериев сведения к минимуму всех выплат по налогам по предстоящим и текущим периодам. По той причине, что налоговое обложение текущей прибыли, которая выражена дивидендами превышает ожидаемых, то в задачи дивидендной политики входит уменьшение дивидендных выплат, что увеличивает капитализацию прибыли для получения максимальной защиты от налогов.

Стоит отметить, что многие мелкие акционеры выступают против такой дивидендной политики.

Получается, что политика М. Миллера и Ф. Модильяни ни как не отражается на стоимость компании, т.е. компания должна установить максимально высокий удельный вес выплат по дивидендам в прибыли, а также максимизировать дивидендный доход для увеличения рыночной стоимости компании.

4. Влияние информации на дивидендную политику (или «теория сигнального или информационного со-держания»)

В данной теории Миллер и Модильяни отметили, что менеджеры и инвесторы ожидают одного и того же, если рассуждать о прибыли компании и об ее дивидендах [4]. Но на сегодняшний день есть некая информационная асимметрия. Необходимо отметить, что при росте дивидендов увеличивается стоимость акций, и наоборот, что говорит о том, что акционеры выбирают дивиденды, а не увеличение капитала.

В основе данной теории лежит то, что все основные модели формирования оценки нынешней рыночной стоимости акций используют в роли основных элементов сумму дивидендов, выплачиваемых по ней. Получается, что дивидендные выплаты возрастают в результате увеличения реальной, а также котируемой стоимости акций, что становится причиной возникновения дополнительного дохода.

5. Теория соответствия дивидендной политики составу акционеров (или «эффект клиентуры»)

Стоит отметить, что многие инвесторы по разному относятся к одной и той же дивидендной политике [8]. В приоритете у некоторых акционеров получение увеличенных выплат дивидендов, тогда как другие являются сторонниками реинвестирования.

Особое место в данном случае принадлежит системе на-логов на общую сумму доходов. У акционеров имеется такая возможность: распределять имеющиеся инвестиции между разными компаниями, тогда как у компаний имеется возможность вносить изменения в существующую политику.

Но, стоит отметить, что любое перераспределение может не быть столь эффективным, как ожидалось. Причина этому заключается в наличии имеющихся брокерских расходов, а также в том, что акционеры с акциями осуществляют выплату налогов. Еще одной причиной является недостаточное количество акционеров, положительно выступающих за действующую политику выплат дивидендов.

По этой причине менеджеры обращают свое внимание на эффект клиентуры, а также без особого желания вносят изменения в принятую дивидендную политику, т.к. в результате этих изменений акционеры могут начать продавать свои акции, в результате чего произойдет спад на них.

Получается, что предприятию необходимо проводить дивидендную политику, соответствующую предпочтениям акционеров.

Благодаря практическому применению данных теорий стало возможным выработать следующие подходы для того, чтобы сформировать дивидендную политику. Данные подходы звучат следующим образом: «умеренный» («компро-

мисный»), «консервативный», «агрессивный» [7]. У каждого подхода имеется некий тип дивидендной политики.

1. под остаточной политикой дивидендных выплат подразумевается выплата дивидендов фондом после удовлетворения прибылью потребности формирования имеющихся финансовых ресурсов, благодаря которым реализуются инвестиционные возможности компании.

Данная политика обладает следующим преимуществом: развитие компании осуществляется с высокой скоростью, повышается финансовая его устойчивость.

Однако необходимо отметить, что данная политика имеет свой недостаток, а именно: отсутствие стабильности в сумме дивидендных выплат, уверенности в сумме дивидендных выплат в будущем периоде, а также их полное отсутствие.

В основном она применяется при зарождении компании, которая обладает высоким уровнем инвестиционной активности.

2. Под политикой стабильного размера подразумевается сумма продолжительных выплат.

Положительная сторона данной политики заключается в надежности данной политики, в соответствии с которой акционеры уверены в получении дохода, которые не зависят от положения компании на рынке.

Данная политика также обладает и недостатками, которые заключаются в наличии плохой связи с финансовым состоянием компании, что становится причиной минимальной инвестиционной деятельности в неблагоприятные для компании периоды.

Для ликвидации таких негативных последствий в основном дивидендные выплаты имеют минимальный размер. По этой причине данный тип политики является консервативным, т.е. максимально снижающий риск падения финансовой устойчивости компании по причине отсутствия требуемого развития всей компании.

3. Политика наименьшей установленной суммы дивидендов с ее увеличением в некоторые периоды.

Преимущество данной политики: стабильные дивидендные выплаты при наличии различных финансовых результатов у компании, благодаря которой появляется возможность повышать сумму выплачиваемых дивидендов при наличии на это возможности, не уменьшая инвестиционную активность.

В основном данная политика пользуется популярностью среди компаний, которые обладают нестабильной прибылью.

Отрицательные черты данной политики: снижение инвестиционной привлекательности для акционеров при минимальных выплатах, что негативно отражается на стоимости акций.

4. под политикой стабильного уровня дивидендов подразумевается формирование продолжительного нормативного коэффициента выплат дивидендов, если рассматривать с точки зрения дохода компании.

Данная политика является востребованной по причине ее простого формирования и наличия связи с суммой формируемого дохода.

Однако, такой вид политики имеет и свой недостаток, который выражается в отсутствии стабильности в сумме выплачиваемых дивидендов, что является следствием не-стабильности дохода компании.

5. Политика постоянного увеличения суммы дивидендов (реализуется в соответствии с девизом: «никогда не снижай годовой дивиденд»).

Данная политика подразумевает стабильное увеличение суммы выплат по дивидендам, если их рассматривать в расчете на 1 акцию.

Недостаток политики: отсутствие при ее реализации гибкости, увеличение финансовой напряженности: при увеличении скорости роста коэффициента выплат дивидендов, падает инвестиционная активность компании, а также коэффициенты финансовой устойчивости.

Рассмотрим далее этапы распределения прибыли акционерного общества:

1. Все обязательные выплаты вычитаются из общей прибыли (чистой). Оставшаяся сумма прибыли является «дивидендным коридором», в соответствии с которым происходит реализация утвержденной дивидендной политики.

2. Далее происходит распределение оставшейся прибыли на потребляемую и капитализируемую.

3. Деление фонда потребления, который появился в результате дохода, на фонд выплат дивидендов, фонд потребления сотрудников АО (мотивация работников, социальные выплаты работникам).

Рассмотрим далее формулу выявления уровня выплат дивидендов на 1 акцию [6]:

$$УДВ_{па} = \frac{ФДВ - ВП}{Кпа}$$

Где:

УДВ_{па} представляет собой уровень выплат дивидендов за 1 акцию;

ФДВ является фондом дивидендных выплат, который был сформирован на основании с выбранным и утвержденным видом дивидендной политики;

ВП выражен в качестве фонда дивидендных выплат акционерам.

Необходимо отметить, что утверждение форм дивидендных выплат занимает особое место при формировании всей дивидендной политики. Рассмотрим основные формы [6]:

1) наличные — наиболее популярная форма.

2) акции — разрешена при условии предоставления акционерам новые эмитированные акции, которые соответствуют дивидендным выплатам. Вызывает заинтересованность у акционеров, которым важно развитие компании. Те акционеры, которые хотят быстрого получения дохода, в данном случае обладают правом продажи на рынке дополнительных акций.

3) Автоматическое реинвестирование — выбор первого или второго варианта.

4) покупка акций у акционеров, т.е. реинвестирование дивидендов, где компания выкупает свободные акции на рынке.

Заключение

Особенности дивидендной политики компании влияют на уровень ее потребности во внешних источниках финансирования. Если компания заранее предвидит трудности с наращиванием объема капитала, то целесообразным может быть рассмотрение вопроса о снижении нормы выплаты дивидендов. Вместе с тем, чтобы принимать такие решения, менеджерам следует изучить возможность влияния снижения дивидендов на рыночную стоимость компании. Если этот фактор малозначителен, то компания может избрать политику выплаты дивидендов по остаточному принципу и в максимальной степени использовать нераспределенную прибыль для удовлетворения потребностей в финансировании.

Литература:

1. Алексеева Л. В., Березинец И. В., Ильина Ю. Б. Концентрация собственности и дивидендная политика: исследование российских акционерных обществ // Вестн. С. — Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2018. Вып. 3. С. 3–31.
2. Винокуров С. С., Гурьянов П. А., Дивидендная политика и интересы крупных акционеров // Финансовая аналитика: Проблемы и решения. — 2017. № 12. С. 13–21.
3. Данилочкин С. Базовые компоненты технологии формирования дивидендной политики // РИСК. — 2017. № 1 — с. 22–26.
4. Заволокина Л. И., Дивидендная политика компании // Труд и социальные отношения. 2017. — 6. С. 102–108.
5. Зайцев В. Ю., Федчишин Ю. И., Дивидендная политика нефтяных корпораций // Приволжский научный вестник. — 2018. № 7. С. 28–31.
6. Ружанская Л., Лукьянов С. Особенности дивидендной политики российских компаний и интересы инвесторов // Вопросы экономики. — 2018. № 3 — с. 132–146.
7. Рыжих Л. В., Особенности дивидендной политики предприятия // Вестник Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения. — Том 1: Экономические науки. 2018. № 3. С. 102–106.
8. Семькина О. Ф. Факторы увеличения инвестиционной активности предприятия: системный подход // Вестн. Том. гос. ун-та. 2018. № 292. С. 158–162.
9. Серебрякова А. А., Дивидендная политика российских корпораций // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2017. № 7. С. 6–9.

Оценка эффективности системы управления проектами организации

Вавилов Никита Андреевич, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Система управления проектами как самостоятельная сфера менеджмента в настоящее время активно набирает популярность в российском бизнесе-сообществе и достаточно востребована. В то же время необходимо отметить, что уровень развития проектного управления большинства российских организаций в указанной области достаточно низкий. Практические успешные примеры реализации проектов вызывают интерес.

Ключевые слова: система управления проекта, проектное управление, проектный офис, методология проектного управления, эффективность проекта

В настоящее время достаточно активно проявляется интерес к оценке проектной деятельности и эффективности управления проектами. Следовательно, совокупная оценка результатов бизнеса необходима не только в общем, но и по определенным программам и проектам. Таким образом, вопросы обеспечения оптимального проекта, определения долей проектов и их весов в затратах, рентабельности и сроках отвлечения средств на исполнение (в том числе и затраты на кадры) формируют особый подход к оценке эффективности проектного управления.

Эффективность внедрения систем управления проектами на любом экономическом объекте проявляется в возможности возврата средств, вложенных в него, то есть инвестиций. Поэтому вопросы обеспечения эффективности проекта являются приоритетными при его планировании и реализации.

Исследования в области управления организации показали, что те организации, которые осуществляют комплексное стратегическое планирование и управление, работают более успешно и получают прибыль значительно выше средней по отрасли.

В целях эффективности управления проектами в практике проектного управления достаточно часто в литературе освящаются вопросы создания и использование Офиса управления проектами (ОУП).

Безусловной основной целью создания проектного офиса является приобретение выгод от применения методов, процессов и механизмов управления проектами. Для раскрытия указанной цели необходимо представить набор положительных выгод, которые можно получить от создания ОУП. Среди указанных положительных сторон проектного офиса можно выделить некоторые из них:

1. Эффективность формирования и последующее управление различных ресурсов и соответственно снижение издержек.
2. Координация и распределение ресурсов между реализуемыми проектами, что обеспечивает избежание конфликтов интересов между проектами.
3. Оптимизация ресурсов и минимизация их количества, и как следствие снижение проектных затрат.

4. Обеспечение сохранения методологии. Унификация и прозрачность методологии управления обеспечивает оптимальное планирование и прогнозирование деятельности экономического субъекта в части реализации проектов.

5. Обеспечение соответствия результатов реализации стратегии. Сбалансированный портфель проектов, сформированный в соответствии со стратегией экономического субъекта, обеспечивает точное следование поставленным целям.

6. Профессиональное развитие кадров экономического проекта, реализуемого проект за счет их обучения и развитие проектной культуры. Обучение персонала в проектном управлении обеспечивает рост производительности в целом. Существование одного координирующего центра в вопросах обучения при проектном управлении и использование однотипной методологии упрощают и оптимизируют указанный выше процесс.

7. Концентрация информации по реализуемым проектам в едином месте обеспечивает снижение издержек на управление проектом, повышает качество оценки полученной информации, позволяет определять причины возникновения возможных перерасходов и отклонений.

Таким образом, наличие проектного офиса при проектном управлении обеспечивает эффективность реализации проекта и обеспечивает полностью достижения запланированных целей.

Проекты никогда не бывают одинаковыми и всегда включают какие-то уникальные элементы, требующих решения новых проблем и появления совершенно новых технологий. С другой стороны, даже базовые проекты, для выполнения которых используются хорошо известные и отработанные методы и приемы, требуют в той или иной степени подгона под заказчика, что также делает их уникальным.

В целях повышения эффективности системы управления проектами в экономическом субъекте важно учитывать рекомендации экспертов проектного управления:

1. Идентификация и выявление признаков и симптомов неэффективного управления проектами;
2. Определение выявленных симптомов с возможными причинами неэффективного управления проектами за счет:

— знакомство с научно-методической литературой по проектному управлению;

- осуществление аудита реализуемых проектов;
- осуществление анализа завершённых проектов;

3. Определение потенциала для оптимизации системы управления проектами и проведение ранжирования выявленных возможностей;

4. Формирования программы оптимизации, направленной на минимизацию и коррекцию потенциальных причин неэффективного проектного управления.

5. Реализация программы оптимизации, оценка результатов и выявление дополнительных областей улучшения.

К числу критериев низкого качества исполнения проектов эксперты относят:

— несоблюдение сроков. В данном случае речь идет о возможной задержке в ходе реализации плана работ, перерасход финансовых, материальных и трудовых средств и выставление штрафов и неустоек по контрактам. Также в данном направлении можно отметить наличие возможного исполнительского уровня со стороны персонала, что приводит также к высокой текучести кадров, занятых в проекте, избыточный уровень психологических нагрузок, низкая мотивация и неблагоприятный психологический климат;

— низкий уровень финансовой дисциплины. В данном случае отмечается превышение фактических затрат над запланированным бюджетом;

— невысокое качество управления. По данному критерию отмечается несбалансированная, и как правило излишняя вовлеченность менеджеров высшего звена в ход и детали исполнения проекта;

— невысокое качество управления ресурсами. Достаточно много и часто переключения с одного вида работ на другие, осуществление дублирования функций, неполное использование специалистов других подразделений — участников проекта.

Таким образом, осуществление идентификации и устранение потенциальных причин указанных типичных ошибок в ходе исполнения проектов, по мнению большинства, предполагают осуществление усилий участников проектного управления.

Использование в экономическом субъекте системы управления проектами позволяет максимально точно и обоснованно формулировать цели и производить планирование стратегии, максимально точно обеспечивать минимизацию различных проектных рисков, в оптимальном объеме при минимальных сроках применять наличные ресурсы и планомерно устранять возможные конфликтные ситуации, обеспечивать контроль за исполнением программы проекта, оценивать возможные фактические показатели и производить оперативную коррекцию в ход работ проекта, аккумулировать, анализировать и применять в будущем опыт эффективно реализованных проектов.

В современных условиях жесткой конкуренции, активного изменения социально-экономической ситуации, бурного развития технологий, формирования цифровой технологии побуждают экономические субъекты использовать новые методы управления при реализации проектов. Использование механизмов и инструментов проектного управления существенно обеспечивает эффективность, как единичных, так и комплексных проектов любого экономического субъекта.

Литература:

1. Колобова И. Н., Бойкова М. В. К вопросу о применении проектного управления // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2017. — Т. 1. — № 4. — С. 53–56.
2. Павлов А. Н. Управление проектами на основе стандарта PMI PMBOK. Изложение методологии и опыт применения / А. Н. Павлов. — М.: Бином. Лаборатория знаний, 2017. — 208 с.
3. Полковников А. В. Управление проектами. Полный курс MBA / А. В. Полковников М. Ф. Дубовик. — М.: Олимп-Бизнес. — 2015. — 264 с.
4. PMBOK: A Guide to The Project Management Body of Knowledge — PMI, 5-edition. 2013.
5. Разу М. Л. Управление проектом. Основы проектного управления / под ред. М. Л. Разу. — М.: Олимп-Бизнес. — 2017. — 425 с.
6. Управление проектами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под общей редакцией Е. М. Роговой. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 383 с.

Совершенствование механизма обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта

Вовторник Анна Витальевна, студент

Калининградский филиал Московского финансово-юридического университета МФЮА

Деятельность любой организации, даже с самой эффективной системой менеджмента, не может быть полно-

стью предсказана, потому что каждый субъект экономики функционирует в условиях динамичности бизнес-среды.

В научной литературе термин «экономическая безопасность» применяют в отношении экономических субъектов, поскольку предприятие является единицей экономических отношений, а его хозяйственная деятельность и ее содержание определяется в основном экономическими отношениями [5].

В процессе изучения учебно-методической и научной литературы можно сделать вывод, что точной трактовки определения «экономическая безопасность» в настоящее время не существует.

В последних публикациях экономическая безопасность предприятия в первую очередь коррелирует с его финансовой безопасностью и устойчивостью. Именно данные вопросы находят более подробное и всестороннее изучение в научных статьях за последние несколько лет. Большинство авторов также отмечают взаимосвязь и зависимость уровня экономической безопасности от различных внешних и внутренних факторов, правильности и умения выявлять и оценивать риски в деятельности предприятия.

Под экономической безопасностью понимается как количественная, так и качественная характеристика недвижимого имущества, которая отражает способность компании самостоятельно противостоять против внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, которая заключается в реализации интересов организации и устойчивой ее деятельности [3].

Большое число авторов считают экономическую безопасность самым важнейшим элементом национальной безопасности, а финансовую неотъемлемой частью экономической безопасности.

Под финансовой безопасностью понимается состояние экономической системы (финансов, финансовых инструментов) организации, которое обеспечивает нормальное функционирование ее деятельности [4].

В настоящее время российское законодательство обязывает заполнять и предоставлять в контролирующие органы бухгалтерскую отчетность, которая представляет собой систему данных об имущественном и финансовом положении корпорации и о результатах ее хозяйственной деятельности. В ее основе лежат данные бухгалтерского учета, позволяющие представить полную и достоверную информацию о финансовом положении корпорации, ее финансовых результатах и изменениях в финансовом положении.

Финансовая отчетность предприятия востребована следующими пользователями.

Внутренними, к ним относятся: управленческий персонал, использующий отчетность для этого вида анализа базируется на том, что пользователи его результатов используют их для принятия квалифицированных и обоснованных решений по исключению банкротства, оптимизации деятельности предприятия в выбранном сегменте рынка, а также в условиях антикризисного управления. Минусом этой работы является то, что внутренний анализ не подходит для посторонних участников хозяйственной

деятельности, т.к. в том числе отражает информацию, не подлежащую выходу за пределы анализируемого предприятия.

Внешний анализ проводится посторонними для предприятия лицами. Для проведения внешнего анализа используют только публичную отчетность.

Для посторонних пользователей этот анализ является объективным, а для внутренних не совсем подходит. Цель постороннего лица — возможность выгодного вложения средств с максимальным извлечением прибыли. Цель анализируемого предприятия — предоставить такие показатели, которые бы полностью удовлетворяли внешних аналитиков. Неудивительно, что данные, предоставленные в открытый доступ, и реальное положение вещей могут не совпадать.

Информационное обеспечение финансового анализа — совокупность информационных ресурсов и способов их организации, необходимых и пригодных для реализации аналитических и управляющих процедур, обеспечивающих финансовую сторону деятельности компании [2].

Только после проведения экономического анализа организации можно правильно и верно определить методы управления деятельностью организации.

В качестве источников информации предприятия используется определенная документация: баланс, отчет о финансовых результатах, отчет об изменении капитала, отчет о движении денежных средств, отчет о целевом использовании средств, пояснительная записка [1].

По результатам исследования необходимо сделать следующие выводы.

В современных условиях роль финансового анализа как функции финансового менеджмента усиливается в связи с ухудшением внутреннего состояния отечественной экономики, причем не только в масштабах макроэкономического развития, но и в разрезе микроуровня.

Применение финансового анализа имеет особое значение, как при возникновении опасности неплатежеспособности, так и в процессе плановой диагностики.

В систематическом финансовом менеджменте организации достаточную важность имеют постоянный мониторинг и анализ финансовых показателей деятельности. Применение данных инструментов для целей регулярного финансового мониторинга имеет некоторые проблемы. Во-первых, финансовый анализ подразумевает расчет стандартных коэффициентов без конкретной привязки к поставленным целям и задачам финансового мониторинга конкретного предприятия. В большинстве случаев, результаты аналитической работы опираются лишь на внешнюю бухгалтерскую отчетность, которая не направлена на внутреннее управление, соответственно может быть и искажена по различным причинам. Результативность анализа и качество управленческих решений снижает отсутствие обобщающие опыт и рекомендации по эффективным методам организации аналитической работы, как составляющей финансовой службы.

Подводя итог, отмечу, что для обеспечения экономической безопасности предприятия необходимо уделять должное внимание поддержанию финансовой стабильности. Опираясь на то, что финансовая устойчивость предприятия является сложной экономической категорией, которую составляет множество различных фак-

торов, следовательно, следует вести контроль за рядом показателей, которые характеризуют стабильность и приближение таковых к критическим значениям, во избежание кризисных ситуаций в системе финансового менеджмента, а также финансовой устойчивости экономических субъектов.

Литература:

1. Берёза А. О., Кеворкова Ж. А. Экономическая безопасность сельскохозяйственных предприятий // В сборнике: Эпоха криптоэкономики: новые вызовы и Регтех в сфере ПОД/ФТ Материалы IV Международной научно-практической конференции международного сетевого института в сфере ПОД/ФТ. 2019. С. 83–89.
2. Берёза О. А. Экономическая безопасность сельскохозяйственных предприятий // *Juvenis scientia*. 2019. № 1. С. 10–13.
3. Воробец Т. И., Иноземцев В. А. Экономическая безопасность предприятий как фактор обеспечения экономической стабильности // В сборнике: Проблемы информационной безопасности V Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция. Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского. 2019. С. 91–92.
4. Демчук О. В., Баранова Н. А. Экономическая безопасность предприятия, алгоритм и способы её формирования // Вестник Керченского государственного морского технологического университета. 2019. № 1. С. 108–116.
5. Ковалёв А., Нестеренко И. Н. Воздействие глобализации на экономическую безопасность предприятия // В сборнике: современные тенденции в государственном управлении, экономике, политике, праве Сборник докладов международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. 2018. С. 379–383.

Совершенствование системы обучения кадров

Воронина Дарья Игоревна, студент магистратуры

Балтийский государственный технический университет «Военмех» имени Д. Ф. Устинова (г. Санкт-Петербург)

Обучение персонала — это процесс развития и совершенствования профессиональных знаний, умений и навыков работников в соответствии с поставленными целями отдельных подразделений, основанных на главной стратегии.

Стабильная и благополучная организация должна быть ориентирована как на перспективное видение своего дальнейшего функционирования, так и на инвестирование денежных средств в данном направлении [6].

Одним из ключевых моментов в области обучения персонала компании является в формировании системы об-

учения взрослых людей, имеющих высшее, среднее профессиональное или же среднее образование. Данный момент положительно сказывается на процессе обучения, так как работа преподавателя направлена на сотрудников, которые имеют определенную теоретическую и практическую базу. Однако этому обстоятельству сопутствует и ряд ограничений [9].

На данный момент разработано огромное количество методов обучения персонала в компании, которые предназначены для разных категорий сотрудников, они представлены на рисунке 1 [5, с.53].

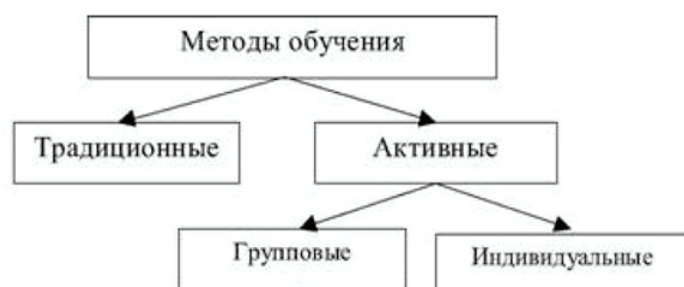


Рис. 1. Методы обучения персонала в компании

По мнению Л.С. Ежовой, условно можно разделить методы обучения на четыре группы:

- 1) комплексное обучение;
- 2) обучение в ходе выполнения работы (обучение на рабочих местах);
- 3) комбинированное обучение;
- 4) самообучение и самосовершенствование [4, с. 50].

Выбор метода обучения напрямую зависит от стратегии, целей, продолжительности периода обучения, лич-

ностных особенностей обучаемых и их финансового положения [8, с. 55]. Главный критерий при выборе метода обучения в организации заключается в его эффективности для достижения поставленных целей обучения каждого конкретно взятого сотрудника. Методы обучения не могут исключать друг друга, а наоборот, могут и должны являться взаимодополняющими и находиться в конкретной зависимости. Классификация методов комплексного обучения представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Принципы классификации методов обучения

Обучение персонала представляет собой производственную необходимость для организации в условиях имеющейся в компании системы оценки эффективности программ обучения. Что в свою очередь является базой для дальнейшего совершенствования необходимой совокупности профессиональных компетенций. Однако при отсутствии применения такой системы обучения данный процесс будет лишь на субъективной точке зрения руководителя [2, с. 121].

К ключевым итогам и положительным аспектам деятельности грамотно разработанной системы обучения сотрудников на предприятии можно отнести следующие:

1. Рост уровня производительности труда персонала компании;
2. Более быстрый процесс адаптации нового персонала, поступившего на работу в компанию и достижение поставленных результатов в короткий срок;

3. Разработка и организация процесса обучения персонала в сопряжении с их трудовой деятельностью или же с минимальным отрывом от выполнения их должностных обязанностей;

4. Определение и закрепление профессиональных знаний работников, в том числе и прекращающих работу в организации ввиду различных причин, приведение этих знаний в систему и эффективное их использование;

5. Быстрая скорость внедрения организационных изменений, уменьшение степени сопротивления данным изменениям;

6. Повышение степени лояльности персонала и клиентов, рост вовлеченности;

7. Система обеспечения преемственности персонала на важных в компании должностях [1, с. 98].

Когда встает вопрос о том, как именно нужно проводить оценку эффективности обучения, то сразу же появляется

встречный вопрос, касающийся того, что именно подразумевается под процессом обучения. Здесь речь может идти как о какой-то конкретной программе, целом комплексе программ или же всей системы обучения в организации. Ответ на этот вопрос обеспечивает дальнейшее определение системы показателей (метрик) для измерения эффективности обучения.

Показатели, отражающие оперативную деятельность системы обучения и развития персонала — представляют группу показателей, среди которых выделяют, прежде всего, те, которые касаются внутренних специалистов по обучению. То есть здесь отражаются моменты касаются величины бюджета, выделенного на обучение, количества персонала, прошедшего обучение («покрытия» обучением), численности и структуры применяемых методов обучения и развития в деятельности организации. Данная совокупность показателей должна рассматриваться во взаимосвязи с другими важными показателями работы компании [3, с. 66].

Применение расчета показателей оперативной деятельности наиболее рационально при:

- их отслеживания в динамике в пределах одной организации, при учете целевого ориентира компании (снижению или увеличению показателей, их относительных значений).

- сравнении показателей деятельности со сходными в рамках рынка (бенчмаркинг). Бенчмаркинг является одним из ключевых факторов в формировании стратегии обучения и выявлении необходимых ресурсов [7, с.89].

Развитие карьеры — это совокупность действий персонала, направленных на реализацию своего личного плана работы и профессионального продвижения. Сами процессы планирования и управления развитием карьеры всегда сопряжены с дополнительными усилиями, как самого сотрудника, так и компании, но, в свою очередь они обеспечивают множество преимуществ для персонала и всей организации в целом.

Деятельность по планированию карьеры заключается в установлении целевых ориентиров профессионального развития, а также способов и инструментов их достижения. Процесс реализации планов развития карьеры состоит как из самого профессионального развития персонала (получения им необходимого уровня знаний и навыков, требующихся для присвоения той или иной профессиональной квалификации), так и из профессионального опыта, являющегося ключевым звеном в достижении успеха в целевой должности.

Многие компании не ставят своей целью разработку стандартов продвижения сотрудников по служебной лестнице, которая бы отражала возможности продвижения к ведущей группе должностей, таких как генеральный директор, его заместители и другие руководители высшего звена и кадры, выполняющие ключевые функции экспертов.

Процесс формирования и развития управленческого кадрового резерва предполагает применение как индивидуального, так и коллективного (группового) коучинга.

Степень эффективности комплекса мероприятий по совершенствованию кадрового потенциала персонала находится в прямой зависимости от уровня их готовности к развитию; управления развитием и продвижением сотрудников организации, ставящих своей главной целью повышение эффективности ее финансово-производственной работы.

В развитии персонала также необходимо создание условий для дальнейшего улучшения и оптимизации эффективности работы сотрудников. Процесс развития персонала, по нашему мнению, представляет собой программу деятельности, которая состоит из системы управленческих технологий, методов и мероприятий, нацеленных на улучшение и развитие профессионального потенциала сотрудников для увеличения результативности деятельности персонала.

Литература:

1. Алавердов А. Р. Управление персоналом. [Текст]: Учебное пособие. — М.: МФПУ Синергия, 2013.
2. Воротынцева Т., Неделин Е. Строим систему обучения персонала. [Текст] М.: Речь, 2014.
3. Гуреев С. Т. Обучение персонала: критерии эффективности. [Текст]// Кадровый менеджмент
4. Ежова Л. С. Формы и методы обучения персонала. Совершенствование профессиональных навыков. [Текст]// Справочник руководителя учреждения культуры. — 2010. — № 11.
5. Захаров Н. Л., Пономаренко Б. Т., Перфильева М. Б. Управление настроением персонала в организации. [Текст] М.: Инфра-М, 2012.
6. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2017. С. 123.
7. Ловчева, М. В. Управление персоналом: теория и практика. Делопроизводство в кадровой службе. [Текст] Учебно-практическое пособие / М. В. Ловчева — М.: Проспект, 2013.
8. Ломаковский Е. Эффективная система управления персоналом — залог успеха компании [Текст]// Предпринимательство. 2010. № 3.
9. Сенге Питер М., Клейнер Арт, Робертс Шарлотта, Росс Ричард Б., Рот Джордж, Смит Брайан Дж. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп — Бизнес», 2003. С. 231. — 2014 — № 6.

Новые формы и методы обучения персонала как необходимое условие развития организации

Кагал Екатерина Павловна, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

В современных условиях руководство компаний и организаций вынуждено совершенствовать методы своей работы, а также стремиться качественно поднять на новый уровень деятельность организации. Только при этом условии руководство сможет добиться успеха, ввиду того что рыночная среда компаний и организаций стремительно меняется.

Для поднятия организации на качественно новый уровень необходимо предпринимать действия стратегического характера. Одними из ключевых характеристик компании являются уровень образования персонала, его профессионализм и умение работать в команде, в следствие этого, профессиональная подготовка и переподготовка персонала организации выходит на первый план. Обучение персонала в таких условиях становится одним из главных критериев, с помощью которого организация сможет перейти на более высокий уровень за счет профессиональных технологий, в том числе и в области управления. Процесс совершенствования знаний и навыков персонала должен иметь постоянный характер, поэтому перед руководством компании возникает задача создания обучающейся организации, которая смогла бы использовать полученный в процессе своей деятельности опыт в целях улучшения методов работы для решения актуальных проблем компании.

Подавляющая часть современных форм и методов обучения персонала, активно используемые в настоящее время в России или те, которые только начинают использоваться, впервые появились на Западе. По этой причине для успешной реализации тех или иных методов российские специалисты перенимают опыт западных коллег, адаптируя технологию под российский рынок.

В настоящее время наиболее активно начинают внедряться в российскую практику современные методы обучения персонала, как уже было сказано, заимствованные у западных компаний. К таким методам относятся: модульное обучение, наставничество, дистанционное обучение, обучение действием, метафорическая игра, обучение в рабочих группах, обучение по методу «Shadowing», обучение по методу «Secondment», обучение по методу «buddying».

Современные формы и методы обучения персонала объединяют в себе все перечисленные виды и обучения персонала. К ним относятся активные, и пассивные методы обучения, групповые и индивидуальные, с отрывом и без отрыва от производства и т.д. Современными данные методы называют потому, что они относительно недавно стали применяться в российских компаниях, но на Западе они известны уже довольно давно. Рассмотрим эти методы более подробно.

Метод «buddying» основывается на предоставлении друг другу информации. Метод отличается от наставничества тем, что тут нет учителя и обучаемого, здесь основная цель — психологическая поддержка. За специалистом закрепляется «buddy», т.е. партнер, задачей которого является установление постоянной честной и обратной связи о действиях и решениях конкретного сотрудника в период освоения новых навыков, а после — при выполнении текущих профессиональных обязанностей [6, с. 312].

Метод, при помощи которого сотрудника «командируют» на другое место работы (в другой департамент, отдел или подразделение) на время, а потом он возвращается к своим прежним обязанностям, называется secondment или «secondment»-командирование.

Метод shadowing — «бытие тенью». Данный метод используется в основном для обучения тех, кто только собирается прийти работать в компанию, — выпускников ВУЗов. За его реализацию отвечают тренинг-менеджер и сотрудники HR-службы, курирующие программу по отбору выпускников в штат. Схема работы очень проста. Например, молодого сотрудника решили повысить в должности до уровня линейного руководителя. Компания предоставляет ему возможность около двух дней (не меньше) побыть «тенью» действующего руководителя [9, с. 5].

Когда обучаемому предлагают выступить в роли руководителя, которому требуется в срочном порядке разобраться накопившиеся на его столе деловые бумаги (корреспонденцию, докладные записки, отчеты, факсы и т.д.), предприняв по ним определенные действия, работает баскет — метод или «basket» - корзина.

Обучение в рабочих процессах, когда необходимо найти способы решения производственной ситуации, используется метод формирования рабочих групп, то есть обучение в рабочих группах.

Обучение действием или «action learning». Этот метод позволяет наиболее эффективно решать возникшие организационные проблемы, разрабатывать структуру и динамику организационных изменений.

Сторителлинг — (от английского Story Telling, дословно — «рассказывание историй») заключается в том, чтобы с помощью мифов и историй из жизни организаций обучать молодых сотрудников правилам работы в компании.

Относительно новым методом является поведенческое моделирование. С его помощью происходит обучение навыкам межличностного общения и формированию установок. В большинстве случаев этот метод используется в рамках тренингов, предполагающих более широкое ис-

пользование методов активного обучения, к которым относится и данный метод.

Формой организации активной работы участников, направленной на выработку новых форм деятельности и изменения установок в поведении, является метафорическая игра. Первостепенная задача метафорической игры — найти новый способ решения предложенной ситуации.

Деловая игра — это такая форма обучения, когда отработка учебной тематики происходит на основе ситуаций, а также дается материал, моделирующий те или иные аспекты профессиональной деятельности слушателей. Деловые игры представляют собой метод обучения, наиболее близкий к реальной профессиональной деятельности обучающихся.

Обучение, в котором теоретические блоки материала сводятся к минимуму и основной упор делается на практическую отработку навыков и умений — это тренинг.

Кейс-обучение, то есть разбор практических ситуаций (case-study) — метод, позволяющий изучить ситуацию, исходя из опыта практической деятельности организации.

Это один из самых проверенных и испытанных методов активного обучения навыкам анализа проблем и подготовки решений.

Формой обучения, позволяющей создать программу обучения из отдельных тематических блоков, направленных на достижение необходимого результата, является модульное обучение.

Ю. Ужакина отмечает, что специалисты на Западе среди иных форм и методов выделяют еще один метод обучения — «неформальное обучение» на работе. Это поиск информации в Интернете, общение с более опытными коллегами и другими сотрудниками в проектных группах, участие в профессиональных ассоциациях и так далее. Можно сказать, что это обыденные, привычные процессы, именно поэтому западные менеджеры по персоналу пытаются сделать данный подход к обучению и развитию сотрудников максимально эффективным» [9, с. 3].

Е. А. Безлепкина приводит статистические данные, которые свидетельствуют о распространенности тех или иных методов обучения в России и на Западе [2, с. 19]:

Таблица 1. Распространенность форм и методов обучения персонала в России и на Западе

Вид и форма обучения	Доля, %	
	Российские компании	Западные компании
Модульное обучение	83	81
Дистанционное обучение	37	54
Наставничество	78	72
Рабочие группы	60	65
Метафорическая игра	45	15
Обучение методом «shadowing»	1	71
Обучение методом «secondment»	1	65
Обучение методом «buddying»	5	85
Обучение действием	56	70

Говоря о проблеме выбора форм и методов обучения персонала, О. Л. Чуланова утверждает, что, «к выбору метода обучения нужно подходить серьезно и внимательно — обучающие программы отличаются и по уровню сложности, и по стоимости, и по времени прохождения, и по длительности воздействия» [8, с. 9].

По мнению М. И. Магура, «современные внешние условия компаний быстро меняются (экономическая политика государства, законодательство и система налогообложения, появляются новые конкуренты и т.п.). Внутреннее условия функционирования организации также склонны к изменениям (реструктуризация предприятий, стратегии и организационная структура многих компаний, технологические изменения, появление новых рабочих мест и др.), что ставит большинство компаний перед необходимостью подготовки персонала к работе в новых условиях» [5, с. 260].

Дипломированный институт развития персонала (CIPD), проводящий ежегодные исследования частоты использования методов обучения и развития персонала

HR — и T&D-менеджерами в Великобритании, представил версию обновленной классификации методов обучения и развития сотрудников [9, с. 2]. Приведем данные последнего опроса:

Вместе с тем, меняются и принципы, которые лежат в основе управления персоналом. Система кадрового менеджмента вынуждена претерпевать существенные коррективы в связи с обновленными организационными стратегиями. В подобных условиях обучение персонала выходит на главный план в процессе управления персоналом [4, с. 221].

Повышение важности роли обучения в условиях укрепления конкурентоспособности предприятия, развития организации и трудового потенциала работников обусловлено тремя факторами [7, с. 44]:

— обучение персонала является важнейшим средством достижения стратегических целей организации;

— обучение персонала, как один из ключевых факторов повышения ценности человеческих ресурсов организации;

Таблица 2. Частота использования методов обучения персонала

Метод обучения	Частота использования, %
Обучение на рабочем месте	99
Внешние мастерские, конференции, семинары	95
Курсы	93
Тренинги за пределами рабочего места	90
Коучинг (линейные менеджеры)	88
Аудио- и видео обучение	81
Наставничество и buddying	72
Ротация, secondment, shadowing	71
Коучинг (внешние специалисты)	64
E-learning	54
Внутренние мероприятия по обмену знаниями	52

— без своевременного обучения персонала проведение организационных изменений сильно затрудняется или становится невозможным.

Таким образом, важнейшей функцией обучения персонала организации является подготовка персонала к рациональному решению более широкого спектра задач и повышение уровня эффективности в работе, а также

стимулирование трудового потенциала работников. При этом обучение позволяет не только повышать уровень знаний работников и формировать требуемые профессиональные навыки, но и вырабатывать у них такую систему ценностей и установок, которая соответствует сегодняшней обстановке и поддерживает рыночную организационную стратегию.

Литература:

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. — СПб.: Питер, 2004. — 832 с.
2. Безлепкина, Е. А. Методы обучения и развития персонала в России и за рубежом / Е. А. Безлепкина // Экономика труда и управление персоналом. — 2014. — № 4. — С. 19.
3. Горфинкель В. Я., А. И. Базилевич, Л. В. Бобков и др. / Под редакцией В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. — 461 с.
4. Кириллов А. В. Проблемы переподготовки и повышения квалификации сотрудников организации и пути их решения // Материалы Афанасьевских чтений. — 2010. — № 8. — С. 216–222.
5. Магура, М. И. Организация обучения персонала компании / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. — М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2006. — 264 с.
6. Покрышкина, А. В. Баддинг как современный метод адаптации молодых сотрудников / А. В. Покрышкина // Управление развитием персонала. — 2016. — № 4. — С. 310–315.
7. Спиридонова К. А. Способы повышения эффективности управления человеческими ресурсами на современном этапе // Вестник Приднепровской государственной академии строительства и архитектуры. — 2008. — № 12. — С. 43–48.
8. Чуланова О. Л. Возможности и риски наставничества и баддинга как методов обучения и развития персонала // Материалы Афанасьевских чтений. — 2018. — № 3. — С. 6–16.
9. Ужакина Ю. Методы обучения и развития персонала в России и за рубежом // Деловой мир. — 2010. — № 7. — С. 1–7.

Автоматизированные магазины как будущее ритейла

Капелюк Зоя Александровна, доктор экономических наук, профессор;

Огольцов Кирилл Сергеевич, студент магистратуры

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск)

По данным исследования, проведенного Федеральной службой государственной статистики и Высшей школой экономики, на сегодняшний день в российской

экономике существует более 450 профессий, но только 28 из них — относятся к массовым. В таких профессиях занято примерно 50% всех работающих граждан

страны, а это 36 млн россиян. Такой вывод сделали авторы аналитического доклада из Центра трудовых исследований НИУ «Высшая школа экономики» В. Гимпельсон и Н. Вишневская [1]. Они выяснили, что больше всего россиян — около 14% — заняты всего в двух профессиях, для овладения которыми достаточно окончить школу и специальные курсы. Главная профессия в России — продавец. К такому выводу можно прийти на основе данных, обнародованных Федеральной службой государственной статистики. На втором месте располагалась профессия строителя.

Материалы Федеральной службой государственной статистики позволяют судить о тенденциях за последние 14 лет. Выяснилось, что сфера торговли и ремонта не всегда были на первых местах. В 2005 г. на первом месте было обрабатывающее производство, в котором тогда трудились почти 18% занятых (а в сфере торговли и ремонта — около 15%). На третьем месте по доле занятых сейчас сфера образования, где трудится примерно 9,5% от всех занятых, против 9,2% в 2005 году. К примеру, 14 лет назад на третьем месте было сельское хозяйство с долей около 10% от всех занятых, сейчас в этой сфере трудоустроено лишь примерно 6% всех занятых [2].

Почему именно сфера торговли сейчас лидирует по доле занятых? «Так сложилось, что среднестатистическому россиянину, прежде всего не имеющему опыта трудоустройства, и женщине средних лет легче всего найти работу продавцом», — говорит профессор Высшей школы корпоративного управления РАНХиГС Елена Яхонтова.

При этом экономист указывает на высокую текучесть кадров в сфере торговли. «Главные причины — отсутствие прозрачности, низкая престижность и компьютеризация ритейла. Также у этой категории работников мало возможностей для карьерного роста. Поэтому большинство людей рассматривают данную работу как временную, как промежуточное звено» [3].

Вопрос о том, насколько ритейл на самом деле устойчив к кризисным явлениям в экономике, вызывал в экспертной среде дискуссии. Если падение доходов граждан продолжится, приведет ли это к кардинальной оптимизации штатов в сфере торговли?

«Что касается угрозы массовых закрытий предприятий торговли и сферы обслуживания, то это маловероятно. Несмотря на системный кризис в российской экономике, потребность в данных услугах остается. Закроется один магазин — на его месте тут же откроется другой. Продавать можно все что угодно: вчера дорогую электронику и автомобили, завтра — товары »секонд-хенд«, — говорит Е. Яхонтова [3].

Рост розничной торговли в РФ сейчас замедляется. Как сообщает Федеральная служба государственной статистики, оборот розничной торговли в сопоставимых ценах увеличился в годовом выражении на 1,4%. В аналогичные периоды 2018 г. розничная торговля демонстрировала рост почти на 3% в годовом выражении.

В связи с замедлением роста розничной торговли, крупные сети пытаются оптимизировать свои процессы путем введения информационных и роботизированных

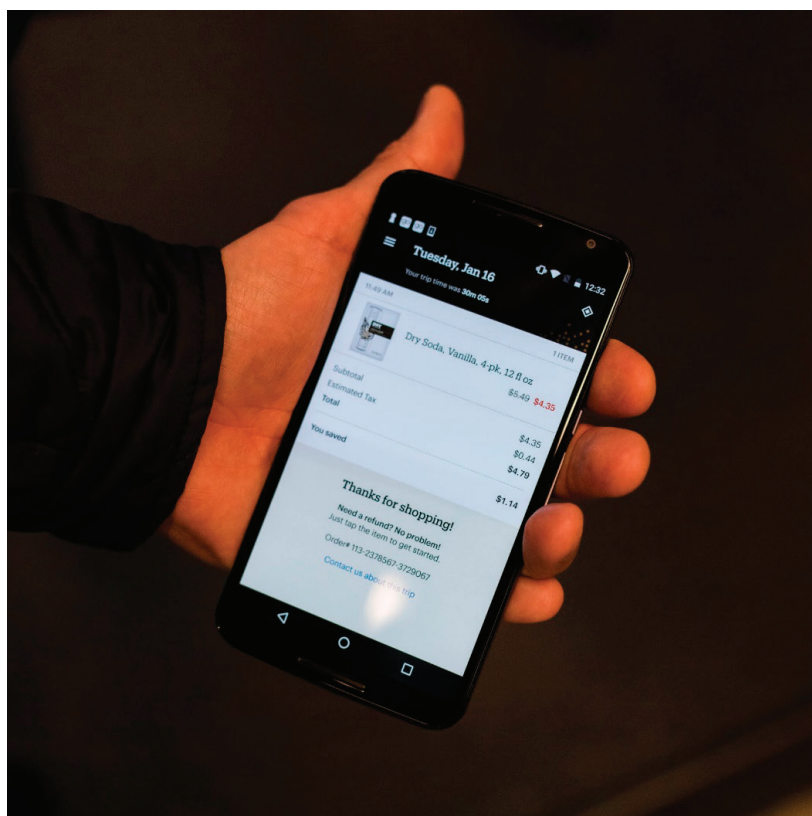


Рис. 1. Счет за покупку в Amazon Go, выставленный автоматизированной системой

систем в работу, тем самым заменяя низкоквалифицированный персонал.

Лидером в этой области является американская корпорация Amazon. Amazon является крупнейшим онлайн магазином, со своими складами в Соединенных Штатах и большинстве стран Западной Европы. В России и странах СНГ Amazon официально не представлен, у нас более популярной площадкой для онлайн покупок является детище компании Alibaba Group — Aliexpress. В 2016 г. компания Amazon представила концепцию автоматизированного офлайн магазина, а в 2018 г. открыла первый автоматизированный магазин, Amazon Go, в Сиэтле, США.

Основная идея магазина в том, чтобы заменить привычные роли в розничном магазине комплексными автоматизированными системами и роботами. Так, например, в магазине Amazon Go, нет охранников, за всеми покупателями следят камеры видеонаблюдения, которые передают информацию на сервера Amazon, находящиеся в этом же магазине, которые, в свою очередь, обрабатывают видеопоток и вычисляют, какой из покупателей какие товары взял. Такие вычисления стали возможны благодаря развитию технологий машинного зрения, искусственного интеллекта и машинного обучения.

Также в магазине отсутствуют кассиры, так как в них отпадает необходимость. Все товары, взятые покупателем, автоматически попадают в виртуальный чек.

На выходе система автоматически зафиксировывает приобретенные товары и списывает их стоимость со счета пользователя на Amazon [4].

Стоит отметить, что воплощение таких проектов стало возможно благодаря тому, что проникновение смартфонов и мобильных платежных сервисов, достигло высокого уровня, а растущая плотность городского населения, ценящего эффективность и удобство, стали одним из основных факторов, которые сделали Китай и США лучшими местами для развития автоматизированных магазинов.

В России и странах СНГ проникновение и мобильных платежных сервисов не такое высокое (по сравнению с США и КНР) поэтому в ближайшее время реализация подобных проектов маловероятна.

Несмотря на неготовность российского потребителя к таким магазинам, ритейлу уже сейчас стоит учиться и перенимать опыт иностранных коллег, для получения конкурентного преимущества через 5–10 лет.

Так, например, можно начать с внедрения касс самообслуживания для небольших сетей и анализа видео с камер для выявления воров в крупных сетях, где физически сложно отследить факт хищения имущества ритейла силами персонала.

Литература:

1. Семенова Ю.Е. Формирование и реализация информационно-управляющих систем в розничных торговых сетях // М.2018, — 121с.
2. THE NEW YORK TIMES — Inside Amazon Go, a Store of the Future // <https://www.nytimes.com/2018/01/21/technology/inside-amazon-go-a-store-of-the-future.html>
3. Жертвы потребительского кризиса // http://www.ng.ru/economics/2019-06-20/2_7603_potreb.html
4. Китайские автоматизированные магазины без касс и персонала // <https://kioskssoft.ru/news/2018/01/09/kitskie-avtomatizirovannye-magaziny-bez-kass-i-personala-19955>

Анализ и управление оборотными средствами (на примере ООО «МаСКо»)

Козлов Юрий Евгеньевич, студент;

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

В статье рассмотрена сущность и значение оборотных средств в современных условиях для предприятия, как важнейшей составляющей, способствующей эффективной реализации производственной деятельности. Рассмотрены проблемы и особенности управления оборотными средствами. Проанализировано управление оборотными средствами на действующем предприятии с точки зрения эффективности.

Ключевые слова: оборотные средства, финансовая устойчивость, фонды, активы.

Оборотные средства — экономическая категория, в которой переплетаются множество теоретических и практических аспектов [1, с. 137]. На сегодняшний день одной из наиболее важных составляющих успешной реализации деятельности любого предприятия, безусловно, является эффективное использование и управление обо-

ротными средствами так, как именно от них зависит бесперебойность деятельности практически любого предприятия, этим и объясняется актуальность выбранной темы исследования. В этой связи, стоит отметить, что оборотные средства представляют собой часть производственных фондов предприятия, которая полностью потре-

бляется в производственном цикле и переносит полностью свою стоимость на созданную продукцию.

Оборотные средства зачастую классифицируют по сфере оборота на фонды обращения и оборотные производственные фонды. К фондам обращения стоит отнести следующее: готовая продукция на складе, товары отгруженные, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения, денежные средства [2].

К производственным фондам относятся следующее: производственные запасы (материалы, топливо, запасные части, сырье, инструменты и приспособления, тара, полуфабрикаты, хозяйственный инвентарь) и средства в производстве (расходы будущих периодов, незавершенное производство).

Оборотные средства зачастую играют ключевую роль в успешности функционирования предприятия так, как обеспечивают ритмичность и стабильность производственного процесса. В этой связи специалистам предприятий необходимо постоянно отслеживать динамику потребления оборотных средств за определенный период, определять необходимое их количество для обеспечения нужного темпа производства, не допускать скапливание большого количества различных оборотных фондов на складах [5].

От реализации данных задач зависит успешность управления оборотными средствами практически на любом предприятии в современном мире, в том числе и на предприятии ООО «МаСКо».

Предприятие ООО «МаСКо» было зарегистрировано Администрацией Чернушинского района 13.03.2003 года. Основную целью данного предприятия является удовлетворение потребностей населения в различных видах молочной продукции и получение прибыли. Основной вид деятельности: переработка молока, выпуск широкого ассортимента молочных продуктов.

Данное предприятие играет важнейшую роль в городе Чернушка так, как является одним из основных производителей и поставщиков молочной продукции в регионе. В своей деятельности ООО «МаСКо» использует передовой зарубежный и отечественный опыт, а также современное, качественное оборудование.

В этой связи, интересно рассмотреть состав и структуру оборотных средств данного предприятия так, как на любом производстве, в том числе и в сфере АПК от них зависит успешность функционирования предприятия в целом. В таблице 1 рассмотрим структуру и состав оборотных активов исследуемого предприятия.

Таблица 1. Анализ структуры и состава оборотных активов

Вид средств	2016 г.		2017 г.		2018 г.		Изменения 2018 г. от 2017 г.	
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %
Запасы	30445	35,34	56868	52,48	56382	45,11	-486	-7,37
Дебиторская задолженность	30337	35,21	37399	34,51	59758	47,81	22359	13,3
Денежные средства	24905	28,91	13667	12,61	8567	6,85	-5100	-5,76
Прочие оборотные активы	469	0,54	428	0,39	286	0,23	-142	-0,16
Итого	86156	100	108362	100	124993	100	16631	х

Данные таблицы 1, свидетельствуют, что наибольший удельный вес среди всех оборотных активов исследуемого предприятия занимает запасы и дебиторская задолженность. Наименьший удельный вес — прочие оборотные активы.

В качестве негативного момента следует признать существенное увеличение суммы дебиторской задолженности в исследуемом периоде почти в два раза (2016—2018) с 30337 тыс. рублей в 2016 году до 59758 в 2018 году. Увеличение дебиторской задолженности зачастую отрицательно сказывается на общем финансовом состоянии предприятия так, как может привести к неплатежеспособности в будущем из-за нехватки денежных средств. Также, заметно, значительное увеличение запасов, что не всегда положительно сказывается на деятельности предприятия.

Источники формирования оборотных средств оказывают существенное влияние на эффективность использования оборотных средств предприятия. В структуре источников формирования ООО «МаСКо» наибольший

удельный вес приходится на собственные (долгосрочные) и привлеченные средства (табл. 2).

Анализируя таблицу 2, стоит отметить, что в 2018 году собственные средства занимают более 65 %, и составляют 130 533 тыс. руб. Доля привлеченных денежных средств в исследуемой динамике увеличилась и к 2018 году составила 45,19% или 107 641 тыс. рублей в абсолютном выражении. Увеличение доли привлеченных оборотных средств говорит о нехватке собственных денежных средств для поддержания необходимого уровня оборачиваемости.

Для определения степени эффективности использования оборотных средств в таблице 3, рассмотрим оборачиваемость оборотных активов в динамике, а также период оборота.

Данные таблицы 3 свидетельствуют, что управление оборотными фондами на исследуемом предприятии происходит относительно эффективно так, как коэффициент оборачиваемости на конец анализируемого периода

Таблица 2. Анализ собственных и привлеченных средств

Вид средств	2016 г.		2017 г.		2018 г.		Изменения 2017 г. от 2016 г.		Изменения 2018 г. от 2017 г.	
	сумм, тыс. руб.	уд. вес, %	сумм, тыс. руб.	уд. вес, %	сумм, тыс. руб.	уд. вес, %	сумм, тыс. руб.	уд. вес, %	сумм, тыс. руб.	уд. вес, %
Собственные	99778	69,9	127880	54,8	130533	65,4	28102	-15,1	2653	10,6
Привлеченные	42766	29,9	67504	34,5	107641	45,1	24738	4,56	40137	10,6

Таблица 3. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов и период оборота

Наименования показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Изменения 2017 г. от 2016 г.	Изменения 2018 г. от 2017 г.
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, об.	6,8	5,4	7,02	-1,4	1,62
Период оборота, дн.	52,94	66,66	51,28	13,72	-15,38

вырос на 1,62 и составил 7,02 оборота на 2018 год, период оборачиваемости уменьшился на 15 дней и составил 51 день. Можно сделать выводы, что оборачиваемость и период оборота соответствуют нормативным значениям (при нормативе оборачиваемости (>4) и продолжительности оборота (<90)).

Таким образом, предприятие эффективно использует оборотные средства, но в то же время растет ко-

личество запасов, а также дебиторская задолженность, а это негативно сказывается на финансовом состоянии предприятия. Для уменьшения дебиторской задолженности необходимо при заключении договоров с рыночными субъектами особое внимание уделять различным штрафным санкциям при просрочках, и задержках, что позволит с большей эффективностью осуществлять свою деятельность предприятию.

Литература:

1. Старкова О. Я., Мехоношина А. С. Совершенствование управления оборотными средствами предприятия // Молодой ученый. — 2018. — 349. — с.317—319.
2. Е. М. Рогова, Е. А. Ткаченко. Финансовый менеджмент. Учебник и практикум. — М.: Юрайт, 2017. — 542 с.
3. И. В. Бабенко, С. А. Тиньков Управление оборотными активами. Логистический подход. — М.: Инфра-М, 2016. — 168 с.
4. И. В. Захаров, О. Н. Калачева. Бухгалтерский учет и анализ. Учебник. — М.: Юрайт, 2015. — 424 с.
5. П. Н. Тесля. Финансовый менеджмент (углубленный уровень). Учебник. — М.: РИОР, Инфра-М, 2017. — 218 с.

Обзор основных статистических показателей и тенденций российского рынка легковых автомобилей

Коротков Анатолий Владимирович, доктор экономических наук, профессор;
Морозова Анастасия Сергеевна, студент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Автомобильная отрасль — одна из самых быстроразвивающихся сфер на сегодняшний момент. Изменения, произошедшие за последние годы в сфере автомобилестроения, НТП, вывод производственных мощностей в развивающиеся страны мира, объединение производителей в концерны, создание совместных предприятий — все это делает данную отрасль очень интересной и актуальной для анализа. Автомобильный сектор имеет влияние на экономику в целом, так как обладает увесистой долей в экономике каждой страны. Стоит

так же отметить, что рынок автомобилей тесно связан с другими отраслями: напрямую с рынком деталей и нефтедобывающей промышленностью; косвенно — со строительством дорог и рынком аксессуаров для автомобилей. Благодаря автомобилю повысилась мобильность человечества, эффективность труда и производства, которые так важны для современного мира. Автомобиль олицетворяет материальное благополучие, как его владельца, так и государства. Именно поэтому изучение и проведение анализа о перспективах и тенденциях является весьма актуальной темой исследования.

Ключевые слова: рынок легковых автомобилей, структура рынка, анализ рынка, динамика товарооборота, автомобильное кредитование, межрегиональный анализ.

Реализация санкционных рисков повлияла на некоторые экономические показатели российского рынка, а также на автомобильный рынок. За 2019 год цена на нефть марки Brent снизилась на (27,9%) по сравнению к предыдущему году. В то время как прирост курса доллара к рублю составил (4%). Индекс потребительской уверенности повысился на (1%) и составил (–15%). Индекс благоприятности условий для крупных покупок увеличился на (3%) и составил (–26%) против (–29%) в 2019 году. В 2019 году реальная заработная плата увеличилась на (0,4%), а реальные располагаемые доходы населения уменьшились на (2,3%). Также не стоит забывать о появлении на рынке электромобилей. Согласно статистике PwC рынок электромобилей находится в зарождении, но увеличивается с каждым годом. На момент 2019 года объем достиг 1914, среди них новые ав-

томобили 188 единиц. Считается, что в следующие года средний темп прироста составит до (30%), а в Москве до (60%). На момент 2019 года 43,5 млн шт. или (84%) от общего автопарка составляют легковые автомобили, 4,1 млн шт. или (8%) приходится на лёгкие коммерческие автомобили, 3,8 млн шт. или (7%) составляют грузовые автомобили, 0,4 млн шт. или около (1%) приходится на автобусы. По данным Kantar TNS, у (53,1%) опрошенных есть автомобиль в семье: большинство респондентов (42,2%) имеют один автомобиль в семье, (9,6%) — два автомобиля, а (1,2%) владеют тремя и более автомобилями. Средняя цена новой — 1 776 900 рублей, отечественной машины — 660 500 рублей. Прирост составил (11,1%) и (8,2%).

Далее была рассмотрена статистика розничных продаж новых легковых автомобилей.

Таблица 1. Динамика розничных продаж новых легковых автомобилей

	2016	2017	2018	2019
Продажи, (тыс. шт)	623,0	665,0	790,0	775,0
Прирост (снижение) к предыдущему году (%)	-	6,7	18,8	-1,9
Прирост (снижение) к 2016 (%)	-	6,7	26,8	24,4

Источник: Отчет PwC

Как можно увидеть, в 2017 году наблюдался небольшой прирост продаж по сравнению с предыдущим годом, зато в 2018 году прирост составил целых (19%). Но в 2019 году наблюдается незначительное снижение продаж (–2%).

Если говорить о структуре потребления на 2019 год, то (17%) занимают импортные новые автомобили, (23%)

отечественные бренды и (60%) иномарки российского происхождения. Если сравнить с 2016 годом, абсолютный прирост для отечественных брендов (1,5%), для иномарок российского происхождения (3,2%), а для импортных автомобилей снижение (–4,6%).

Таблица 2. Динамика товарооборота с 2016–2019 года

Категории легковых автомобилей	Продажи, млрд руб.				% прироста	
	январь-июнь				январь-июнь	
	2016	2017	2018	2019	2019/2018	2019/2016
Отечественные бренды	77,0	83,0	105,0	117,0	11,4	51,9
Иномарки российского происхождения	404,0	485,0	585,0	581,0	-0,7	43,8
Импортные новые автомобили	365,0	321,0	400,0	481,0	20,3	31,8
Итог	846,0	889,0	1090,0	1179,0	8,2	39,4

Источник: Отчет PwC

Согласно опубликованному отчету PwC, можно наблюдать положительную динамику роста продаж автомобилей с небольшими снижениями. Так, например, существует большой прирост на импортные автомобили, средний на отечественные и незначительное снижение на иномарки российского происхождения.

Если посмотреть на прирост по отношению к 2016 году, то наибольшее увеличение наблюдается у отечественных брендов (51,9) и иномарок российского происхождения (43,8).

Таблица 3. Доля новых легковых автомобилей, проданных в кредит с 2016–2019 года

	2016	2017	2018	2019
Выданы кредиты, (тыс. шт)	102,1	128,0	168,3	191,3
Доля проданных в кредит автомобилей (%)	16,4	19,2	21,3	24,7

Источник: НБКИ и АВТОСТАТ

Также были проанализированы данные о количестве автомобильных кредитах и сопоставлены с количеством проданной продукции. На сегодняшний день наблюдается рост покупки автомобиля в кредит. Если на 2016 год это составляло (16,4%), то уже в 2019 данный показатель

увеличился на (8,3%) по сравнению с 2016. Такая статистика отражает произошедшее ухудшение покупательской способности населения. Но доля задолженности по автокредитам свыше 30 дней сократилась на (0,6%), составив (8,5%).

Таблица 4. Топ-5 регионов по объему продаж новых легковых автомобилей за 2018–2019 года, тысяч штук

Регион	Продажи, (тыс шт)		Прирост
	январь-май		
	2018	2019	2019/2018
г.Москва	93,0	84,2	-9,5%
Московская область	50,4	54,6	8,3%
г.Санкт-Петербург	42,7	38,9	-8,9%
Республика Татарстан	28,1	25,6	-8,9%
Краснодарский Край	22,6	22,4	-0,9%

Источник: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации

Далее была проанализирована статистика продаж в разрезе регионов. Наибольшие продажи осуществляются в Москве и Московской области. Хотя наибольшее снижение по сравнению с предыдущем годом у Москвы (–9,5%), а также у Санкт-Петербурга (–8,9%) и Республики Татарстан (–8,9%).

Подводя итог, можно сказать, что после рецессии 2015 года экономика России восстанавливается. На рынке легковых автомобилей наблюдается положительный рост с 2016 года по

настоящий момент. Также наблюдается повышение спроса на отечественные бренды и иномарки отечественного производства. Но товарооборот все равно выше у импортных автомобилей, что объясняется разницей в ценовом диапазоне. Более того, наблюдается повышение количества автомобилей, купленных в кредит, но количество невыплат по кредитам сокращается. Наибольшее количество продаж осуществляется в Москве, но положительный прирост по отношению к прошлому году только у Московской области.

Литература:

1. Коротков А. В., Минашкин В. Г. Потребительский спрос как статистический показатель // Вопросы статистики, № 7/2014, с. 11–16. — 1,06 п.л.
2. Коротков А. В. Вершинина А. А. О содержании экономической категории и измерении рыночного спроса // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО МЭСИ: Научно-практический журнал. — М.: МЭСИ, № 1/2014. — с. 72–77. — 1,0 п.л.
3. Отчет консалтинговой компании PwC — URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/automarket-review-2019.html> (дата обращения: 09.10.2019)
4. Потребительские ожидания в России; Росстат — URL: https://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d04/127.htm (дата обращения: 10.10.2019)

Альтернативная модель расчета ставки дисконтирования, основанная на учете рисков ухудшения финансового состояния корпорации

Костин Дмитрий Эдуардович, магистр
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

В статье предложен альтернативный метод расчета ставки дисконтирования, основанный на учете рисков ухудшения финансового состояния объекта оценки. Данные виды риска определяются на основе корреляционного анализа и экспертного взвешивания, суммируясь в итоговую величину премии за риск. С помощью предложенной ставки дисконтирования возможно оказывать влияние и управлять итоговой стоимостью бизнеса.

Ключевые слова: корпоративные финансы, управление стоимостью бизнеса, ставка дисконтирования, статистический анализ, корреляция, финансовый анализ, телекоммуникации.

В современной практике оценочной деятельности вопрос о справедливом определении ставки дисконтирования является наиболее дискуссионным и неоднозначным в экспертном сообществе. Многообразие взглядов и методов ее расчета может свидетельствовать лишь о том, что невозможно найти универсальный способ, по которому можно определить достоверно точную величину ставки дисконтирования. Тем не менее, существует определенное количество моделей расчета, которые признаны и используются сообществом оценщиков. Каждая из моделей обладает как достоинствами, так и своими недостатками, и при выборе того или иного способа расчета оценщик должен пойти на определенный компромисс.

Согласно общепринятым определениям, ставка дисконтирования представляет собой меру будущей доходности инвестора, а также определенный уровень риска, сопутствующий инвестированию в конкретный актив. Экономический смысл ставки дисконтирования также во многом основан на концепции риска и доходности — чем выше доходность проекта или бизнеса, тем выше риск инвестиций в него и наоборот. В большинстве методов расчета необходимо определить уровень так называемой безрисковой ставки — альтернативной величины доходности, которая гарантирована в пределах области функционирования объекта (рынок, отрасль, страна и др.). Зачастую безрисковыми ставками выбираются ставки доходности по государственным облигациям и иные фундаментальные величины. Также, в некоторых методиках в качестве безрисковой нормы дохода может быть выбрана среднеотраслевая рентабельность собственного капитала или активов, ретроспективная доходность компании.

Помимо меры гарантированной доходности альтернативных источников, ставка дисконтирования должна включать премию за риск — составляющую, которая должна содержать в себе все риски инвестирования. Данный вопрос подвергается наиболее широким интерпретациям и манипуляциям в экспертной среде, в связи с чем многообразие методик расчета ставок дисконтирования и премий за риск лишь растет. Многие эксперты стараются учесть и включить в расчет как можно больше разнообразных рисков объекта оценки, что может «пере-

гружать» ставку дисконтирования или делать её характер относительным и субъективным. Зачастую, при расчете может производиться «подгонка» ставки дисконтирования под конкретные интересы инвестора, покупателя или собственника, что является еще менее корректным способом её определения. Такие действия могут носить умышленный характер с целью манипуляции стоимостью проекта.

Концепция ставки дисконтирования не представляет сложности для понимания и во многих научных трактовках её экономический смысл аналогичен. Проблема расчета справедливой ставки дисконтирования скорее заключается в том, что невозможно найти способ, по которому можно абсолютно достоверно точно измерить все риски и возникающие неопределенности бизнеса. При выборе той или иной методики расчета можно лишь достичь определенного научного консенсуса в экспертном сообществе, что не исключает всех недостатков, компромиссов и субъективности выбранной модели.

Другой проблемой российской оценочной деятельности является некорректность применения западных моделей, включающих статистические данные. По мнению многих оценщиков, уровень развития и структура отечественной экономики требует иных методов расчета, поскольку содержит существенные «пробелы» в статистических исследованиях рынка. Неопределенность, риски и нестабильность российской экономики нуждаются в особом осмыслении и анализе при реализации оценочных методик. Одним из примеров может служить модель CAPM, которая включает в себя коэффициент β — так называемую меру систематического внешнего риска. В экспертном сообществе ведется дискуссия по поводу применения данного показателя и существует мнение, что необходима замена данного показателя на иной, «российский» аналог, который отражал бы специфику отечественной экономики в условиях не самого развитого фондового рынка.

По состоянию на 2019 год Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) насчитывает более 24 тыс. статей и научных материалов по запросу «ставка дисконтирования». Также, насчитывается более 400 научных статей,

связанных с методиками расчета ставки дисконтирования. Подобные факты подтверждают наличие широкой дискуссии в научных кругах и неоднозначность данного вопроса.

В рамках данной статьи предлагается альтернативный метод расчета ставки дисконтирования, основанный на учете рисков ухудшения финансового состояния предприятия. В основе предлагаемой методики используются методы финансового анализа и методы корреляционно-регрессионного анализа, при помощи которых происходит выявление особо значимых внутренних рисков, потенциально влияющих на итоговую стоимость бизнеса.

Полученная методика расчета ставки дисконтирования в полной мере основывается на концепции риска и доходности и на концепции временной стоимости денег, в силу чего включает в свой расчет инфляционную составляющую. Расчет итоговой величины ставки дисконтирования предлагается производить по принципам кумулятивного построения, суммируя безрисковую ставку, показатель отраслевого уровня инфляции и премию за риск, рассчитанную по итогам анализа финансового состояния и прогнозирования ключевых финансовых рисков объекта оценки. Способ расчета включает в себя методы экспертных суждений на этапе определения вероятности наступления неблагоприятных событий.

Важно отметить, что метод рекомендуется использовать в процессе оценки рыночной стоимости функционирующих предприятий в форме публичных акционерных обществ и имеющих акций в обращении на фондовом рынке. Предлагаемая методика не предназначена для оценки инвестиционных и инновационных проектов. Ре-

ализация предлагаемого метода включает в себя четыре этапа. Рассмотрим его выполнение на примере телекоммуникационной компании ПАО «Ростелеком».

Этап 1. Анализ финансового состояния

На данном этапе производится расчет определенного набора абсолютных и относительных финансовых показателей объекта оценки за последние пять лет деятельности. На основе полученных показателей происходит анализ величины активов, ликвидности и платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности, финансовых результатов, стоимости заемного капитала, а также проводится оценка вероятности наступления банкротства. В таблице 1 приведем наиболее значимые показатели.

Также соберем необходимые данные для реализации этапа 2.

Этап 2. Расчет коэффициентов корреляции

На втором этапе происходит вычисление линейных коэффициентов парной корреляции между показателями финансового состояния и показателями стоимости компании на основе методов корреляционно-регрессионного анализа. На этом этапе также исследуется взаимосвязь (в случае её наличия) между рыночной капитализацией, балансовой стоимостью и различными сторонами финансового состояния компании.

По итогам статистического анализа формируется таблица с коэффициентами корреляции, интервалы ко-

Таблица 1. Показатели финансового состояния ПАО «Ростелеком»

Наименование показателя	2018	2017	2016	2015	2014
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,10	0,07	0,07	0,08	0,14
Коэффициент критической ликвидности	0,50	0,57	0,42	0,43	0,57
Коэффициент текущей ликвидности	0,57	0,65	0,48	0,48	0,62
Коэффициент оборачиваемости имущества	0,52	0,51	0,49	0,50	1,03
Коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов	0,60	0,58	0,56	0,57	1,19
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	4,04	4,31	4,39	4,15	7,62
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	1,19	1,10	1,04	1,04	2,15
Вероятность наступления банкротства по пятифакторной модели Альтмана (Z)	1,17	1,28	1,31	1,37	1,38
Рентабельность продаж, %	7,85	8,53	9,93	11,62	14,30
Рентабельность активов, %	0,93	1,56	1,89	3,87	5,40
Рентабельность собственного капитала, %	1,97	3,30	3,91	7,99	11,72
Собственные оборотные средства, млрд руб.	-272	-237	-232	-227	-212
Коэффициент автономии (независимости)	0,41	0,46	0,46	0,49	0,47
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	1,43	1,16	1,13	1,03	1,09
Коэффициент финансовой устойчивости	0,76	0,81	0,75	0,77	0,78
Коэффициент маневренности	-1,10	-0,90	-0,87	-0,81	-0,81
Стоимость заемного капитала, %	4,28	5,28	5,61	5,37	4,88
Чистая прибыль, млрд руб.	5	9	10	21	29
Выручка, млрд руб.	306	291	282	283	283

Таблица 2. Стоимостные показатели ПАО «Ростелеком» (млн руб.)

Показатель	2018	2017	2016	2015	2014
Рыночная капитализация (обыкн.)	187 891	163 687	215 906	234 935	228 323
Рыночная капитализация (привил.)	12 699	11 702	13 108	14 250	13 707
Рыночная капитализация	200 591	175 389	229 014	249 185	242 031
Цена акций (обыкн.), руб.	72,97	63,57	83,85	91,24	85,54
Цена акций (привил.), руб.	60,60	55,84	62,55	68,00	56,45
Балансовая стоимость	602 685	568 874	562 495	569 835	549 457

Источник: moex.com, rt.ru

торых составляют от $-1,0$ до $+1,0$ в зависимости от характера связи. Далее, все значения коэффициентов приводятся к абсолютным значениям по модулю числа и усредняются по медианным значениям в каждой группе финансовых показателей. Всего, исследуется 114 корреляционных связей.

Для вычисления линейных коэффициентов парной корреляции рекомендуется использовать функцию «Корреляция» из пакета «Анализ данных» программной среды Microsoft Excel. Также, анализ может быть осуществлен с помощью функций «КОРРЕЛ» и «КВПИРСОН», если регрессия является линейной.

Таблица 3. Коэффициенты корреляции ПАО «Ростелеком» за 2014–2018 гг.

№	Наименование группы показателей	Рыночная капитализация	Балансовая стоимость	Среднее по группе
1	Показатели ликвидности и платежеспособности	0,60	0,62	0,61
2	Коэффициенты ликвидности	0,50	0,35	0,42
3	Показатели оборачиваемости	0,42	0,62	0,52
4	Вероятность наступления банкротства по пятифакторной модели Альтмана	0,69	-0,90	0,79
5	Показатели рентабельности	0,71	0,71	0,71
6	Абсолютные показатели финансовой устойчивости	0,56	0,74	0,65
7	Относительные показатели финансовой устойчивости (коэффициенты)	0,49	0,61	0,55
8	Стоимость заемного капитала	0,25	-0,65	0,45
9	Чистая прибыль	0,76	-0,73	0,75
10	Выручка	-0,63	0,92	0,77

Источник: расчеты автора

Этап 3. Оценка риска

На третьем этапе проводится оценка и прогнозирование вероятностей наступления неблагоприятных событий на основе тенденций финансовых показателей ретроспективного периода. Среди рисков ухудшения финансового состояния предлагается выделить следующие группы рисков:

- риск снижения балансовой стоимости активов, деловой активности (оборачиваемости), рентабельности, объемов выручки и чистой прибыли, курса акций;
- риск потери ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости (абсолютные и относительные показатели);
- риск наступления банкротства;
- риск увеличения стоимости заемного капитала (кредитный риск).

Риски утраты ликвидности и финансовой устойчивости рассматриваются в разрезе абсолютных и относительных показателей.

На основе проведенного финансового анализа выявляются тенденции изменения финансового состояния, на основании чего выносится вывод о наступлении неблагоприятного события путем экспертного суждения. Далее необходимо вынести заключение о предполагаемом ухудшении или улучшении финансового состояния объекта оценки в зависимости от динамики его показателей.

Предлагается применять следующую градацию вероятности P по бальной шкале:

«0» баллов — событие не наступит (нет никаких оснований предполагать, что событие наступит, предпосылки отсутствуют);

«25» баллов — событие, скорее всего, не наступит, но вероятность существует (низкая вероятность);

«50» баллов — событие может как наступить, так и не наступить с равной вероятностью (нет возможности определенно утверждать об исходе события — средняя вероятность);

«75» баллов — скорее всего, событие наступит (высокая вероятность).

Далее, в зависимости от коэффициента средней корреляции, каждой группе рисков присуждается свой весовой коэффициент W . Определение веса риска предлагается выполнять по ранжированию, представленном в таблице 4.

Таблица 4. Ранжирование весового коэффициента факторов риска

Значение коэффициента корреляции	Характер связи	Весовой коэффициент W	Степень риска
Более 0,65	Высокая	0,01	Повышенный
0,45–0,65	Умеренная	0,005	Средний
Менее 0,45	Низкая	0,001	Незначительный

Источник: расчеты автора

Общий показатель риска R является произведением прогнозной вероятности P в баллах на соответствующий весовой коэффициент W :

$$R = P \cdot W$$

Полученные ставки риска по группам суммируются в один показатель премии за риск, выраженной в процентах.

Продemonстрируем, как происходит вычисление итогового показателя риска. На основании значений среднего коэффициента корреляции присваивается соответствующий весовой коэффициент W . Далее, выставляются баллы вероятности наступления неблагоприятного события на основе экспертного суждения, основанного на анализе ретроспективных показателей финансового со-

стояния. Выставленные баллы умножаются на присвоенные значения веса, а полученные значения суммируются в итоговое значение премии за риск S .

Величина итоговой премии за риск составила 4,125%. Опишем ход рассуждений, на основе которых выставлялись баллы вероятности наступления неблагоприятного исхода.

На протяжении 2016–2018 гг. у компании наблюдается рост балансовой стоимости (с 562 млрд руб. до 602 млрд руб.), в связи с чем есть основание полагать, что рост будет продолжаться. Риск снижения балансовой стоимости низкий (выставляется 25 баллов).

В 2014–2018 гг. у компании наблюдается значительное отклонение показателей ликвидности от оптимальных значений, неликвидность баланса. В связи с этим

Таблица 5. Вычисление итоговой премии за риск

№	Фактор риска	Корреляция	Вес фактора риска	Вероятность, баллы	Уровень риска, %
1	Риск снижения балансовой стоимости активов	1,00	0,010	25	0,25
2	Риск утраты ликвидности и платежеспособности (относительные показатели)	0,42	0,001	75	0,075
3	Риск утраты ликвидности баланса (абсолютные показатели)	0,61	0,005	75	0,375
4	Риск потери финансовой устойчивости (абсолютные показатели)	0,65	0,005	75	0,375
5	Риск потери финансовой устойчивости (относительные показатели)	0,55	0,005	75	0,375
6	Риск снижения деловой активности (оборачиваемости)	0,52	0,005	25	0,125
7	Риск наступления банкротства	0,79	0,010	50	0,5
8	Риск падения курса акций	0,30	0,001	50	0,05
9	Риск снижения рентабельности	0,71	0,010	75	0,75
10	Риск снижения объемов выручки	0,77	0,010	25	0,25
11	Риск снижения объемов чистой прибыли	0,75	0,010	75	0,75
12	Риск увеличения стоимости заемного капитала (кредитный риск)	0,45	0,005	50	0,25
–	Итоговая сумма премии за риск	–	–	–	4,125

Источник: расчеты автора

вероятность утраты (не восстановления) ликвидности оценивается как высокая (выставляется 75 баллов).

На протяжении пяти последних отчетных периодов у компании наблюдается ухудшение всех относительных и абсолютных показателей финансовой устойчивости, кризисный тип финансовой устойчивости. По этой причине есть основание полагать, что существует риск потери финансовой устойчивости (она не будет восстановлена, выставляется 75 баллов).

Деловая активность компании повышалась в последние годы, понижалась продолжительность оборота различных активов. На основании этого можно полагать, что вероятность снижения деловой активности низкая (выставляется 25 баллов).

В 2014–2018 гг. показатель Z модели Альтмана неуклонно снижался, опустившись в 2018 г. ниже допустимого значения. На основании этого можно полагать, что существует значительный риск наступления банкротства, но определенно утверждать невозможно (выставляется 50 баллов).

Нельзя определенно утверждать о вероятности снижения курса акций компании, так как это зависит от состояния внешней среды (выставляется 50 баллов).

В 2014–2018 гг. у компании наблюдается снижение показателей всех видов рентабельности. На основании этого можно полагать, что существует высокая вероятность дальнейшего снижения рентабельности (выставляется 75 баллов).

В 2016–2018 гг. у компании наблюдается рост объема выручки (с 282 млрд руб. до 305 млрд руб.). На основании этого можно полагать, что вероятность снижения выручки низкая (выставляется 25 баллов). В 2013–2018 гг. у компании наблюдается постоянное снижение чистой прибыли (с 35 млрд руб. до 5 млрд руб.). На основании этого можно полагать, что существует высокая вероятность дальнейшего снижения объема чистой прибыли (выставляется 75 баллов). Нельзя определенно утверждать о вероятности повышения стоимости заемного капитала, так как это зависит от состояния внешней среды (выставляется 50 баллов).

Этап 4. Расчет ставки дисконтирования

Заключительный этап, на котором вычисляется итоговая ставка дисконтирования путем суммирования безрисковой ставки i_r и премиальной составляющей S :

$$r = i_r + S$$

В данном исследовании в качестве безрисковой ставки предлагается использовать ставку доходности облигаций федерального займа со сроком погашения 30 лет.

Поскольку предложенный метод расчета основывается на принципах кумулятивного построения и является модификацией модели CAPM, полученную ставку дисконтирования предлагается использовать применительно к денежному потоку на собственный капитал (FCFE).

Таблица 6. Расчет ставки дисконтирования

Определение ставки дисконтирования	
Безрисковая ставка	8,84%
Премия за риск	4,125%
Номинальная ставка дисконтирования (с учетом инфляции)	12,965%
Индекс потребительских цен в 2018 г.	3,4%
Реальная ставка дисконтирования (без учета инфляции)	9,25%

Источник: cbr.ru, economy.gov.ru, расчеты автора

Итоговое значение ставки дисконтирования, учитывающей риски ухудшения финансового состояния, составляет 12,965% с учетом инфляции. Сравним

полученное значение со ставкой дисконтирования традиционной модели CAPM и вычислим стоимость ПАО «Ростелеком».

Таблица 7. Сравнение различных видов ставок дисконтирования

Вид ставки дисконтирования	Модель CAPM	Предложенная методика
Безрисковая ставка		8,84%
Ставка дисконтирования (с учетом инфляции)	16,10%	12,97%
Ставка дисконтирования (без учета инфляции)	12,28%	9,25%
Индекс потребительских цен в 2018 г.		3,4%
Стоимость ПАО «Ростелеком», млн руб.	254 044	421 297

Источник: cbr.ru, economy.gov.ru, расчеты автора

Стоимость ПАО «Ростелеком», рассчитанная на основе модифицированной ставки дисконтирования (9,25%), составляет 421 297 209 тыс. руб. (421,3 млрд руб.) Для сравнения, стоимость ПАО «Ростелеком», рассчитанная аналогично доходным подходом, составляет 254 044 704 тыс. руб. (254 млрд руб.).

Использование предложенной ставки дисконтирования будет оказывать прямое влияние на стоимость объекта оценки, в связи с чем метод может применяться в процессе управления стоимостью, на ряду с влиянием денежных потоков.

Методология оценочной деятельности постоянно развивается, и, как показывает практика, пока еще остается множество противоречий и неисследованных областей в теоретической базе. Оценочная деятельность в России начала формироваться лишь после распада Советского

Союза и перехода страны к новой рыночной экономике. На самых первых этапах формирования института оценки первым оценщикам приходилось использовать исключительно западные методики — модели, разработанные в США и имеющие критически мало общего с реалиями будущей отечественной экономики. Предложенные модели еще требовалось серьезно адаптировать к специфике и структуре российской экономики.

На сегодняшний день в оценочной деятельности остается еще множество «белых» пятен и спорных вопросов в теоретической базе, требующих тщательного исследования и научного осмысления. В связи с этим вопрос о совершенствовании методик оценки бизнеса и управления стоимостью становится особенно актуальным в условиях современного развития экономики России.

Литература:

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов / А. Дамодаран; пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2019.
2. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. — М.: Инфра-М, 2017. — 208 с.
3. <http://cbr.ru> (Официальный сайт Центрального Банка РФ)
4. <http://economy.gov.ru> (Официальный сайт Министерства экономического развития РФ)
5. <http://damodaran.com> (Ресурс профессора Асвата Дамодарана)
6. <http://moex.com> (Официальный сайт ПАО «Московская Биржа»)
7. <http://rt.ru> (Официальный сайт ПАО «Ростелеком»)

Совершенствование организации труда муниципальных служащих (на примере администрации района Крюкова Зеленоградского административного округа г. Москвы)

Лукомская Наталья Сергеевна, студент;

Научный руководитель: Красюкова Наталья Львовна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Эффективность деятельности муниципального органа напрямую зависит от качества его кадрового состава, так как именно профессиональная квалификация и эффективность труда способствуют выполнению должностных обязанностей на требуемом уровне. В данной научной статье дается подробное описание эффективности деятельности муниципальных служащих администрации района Крюково Зеленоградского административного района города Москвы.

Ключевые слова: профессиональная квалификация, делегирование полномочий, клановость муниципальной службы, эффективность труда, коммуникативная компетенция.

Каждой должности муниципального служащего предъявляются достаточно серьезные требования, которые касаются не только образования и опыта работы, но и требования определенных знаний и умений в профессиональной области, а также в сфере коммуникации, так как зачастую для муниципальных служащих вопрос коммуникации является одним из определяющих.

Можно применить принцип Парето и к определению эффективности деятельности муниципального органа за счет выполнения своих обязанностей сотрудниками, традиционно именно 20% сотрудников приносят 80% пользы, следовательно, в муниципальном органе на ответственных должностях должны быть именно те сотрудники, которые могут принести в совокупности указанные

80% эффективности. Во многом это будет выражаться, в том числе и в проведении разумной кадровой политики по отделам и направлениям, что в целом будет способствовать повышению эффективности деятельности муниципального органа.

В данном исследовании уделяется внимание особенностям и путям совершенствования организации труда муниципальных служащих района Крюково Зеленоградского административного района города Москвы.

Прежде всего, охарактеризуем структуру и особенности кадрового состава муниципальных служащих района:

- Специалистов за 2017 год — 30 чел; за 2018 год — 30 чел.

- Руководителей за 2017 год — 12 чел; за 2018 год — 12 чел.

- Обслуживающий персонал за 2017 год — 6 чел; за 2018 год — 3 чел.

Фактически, за 2 года произошло изменение только численности непроизводственного персонала, за счет сокращения штатных единиц. Тем не менее, актуальным является вопрос повышения эффективности деятельности муниципальных служащих администрации. Важно провести анализ существующих проблем и предложить наиболее эффективные пути решения.

Оптимизация рабочей нагрузки может производиться с учетом расчета уровня текущей нагрузки, который должен быть оптимальным, но при этом не избыточным. Важными направлениями оптимизации можно назвать делегирование, а также применение современных технологий и средств, в частности, применение информационных технологий, которые будут способствовать ускорению документооборота, процесса принятия решений и т.д.

Как и в любой деятельности, муниципальные служащие, в связи с большим объемом работы, выполнением срочных заданий и т.д. оказываются в ситуации, когда им приходится делегировать полномочия. Прежде всего, следует указать на то, что в системе муниципальной службы не все полномочия можно делегировать, так как каждая должность имеет свой спектр ответственности и следовательно, принимать решения подобный сотрудник может только в рамках определенных локальными нормативными актами прав и обязанностей. Важно отметить тот факт, что делегирование полномочий в системе муниципальной службы может быть различным. К примеру, можно делегировать подготовку отчета подчиненным сотрудникам, но невозможно делегировать его подписание, если это не подтверждено соответствующим нормативным документом, который не может противоречить законодательству РФ, касающемуся деятельности муниципальных служащих.

Таким образом, можно отметить, что делегирование полномочий, в особенности рутинных операций необходимо, так как это способствует не только высвобождению времени руководящего работника, но и подготавливает работников, которым были делегированы полномочия, к выполнению более ответственной работы и в частности,

подобных работников можно включить в состав кадрового резерва на более высокую должность. Во многом данное направление способствует повышению творческой составляющей труда муниципальных служащих.

Тем не менее, следует указать, что делегирование полномочий не должно затрагивать обязанности муниципального служащего, а если подобное происходит, то должен составляться соответствующий локальный акт, который подтверждает делегирование определенных полномочий, если делегирование носит долговременный характер, то целесообразно внести изменения в должностные инструкции. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в системе муниципальной службы на делегирование полномочий накладываются определенные ограничения [1, с. 92].

Важно отметить и тот факт, что в России важным препятствием к формированию оптимального кадрового состава является клановость муниципальной службы, которая должна стать одним из главных направлений повышения эффективности кадрового состава, так как зачастую руководящие сотрудники привлекают к работе в муниципальных учреждениях малоквалифицированных или неподходящих для подобной работы родственников, что очевидно негативно сказывается не только на работе муниципального органа, но и приводит к формированию негативного образа муниципального служащего.

Конфликты интересов в деятельности муниципального органа могут возникать из-за того, что в составе ее служащих находятся представители семей, этноса или клана, который может формироваться благодаря не только семейным, но и деловым связям. Все это может приводить к тому, что из муниципального органа будут удаляться под теми или иными предлогами специалисты, которые противоречат интересам указанных общностей. Очевидно, что семейные, клановые и этнические интересы в подобной ситуации могут быть поставлены выше интересов не только муниципального органа, но и государства в целом. Во многом именно подобные образования, которые формируются в муниципальных учреждениях, и становятся причиной неэффективности деятельности.

В качестве примера можно указать Северный Кавказ, где после распада СССР и изменения статуса республик на муниципальную службу принимались преимущественно представители определенного этноса, при этом уровень их квалификации мог быть существенно более низким, чем у представителей иных национальностей [3, с. 24]. Очевидно, что это приводило к конфликту интересов, так как поддержание этнической группы противоречило выполнению прямых должностных обязанностей. Тем не менее, можно выделить и тот факт, что среди муниципальных служащих района Крюково Зеленоградского административного округа города Москвы только 4 сотрудников находятся в родственных или семейных связях. Тем не менее, вопрос отсутствия создания клановости и лоббирования интересов должен оставаться на постоянном контроле главы администрации района Крюково.

Следует отметить, что многие уголовные дела, связанные с коррупцией во многом основываются именно на интересах кланов или семей, так как зачастую интересы клана должны быть поставлены выше интересов муниципальной службы, что не только приводит к конфликту интересов, но и к нарушениям законодательства, в частности, к данному направлению можно отнести и лоббирование.

Важно отметить тот факт, что на текущий момент на муниципальном уровне уже возникло понимание того, что различные образования в структуре муниципальных органов приводят к невыполнению обязанностей из-за конфликта интересов. Также необходимо законодательно запретить работу представителей одной семьи в одном муниципальном учреждении, что будет способствовать снижению влияния семейных связей. В регионах, которые относятся к республикам, необходимо установить квоты на национальный состав, это позволит снизить влияние этнических групп.

Повышение квалификации муниципальных служащих администрации района Крюково должно проводиться по наиболее проблемным областям, в частности, неумение находить общий язык с посетителями, конфликтность является одной из проблем в компетенции муниципальных служащих. Преодоление подобного «белого пятна» в компетенции должно быть направлено не только на повышение коммуникационной компетенции, но и на повышение стрессоустойчивости, которая в свою очередь будет положительно сказываться на работе с населением [3, с. 61].

Для повышения коммуникативных навыков необходимо проведение специальных тренингов, которые должны проводиться по определенным графикам и согласно утвержденной программе, при возникновении затруднений, необходимо проведение отдельных занятий с представителями муниципальных учреждений. Важно отметить тот факт, что подобные тренинги должны сопровождаться и проверкой компетенции со стороны лиц, которые проводят тренинги, в частности должна отмечаться динамика. В особенности подобные тренинги важны для молодых специалистов и специалистов, которых только переводят на работу с населением.

Помимо коммуникативной компетенции можно отметить и такую проблему, как неэффективная организация рабочего времени. Зачастую низкая скорость деятельности возникает из-за того, что сотрудник не организовал свое рабочее место или же не подготовил должное количество документов, не вносит полученные данные в отчеты своевременно, то есть, оптимизация собственного времени и пространства должна способствовать росту эффективности деятельности. Очевидно, что данное направление также должно регулироваться, к примеру, необходимо проводить обмен опытом, использовать систему наставничества, вводить нормативы, которые должны стать ориентирами для сотрудников. То есть, необходимо формирование системы повышения квалификации сотрудников по проблемным зонам [1, с. 172].

Рассмотрим подробнее деятельность экономиста администрации района Крюково. Экономист районной администрации осуществляет расчеты эффективности целевых программ, направлений финансирования, расходования бюджетных средств. Указанные расчеты в дальнейшем обобщаются уже специалистами соответствующих направлений.

Рассмотрим подробнее ключевые показатели деятельности экономиста районной администрации.

1. Своевременное выполнение поставленных задач. Чрезвычайно важно, чтобы все расчеты выполнялись своевременно, так как от работы экономиста зависит деятельность и отделов планирования, и целевых программ, и выделение средств на те или иные нужды.

2. Наличие неустранённых ошибок. В связи с тем, что расчеты экономиста проходят несколько ступеней проверок, в том числе и в тех отделах, для которых подобные расчеты подготавливаются, то чрезвычайно важно своевременное внесение корректировок.

3. Объем работы сверх стандартной нормы. Важно отмечать переработку и указывать на это обстоятельство при формировании общего коэффициента.

4. Внесение предложений и рекомендаций. В частности, если экономистом вносятся предложения по улучшению проектов или эффективному расходованию средств, то такие предложения должны сообразно отмечаться в ключевых показателях, и подобный пункт должен оцениваться выше 1.

5. Обучение и оказание консультационной помощи специалистам. В данном показателе следует учитывать обучение новых сотрудников, сотрудников отделов, которые работают с финансовой информацией и т.д.

6. Соблюдение планов администрации по расходованию средств. То есть, все затраты, которые превышают установленные нормативы должны быть обоснованы с позиции их целесообразности, подтверждены соответствующими расчетами [2].

Выявленные проблемы и предлагаемые пути решения:

1. Проблема оптимизации рабочей нагрузки муниципальных служащих. Необходимо рассчитывать уровень текущей нагрузки служащих, применять делегирование полномочий, внедрить информационные технологии, оптимизировать документооборот.

2. Клановость. Следует оценивать профессиональные качества каждого муниципального служащего, оценивать эффективность деятельности, в соответствии с занимаемой должностью.

3. Низкая квалификация, в частности, в области коммуникационных навыков и умений. В организации следует периодически проводить тренинги.

4. Оценка эффективности деятельности. Внедрить систему ключевых показателей деятельности; разработать график аттестации муниципальных служащих.

Таким образом, можно отметить, что основные пути совершенствования организации труда муниципальных служащих администрации района Крюкова Зеленоградского

административного округа г. Москвы связаны с внедрением системы оценки компетенций, внедрением информационных технологий, оптимизацией документооборота,

проведением тренингов, снижением клановости, разработкой графика аттестации муниципальных служащих, повышением качества персонала.

Литература:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N6-ФКЗ, от 30.12.2008 N7-ФКЗ, от 05.02.2014 N2-ФКЗ, от 21.07.2014 N11-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 04.08.2014, N31, ст. 4398
2. Федеральный закон от 06.10.2003 N131-ФЗ (ред. от 29.12.2017) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
3. Федеральный закон «О муниципальной службе в Российской Федерации» от 02.03.2007 N25-ФЗ (последняя редакция)
4. Глазунова Н. И. Система государственного и муниципального управления: Учебник. — М.: Проспект, 2017.
5. Столяров Н. С. Деловая культура государственного и муниципального служащего. — М.: Финакадемия, кадра «Государственное, муниципальное и корпоративное управление», 2017. — 85 с.

Отечественный и зарубежный опыт стратегического планирования на муниципальном уровне

Носкова Анна Алексеевна, студент магистратуры

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегия развития, муниципальное образование, социально-экономическое развитие муниципального образования

На современном этапе стратегическое планирование является основой для эффективного социально-экономического развития муниципалитета, инструментом формирования и реализации стратегических целей социально-экономического развития муниципального образования.

В западноевропейских странах и США инструменты стратегического планирования стали активно использоваться в практике деятельности местных органов власти с 70-х годов прошлого века. Процессы глобализации, усиления международной конкуренции и интеграции, обострения социальных проблем вследствие экономических спадов и кризисов стали основными причинами, побудившими властные структуры к использованию механизмов стратегического планирования социально-экономического развития муниципалитетов.

В Российской Федерации стратегическое планирование социально-экономического развития муниципальных образований начало распространяться позже — с конца 90-х годов XX века — с принятием Конституции РФ и выделением местного самоуправления как самостоятельного элемента в структуре органов власти.

На современном этапе, согласно аналитике Ресурсного центра по стратегическому планированию при международном центре социально-политических исследований «Леонтьевский центр», чуть более 20% от общего

числа городов России вовлечены в той или иной форме в процесс стратегического планирования собственным социально-экономическим развитием [1, с. 206].

Многие исследователи в истории становления системы стратегического планирования в Российской Федерации выделяют три этапа.

Первые попытки стратегического планирования органами местного самоуправления предпринимались с конца 1990-х гг., в основном в крупных городах Российской Федерации. В декабре 1997 г. был принят первый в России стратегический документ — Стратегический план Санкт-Петербурга, который регламентировал стратегические направления развития города. Позже в этот процесс были вовлечены такие города, как Новосибирск, Екатеринбург и Омск.

В Екатеринбурге работа по разработке Стратегического плана развития началась в 1999 г. Стратегический план развития Екатеринбурга, утвержденный решением Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 г. № 40/6 «О стратегическом плане развития Екатеринбурга» [2], реализуется с 2004 г. 25 мая 2018 г. депутаты Екатеринбургской городской Думы единогласно приняли актуализированную версию Стратегического плана развития Екатеринбурга до 2030 г. Главная стратегическая цель развития города, согласно Стратегическому плану, заключается в обеспечении достаточного высокого

и устойчиво повышающегося качества жизни нынешних и будущих поколений граждан.

Начало второго этапа относится к 2000-м гг. А. В. Одинцова отмечает, что «На фоне накопленного позитивного опыта стратегирования муниципального социально-экономического развития наблюдается возрастание внимания к нему со стороны вышестоящих уровней государственного управления. Федеральные и региональные власти начинают оказывать финансовую и методическую поддержку российским муниципалитетам» [3, с. 26].

Соответствующие нормативные правовые акты в области стратегического планирования были приняты в Казани, Волгограде, Ростове-на-Дону. С середины 2000-х гг. интерес к процессу стратегического планирования начали проявлять и сельские поселения, примером может служить Верхнеуральский район Свердловской области.

Однако отсутствие единой нормативно-правовой базы стратегического планирования не позволяло задействовать данный институт в качестве фактора стабильного и устойчивого социально-экономического развития. Более того, отсутствие квалифицированных кадров и начавшийся экономический кризис привели к свертыванию практики формирования и реализации документов стратегического планирования.

Третий этап в развитии муниципального стратегирования связан с принятием Федерального закона от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [4]. Главной целью принятия федерального закона стало создание правовой основы формирования и функционирования комплексной системы стратегического планирования на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Данным федеральным законом введена комплексность и установлены границы процессов стратегического планирования: единая система понятийного аппарата, система периодичности, единый перечень документов, единые принципы организации и функционирования системы стратегического планирования, разграничение полномочий органов власти трех уровней.

Тем не менее, большинство исследователей склонны критиковать данный нормативный правовой акт. Так, по мнению О. М. Роя, «Принятая редакция закона не во всем позволила рационализировать действия органов власти в области стратегического планирования. Во-первых, в документе среди участников системы стратегического планирования не просматриваются представители корпоративного сектора, благодаря которым преимущественно и должны быть реализованы главные установки стратегического плана. Во-вторых, в законе не прописан механизм, обеспечивающий порядок и способы увязки плановых документов разных уровней, что лишает его технологических способностей, обрекая усилия центров стратегического планирования исключительно на использование собственных инициатив. В-третьих, закон в полной мере так и не определяет сам статус стратеги-

ческого документа, его место среди других инструментов управления» [5, с. 72].

Корректировки и объективно необходимые дополнения в Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» должны не только в правовом контексте конкретизировать содержание, основные требования и документы стратегического планирования на муниципальном уровне.

Как замечают в своей работе Е. М. Бухвальд и И. В. Митрофанова, «Эти дополнения должны отразить ту специфику, которой закономерно характеризуется данный уровень социально-экономического стратегирования, а именно наибольшие сложности с экономическим, институциональным и кадровым обеспечением стратегического планирования; важность согласования со стратегическими планами субъектом Федерации, а также необходимость отразить в подобном планировании присущий местному самоуправлению баланс публичной власти и начал гражданского общества» [6, с. 69].

И. Е. Рисин выделяет четыре группы проблем обеспечения стратегического планирования: преемственности и единства инструментов стратегирования на всех уровнях, полноты состава и содержания документов стратегического планирования, квалификации разработчиков стратегий и программ, информационного обеспечения процесса разработки документов стратегического планирования.

Другие исследователи из Южно-российского института управления РАНХиГС считают, что проблемой является недостаточность полномочий «по стратегическим вопросам на каждом уровне иерархии управления».

В. А. Яговкина, доцент кафедры государственного регулирования экономики Института общественных наук РАНХиГС, отмечает как проблему кроме полномочий органов местного самоуправления в сфере стратегического планирования еще специфику разработки и принятия документов на фоне разнообразия муниципальных образований [7, с. 159].

Мировой опыт свидетельствует об эффективности стратегических документов в налаживании действенного механизма развития муниципалитетов. Практически во всех европейских странах в той или иной форме используется практика разработки стратегических документов в качестве средства сбалансированного развития территориальных систем разных уровней.

Опыт стратегического планирования, реализованный в других странах, дает представление о социально-экономических процессах, проблемах и достижениях органов государственной власти и местного самоуправления в сфере устойчивого долгосрочного развития территорий.

Наиболее часто исследователи рассматривают опыт такой страны, как Федеративная Республика Германия, поскольку Германия и Российская Федерация во многом похожи по политическому и территориальному устройству.

Например, С. Г. Пьянкова в качестве положительного опыта формирования документов стратегического планирования Германии приводит Программу развития Рура (Entwicklungsprogramm Ruhr, 1968 г.) и Программу действий в Руре (Aktionsprogramm Ruhr, 1984 г.).

Одними из приоритетов программы развития Рура стали:

1. Социальная политика: социальные гарантии безработным, доплаты предприятиям за удержание рабочей силы и ее переобучение.

2. Улучшение базовой инфраструктуры: расширение и совершенствование транспортной сети региона, реконструкция городов и формирование социально ориентированной городской среды (строительство кварталов с доступным жильем, перестройка пригородных кварталов, создание социальной инфраструктуры и другие).

3. Улучшение экологической обстановки территории.

4. Развитие промышленности территории (акцент сделан на создании новых рабочих мест).

В Программе действий в Руре представлена комплексная трансформация территорий как единая цель стратегического планирования. В программу были включены семь основных направлений развития: снижение уровня безработицы, развитие новых технологий и внедрение инноваций, строительство жилья и объектов спорта, защита окружающей среды, сохранение статуса энергетического центра Германии, стимулирование инвестиционной активности, развитие культур [8, с. 10].

Литература:

1. Гриненко Т. Г., Посельский А. А. Анализ опыта организации разработок стратегий развития муниципальных образований / Т. Г. Гриненко, А. А. Посельский // Научные труды Северо-западного института управления. — 2016. — № 4. — С. 203–216.
2. О Стратегическом плане Екатеринбурга: решение Екатеринбургской Думы от 10 июня 2003 г. № 40/6. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/802003648> (дата обращения: 08.05.2019).
3. Одинцова А. В. Стратегическое планирование на уровне муниципальных образований / А. В. Одинцова // От рецессии к стабилизации и экономическому росту. — 2016. — № 1. — С. 25–39.
4. О стратегическом планировании в Российской Федерации: федер. закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ Официальный сайт компании «Консультант Плюс». — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения: 12.04.2019).
5. Рой О. М. Роль стратегического планирования в развитии муниципальных образований / О. М. Рой // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. — 2015. — № 4. — С. 71–79.
6. Бухвальд Е. М., Митрофанова И. В. Пути интеграции муниципальных образований в единую вертикаль стратегического планирования в России / Е. М. Бухвальд, И. В. Митрофанова // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2017. — № 2. — С. 67–72.
7. Тулинова Д. В. Инструменты стратегического планирования в муниципальных образованиях: монография. — Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2018. — 224 с.
8. Пьянкова С. Г. Стратегическое социально-экономическое развитие монопрофильных городов: российский и германский опыт / С. Г. Пьянкова // E-forum. — 2018. — № 4. — С. 1–16.
9. Шарнин А. В. Совершенствование стратегического планирования развития социальной сферы муниципального района (на примере МО «Новокузнецкий муниципальный район»): дис. канд. эконом. наук: 08.00.05 / Шарнин Андрей Валерьевич. — Новокузнецк, 2014. — 140 с.

Стратегическое планирование в Германии обосновывает и подготавливает предписания по рациональному использованию территорий путем разработки концепций рационального развития, которые являются результатом политического консенсуса. Данное планирование подчинено целям общественного развития, поддерживает экономическое развитие общества.

Кроме того, стратегические планы и стратегии городов Германии, несмотря на значительные отличия в их содержательной части (цели, задачи, ресурсы), подчинены общему порядку разработки и перечню применяемых инструментов, закрепленных в соответствующем Федеральном законе. Закон также определяет в общих чертах наполнение планов и форму их представления, прописывает процедуры согласования положений стратегического плана с заинтересованными представителями органов власти, местных сообществ и бизнес-структур, закрепляет зоны ответственности основных субъектов планирования [9, с. 98].

Таким образом, основными аспектами, которые можно взять на более детальное изучение и внедрение в Российской Федерации являются: преемственность стратегических документов, профессионализация деятельности в области стратегического планирования, передача большого количества вопросов по планированию в муниципальные образования, выстраивание системы обратной связи и мониторинга целей и направлений реализации проектов, программ и стратегий.

Тенденции развития интернет-эквайринга в современной банковской системе

Подопригорова Светлана Борисовна, студент магистратуры
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В настоящее время происходит стремительное развитие оплаты товаров и услуг с помощью банковских карт или как еще называют этот процесс — эквайринг. В данной статье раскрывается сущность эквайринга как способа денежных расчетов, а также его особенности, рассматриваются основные плюсы и минусы эквайринга. Представлена динамика выпуска платежных карт, а также рассмотрены количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях.

Ключевые слова: эквайринг, интернет-эквайринг, кредитные организации, платежная система, банковские карты.

Рассматривая тенденции развития современного мира, можно отметить, что в настоящее время все большее количество людей переходит с наличных средств на безналичный расчет. При покупке или получении услуги в интернете население все чаще использует платежные карты. В этом случае используется такой термин как «эквайринг» [1].

Эквайринг — это списание денежных средств с банковского счета, как плата за товар или услугу с помощью специального оборудования — POS-терминала [2]. Для

точного и правильного функционирования интернет-эквайринга необходимо как минимум 3 субъекта: кредитная организация (эквайер), юридическое лицо (торговая организация) и держатель карты (физическое лицо, покупатель). Как правило, юридическое лицо заключает договор с кредитной организацией, при этом используется специальное оборудование финансового учреждения, затем происходит процесс приема оплаты товаров или услуг с помощью держателей карт.

Рассмотрим основные виды эквайринга на рисунке 1.

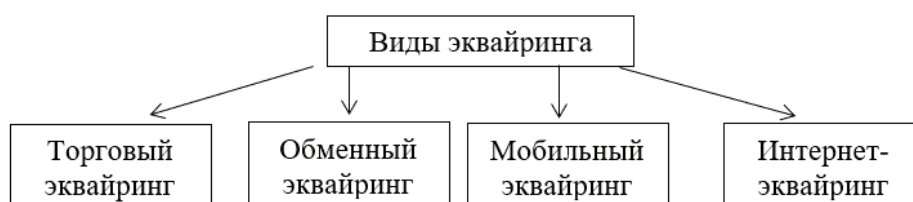


Рис. 1. Виды эквайринга

Разберем, что представляет собой интернет-эквайринг. В настоящее время данная система становится очень популярной вместе с ростом различных интернет-магазинов. Отличительная черта заключается в оплате через Интернет без какого-либо дополнительного оборудования. Покупатель выбирает нужный товар, выбирает функцию оплаты, вводит данные с банковской карты и подтверждает покупку с помощью SMS-сообщения. Интернет-эквайринг обходится интернет-магазинам в 3%-6% от общей суммы оплаты товара покупателем. Такая высокая комиссия обусловлена обеспечением банком-эквайером защиты от кражи данных карты [5]. Интернет-эквайринг как сервис ничем не отличается от стандартного эквайринга, за тем исключением, что данные карты считываются не кардридером в магазине, а вводятся самим плательщиком на сайте в специальную защищенную платежную форму.

В таблице 1 представлены плюсы и минусы интернет-эквайринга.

Плюсы эквайринговых отношений 1) экономия государственных средств на печатание банкнот банка России,

так как это просто дорого, производство наличных денег, их перевозка, охрана; 2) возможность контроля денежного оборота в стране; 3) эффективное управление затратами, анализ расходования средств потребителя и контроль за оборотом наличности; 2) отсутствие необходимости тратить собственные средства, перевозить крупные суммы наличных денежных средств; 3) увеличение скорости расчетов, так как время оплаты картой должно быть быстрее, чем процесс оплаты наличными, выдача сдачи; 4) повышение конкурентоспособности предприятия на занимаемом рынке за счет привлечения новых клиентов, активно пользующихся расчетами картой.

По данным ЦБ РФ оборот онлайн-покупок вырос в 2018 году на 69,6% по сравнению с прошлым периодом. До этого резкий рост онлайн-торговли был отмечен лишь в 2014 году — подъем рынка на 127,1% можно было обозначить как взрывной. Еще раньше существовало ограниченное количество ниш, где принимали оплату картой онлайн, — в большей степени такую возможность предоставляли крупные и международные компании. В 2014 году онлайн-платежи проникли во все

Таблица 1. Плюсы и минусы интернет-эквайринга

Интернет-эквайринг	
Плюсы	Минусы
выход на глобальный рынок	низкий уровень компетентности продавцов и покупателей
уменьшение издержек	теневые схемы расчетов
доступность магазина (24/7)	недоверие покупателей продавцам в силу их удаленности
огромное количество предлагаемых услуг	время доставки товара может составлять несколько дней или даже недель
более доступные продукты по цене	привлекательность для кибер-мошенников
нет необходимости тратить деньги на съем магазина под торговые площади, как и нанимать большое количество сотрудников	юридические особенности отношений торгово-сервисного предприятия в сети интернет
повышает уровень жизни человека, предоставляя ему широчайший перечень товаров по более низким ценам, нежели в оффлайновых магазинах	дистанционность и неосвязаемость товара
	долгая доставка товара до адресата
	схемы ухода от налогов в интернет-бизнесе

сферы торговли, включая и недорогие сегменты. Сегодня проникновение интернет-эквайринга уверенно забирает часть офлайн-продаж торгового эквайринга. На рисунке 2 представлена доля интернет-эквайринга в общем объеме торгового эквайринга в 2016–2018 годах [5].

Проанализируем динамику выпуска платежных карт в таблице 2.

За период 2016–2018 годов (таблица 2) количество эмитированных карт возросло на 27727 тыс. шт., темп прироста составил 110,37%. По сравнению с 2016 годом количество платежных карт, эмитированных российскими кредитными учреждениями, возросло, темп прироста равен 38,5%.

Проанализировав таблицу 1, видно, что все платежные карты, выпущенные в стране, обладают функцией выдачи наличных денег, удельный вес платежных карт с дебетовой функцией составил 261,97 млн карт или 95,4% на конец 2018 года от всех выпущенных карт в России, сократившись с 96,44% (245,67 млн карт) по сравнению с 2017 годом. Динамика за период 2016–2018 годов в абсолютном выражении выросла на 29416 тыс. штук или темп прироста составил 112,65%, удельный вес платежных карт с кредитной функцией составлял лишь 11,84% на конец 2018 года от всех выпущенных карт в России, увеличившись за период 2017–2018 годов на 2691 тыс. штук, где темп прироста составил 109,13%.



Рис. 2. Доля интернет-эквайринга в общем объеме торгового эквайринга в 2016–2018 годах

Таблица 2. Динамика выпуска платежных карт

Показатель	2016	2017	2018
Карты, выпущенные в стране (тыс. шт.)	243 907	254 737	271 634
Карты с функцией выдачи наличных денег (тыс. шт.)	243 907	254 737	271 634
Карты с дебетовой функцией (тыс. шт.)	232 548	245 674	261 964
Карты с кредитной функцией (тыс. шт.)	29 464	30 144	32 155
Карты розничной торговли (тыс. шт.)	н.д.	н.д.	н.д.
Терминалы, расположенные в стране			
Банкоматы, шт.	206 316	258 874	313 534
Банкоматы с функцией снятия наличных денег, шт.	125 594	186 711	260 935
из них: банкоматы с функцией кредитового перевода, шт.	116 745	177 026	240 548
POS-терминалы, шт.	356 854	410 412	502 365

Источник: <http://www.cbr.ru/statistics>

Рост числа банкоматов в стране за период 2016–2018 годов составил 107 218 штук и достиг 313 534 штук, темп прироста составил 151,97%, из них количество банкоматов с функцией снятия наличных денег увеличилась со 125 594 шт. в 2017 году до 260 935 шт. в 2018 году, то есть на 135 541 шт., темп прироста равен 207,76%, число банкоматов с функцией кредитового перевода выросло со 116 745 шт. до 240 548 шт. на

2018 год, то есть выросло на 123 803 шт. или темп прироста составил 206,04%, количество POS-терминалов также возросло на 145 511 шт. к 2018 году по сравнению с 2016 годом и составило 502 365 шт., темп прироста равен 140,77%.

Проанализируем в таблице 3 количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию и/или эквайринг платежных карт.

Таблица 3. Количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию и/или эквайринг платежных карт (ед.)

Годы	Всего кредитных организаций	Из них осуществляющие:		
		Эмиссию и/или эквайринг	Эмиссию	Экваринг
2016	733	530	522	488
2017	623	439	434	402
2018	561	395	391	354

Источник: http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=p_sys/sheet012.htm

Рассматривая таблицу 3, можно сделать вывод, что более 50% всех кредитных организаций на протяжении 2016–2018 годов, предоставляют возможность осуществления эмиссии, эквайринга или услуг вместе. Несмотря на уменьшение, количество кредитных учреждений на популярность этих услуг это никак не влияет.

Проведем анализ таблицы 4, в которой рассмотрим количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях.

Анализируя таблицу 4, можно сказать, что количество счетов, открытых юридическими лицами, не являющимися кредитными организациями в кредитных орга-

Таблица 4. Количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях, тыс. ед.

Годы	Общее количество счетов	В том числе открытых клиентами				
		Юридическим лицам, не являющимся кредитными организациями	Из них: с доступом через Интернет	Физические лица, всего	Из них: с доступом через сеть Интернет	С доступом посредством мобильных телефонов
2016	162 833,2	4026,4	3764,9	158 806,8	136 149,3	117 390,3
2017	191 961,5	4522,9	4360,9	187 438,7	161 628,6	143 088,6
2018	216 592,5	5216,7	5091,7	211 375,8	189 897,5	166 753,2

Источник: http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet009.htm&pid=psrf&sid=ITM_39338

низациях, изменилась следующим образом: количество счетов за 2016–2018 года возросло с 4026,4 тыс. ед. до 5216,7 тыс. ед., абсолютное увеличение составило 1190,3 тыс. ед., а темп прироста 29,56%; из них счета с доступом через Интернет возросли с 3764,9 тыс. ед. в 2016 году до 5091,7 тыс. ед. в 2018 году. Абсолютное изменение стало равно 1326,8 тыс. ед., темп прироста — 35,24%, удельный вес счетов юридических лиц с доступом через сеть Интернет в общем количестве открытых счетов был равен 2,2% в 2016 году и 2,35% в 2018 году.

Структура счетов, открытых физическими лицами в кредитных организациях, стала следующей: количество счетов за 2016–2018 года возросло с 158 806,8 тыс. ед. до 211 375,8 тыс. ед. за 2016–2018 года, абсолютное увеличение составило 52 569 тыс. ед., а темп прироста 133,10%; из них счета с доступом через Интернет возросли с 136 149,3 тыс. ед. в 2016 году до 189 897,5 тыс. ед. в 2018 году. Абсолютное изменение стало равно 53 748,2 тыс. ед., темп прироста — 139,48%, удельный вес счетов физических лиц с доступом через сеть Интернет в общем количестве открытых счетов был равен 72,09% в 2016 году и 76,99% в 2018 году.

Несмотря на популярность во всем мире, в России эквайринг сегодня все еще находится на стадии развития. Общее количество выпущенных банковских карт в стране уже превысило численность населения с коэффициентом покрытия

больше единицы. В экономически развитых странах этот показатель выше в два, и даже в четыре раза. В любом случае, отрыв числа операций, совершенных с помощью банковских карт, ежедневно увеличивается от использования наличных денежных средств [6]. На сегодняшний день можно наблюдать, как безналичные способы оплаты становятся все более популярны среди населения России.

Таким образом, уже сейчас на рынке наблюдается ежегодное уменьшение ставки эквайринга. А это означает извлечение внутренней стоимости электронных денег. Еще больше средств из операционного обеспечения инфраструктуры оборота вернется в экономику. В не слишком отдаленной перспективе (около 3–4-х лет) можно прогнозировать исчезновение некоторых банковских систем интернет-эквайринга. В равной степени это касается агрегаторов, платежных систем и процессинговых центров, которые не будут соответствовать требованиям рынка и времени. Также, с высокой вероятностью, произойдет четкая демаркация между нишами занятыми выжившими банковскими системами, агрегаторами, платежными сервисами и процессинговыми центрами. Такое разграничение, в свою очередь, приведет к своеобразному симбиозу, признаки которого можно наблюдать уже сейчас. Фактически рынок идет к интеграции, которая позволит существенно увеличить прибыли тех, чьи услуги будут востребованы.

Литература:

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.economy.gov.ru/mines/main.
2. Словарь банковских терминов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.banki.ru/wikibank/bank-ekvayer.
3. Чугунова Т. Н. Деятельность Банка России в условиях нового законодательства // Деньги и кредит. — 2017. — № 3. — С. 3–8.
4. Робсман, Ю. В. Место эквайринга в современной системе платежно-расчетных отношений / Ю. В. Робсман // Деньги и кредит. — 2016. — № 5. — С. 39–41.
5. Официальный сайт Центрального Банка РФ [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.cbr.ru/statistics>
6. Робсман, Ю. В. Место эквайринга в современной системе платежно-расчетных отношений / Ю. В. Робсман // Деньги и кредит. — 2016. — № 5. — С. 39–41.
7. Владыка М. В., Анализ эффективности показателей экономики макрорегиона (на примере центрального федерального округа) Владыка М. В., Ваганова О. В., Кучерявенко С. А., Быканова Н. И. // Общественные науки. 2016. № 11. С. 3728.
8. Vladyka M. V., Analysis of efficiency indicators of a macro region's economy (on the example of the central federal district) / Vaganova O. V., Kucheryavenko S. A., Bykanova N. I. // The Social Sciences (Pakistan). 2016. T. 11. № 15. С. 3728–3733

Управление системой Just In Time на предприятиях

Селиверстов Антон Сергеевич, студент;
Постнов Владислав Владимирович, студент;
Уткин Дмитрий Юрьевич, студент;
Николаева Ксения Андреевна, студент;
Семидотченко Анна Романовна, студент;

Научный руководитель: Полякова Татьяна Валериевна, кандидат экономических наук, доцент
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В данной статье рассмотрены понятие и сущность системы Just In Time, применяемой в промышленной системе. Указаны ее преимущества, цели и важные элементы.

Ключевые слова: менеджмент, предприятие, система, проблемы, элементы, качество, разработка, изделие, подход.

This article discusses the concept and essence of the Just-In-Time system used in an industrial system. Its advantages, goals and important elements are indicated.

Keywords: management, enterprise, system, problems, elements, quality, development, product, approach.

Понятие «точно-в-срок» (от англ. Just In Time, JIT) применяют в промышленной системе, где все планируется так, что на любом этапе производственного процесса последующая партия прибывает на место обработки во время завершения предшествующей партии. Это и объясняет название термина. Благодаря этой системе время простоя оборудования или рабочих, которые находятся в ожидании следующей партии, значительно сокращается.

Организации, применяющие данный подход, чаще всего преобладают над другими компаниями, где используются иные методы. Все потому, что они имеют намного меньшее количество брака, стоимость производства существенно ниже, а значит, есть возможность намного быстрее предоставить рынку новый товар.

Благодаря этому методу организации настолько развивают качество своей продукции, что имеют возможность работать с небольшими партиями и плотным графиком. Такие системы очень надежны, ведь помимо того, что рабочие выполняют свою работу, они также постоянно занимаются совершенствованием этих систем.

Главная цель Just In Time — сбалансированная система, обеспечивающая быстрый поток материала. Процесс должен быть максимально коротким при оптимальном использовании материалов. Уровень достижения данной цели имеет прямую зависимость от того, как были достигнуты дополнительные цели, а именно:

- Исключение нарушений производственного процесса;
- Достижение гибкой системы;
- Уменьшение времени подготовки к самому процессу;
- Уменьшение материальных запасов;
- Устранение необоснованных затрат.

Необходимо устранить технологические нарушения, поскольку те негативно влияют на плавность потока продукта. Такие нарушения могут быть вызваны различными

причинами: плохим качеством, неисправностью оборудования, поздним прибытием поставок. Такие факторы при возможности тоже должны быть исключены.

Время подготовки и производственные сроки делают процесс дольше, причем стоимость самого изделия не увеличивается. Более того, от продолжительности сроков зависит гибкость системы, поэтому лучше их минимизировать.

Материальными запасами считаются ресурсы, которые не были использованы. Они могут занимать дополнительное пространство и влиять на стоимость производства. Именно поэтому их количество следует уменьшить, а лучше и вовсе исключить.

Необоснованные затраты — это непроизводительные ресурсы. Устранив их, можно увеличить производство и освободить ресурсы. Ими считаются:

- Перепроизводство;
- Брак, отходы или дефекты;
- Время ожидания;
- Неэффективные методы работы;
- Хранение материальных запасов.

Основой для реализации вышеуказанных целей является производство, состоящее из следующих частей:

- Разработка продукта;
- Разработка процесса;
- Персонал и организационные элементы;
- Планирование производства и управление.

Общими явлениями для всех этих частей являются скорость и простота.

1. Разработка продукта

Для «точно-срочной» системы главными элементами создания продукта считают стандартные комплектующие, модульное проектирование и качество.

Первый из них означает, что на производстве происходит работа с минимальным числом деталей. Благодаря этому сокращается время на обучение и затраты на него.

Модули — это группы деталей, которые собраны в отдельную единицу. Модульное проектирование уменьшает число применяемых деталей, а значит, делает сборку, обработку, обучение более простыми.

Стандартизация снижает количество материалов для разных видов изделий. Недостатком стандартизации является меньшее разнообразие изделий и их сопротивление изменениям проектов стандартного вида. Таких недостатков становится меньше, когда продукты имеют общие модули. Есть методика, имеющая название «отсроченная дифференциация»: решение о том, какой из продуктов поступит в производство, может быть отложено на определенный период времени, пока будут изготавливаться детали стандартного типа. Когда выясняется, что именно будет необходимо, система приступает к производству остальных нестандартных деталей.

Качество — важное условие системы JIT. Этот элемент очень важен, так как низкий уровень качества может спровоцировать нарушение в производстве, что повлияет на поток работы.

В этой системе используют три подхода к качеству. Первое — это внедрение качества в продукт и процесс. Высокое качество достигается за счет того, что производятся стандартные изделия, для этого используются стандартные методы работы и стандартное оборудование.

Затраты на качество распределяются на множество продуктов, что приводит к минимальной удельной стоимости продукта. Выбор уровня качества, отвечающий требованиям покупателей, исходя из возможностей производства, также очень важен.

2. Разработка процесса

Особое значение имеют следующие аспекты разработки продукта:

- Небольшие партии;
- Сокращение времени подготовки к производству;
- Производственные ячейки;
- Ограничение объема незавершенного производства;
- Улучшение качества;
- Гибкость;
- Минимальные запасы.

Маленький объем партий дает определенные преимущества, позволяющие таким системам функционировать эффективно. За счет этого объем незавершенного производства уменьшается по сравнению с большими партиями; затраты на хранение сокращаются. Партии меньшего размера увеличивают гибкость при планировании.

Чтобы сократить время и стоимость подготовки, аналогичные операции объединяются. К примеру, в производстве деталей схожей формы или материала, можно произвести обработку последовательного вида на одном оборудовании, что поможет уменьшить число изменений.

Если сочетать производственные ячейки с маленькими объемами партий, можно добиться уменьшения объема незавершенного производства.

Применяя метод JIT, предприятия уменьшают запасы для определения проблемы. Решив их, количество запасов снова сокращают, затем определяют новые проблемы, повторяя эти действия снова и снова.

3. Кадровые и организационные элементы

Для систем JIT важны следующие элементы:

- Рабочие, которые являются активом предприятия;
- Рабочие, обученные смежным специальностям;
- Постоянное улучшение;
- Бухгалтерский учет;
- Управление предприятием или проектом.

В «точносрочных» системах рабочие — это активный капитал. Рабочие, имеющие хорошее обучение и мотивацию, обязаны принимать стратегически важные решения, по сравнению с рабочими в других системах. Они обучаются по смежным специальностям, чтобы иметь возможность работать на оборудовании различного типа. Это делает систему более гибкой, потому как рабочие не только имеют возможность помочь друг другу в случае необходимости, но и заменить коллегу, если тот отсутствует на рабочем месте по какой-либо причине.

К рабочим имеются определенные требования: они должны быть готовы к принятию важных решений в области постоянного усовершенствования производства, так как отвечают за качество изделий.

Руководство также должно отвечать определенным требованиям. Менеджер должен не только уметь отдавать приказы, но и оказывать помощь и поддержку рабочему персоналу.

4. Планирование и управление производством

Особую важность имеют несколько следующих элементов производственного управления и планирования:

- Равномерная загрузка системы;
- Система движения работы;
- Визуальные системы;
- Тесные отношения с поставщиками;
- Сокращение количества операций и объема делопроизводства.

Большое внимание уделяется также стабильным графикам работы. Именно поэтому графики составлены так, чтобы использование мощностей производства было равномерным.

Системы Just In Time применяют «тянущий» подход к управлению рабочим процессом, то есть каждый рабочий участок производит продукцию тогда, когда возникает запрос следующего участка.

Связи с поставщиками обычно довольно тесные; они должны поставлять небольшое количество высококачественной продукции на предприятие. Вся ответственность за качество продукции лежит на поставщиках, так как в «точносрочных» системах проверка поставок не производится — резервного времени катастрофически мало.

Таким образом, система JIT, использующаяся в серийном типе производства, имеет множество преимуществ. Главным из них является небольшой уровень запасов в сочетании с высоким качеством и минимальным количеством брака.

Литература:

1. Голиков Е. А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. — М.: Изд. дом «Дашков и Ко», 2017.
2. Неруш Ю. М. Логистика: Учебник для вузов. — М., ЮНИТИ-ДАНА, 2014.
3. Сергеев В. И. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов — М.: ИНФРА-М, 2015. — 976 с.
4. Ларин Л. С. Производственная логистика: Учеб. Пособие. — Саранск: Тип. «Крас. Окт.», 2014.
5. Гаджинский А. М. Практикум по логистике. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2016.

MIS как основной показатель качества

Селиверстов Антон Сергеевич, студент;
 Постнов Владислав Владимирович, студент;
 Уткин Дмитрий Юрьевич, студент;
 Николаева Ксения Андреевна, студент;
 Семидотченко Анна Романовна, студент;

Научный руководитель: Полякова Татьяна Валериевна, кандидат экономических наук, доцент
 Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В данной статье представлены существующие типы систем управления информацией, их роль в управлении качеством, а также плюсы и минусы использования MIS. Также рассматриваются компоненты, позволяющие системам эффективно и качественно работать в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: MIS, система, система управления информацией, эффективность.

Система управления информацией, обычно называемая MIS, представляет собой словосочетание, состоящее из трех слов: управление, информация и система. Глядя на эти три слова, легко определить MIS как системы, предоставляющие информацию для управления.

Роль и влияние системы управления информацией на бесперебойную работу производства невозможно переоценить. Данная система работает с людьми, организациями, технологиями и влияющими на компанию отношениями между ними, именно поэтому каждая успешная компания, так или иначе, использует MIS.

Для того чтобы понять, что из себя представляют информационные системы управления необходимо рассмотреть различные виды данных систем, доступных в бизнесе.

Системы обработки операций — это системы, которые были разработаны для сбора, обработки и хранения операций, происходящих в повседневной деятельности предприятия. Система также может быть использована для отмены или изменения операций, совершенных в прошлом, если в этом возникает необходимость. Одним из свойств системы обработки операций, которое позволяет эффективно работать, является возможность записывать несколько различных операций, даже если они происходят одновременно. Данная система построена таким образом, что позволяет обрабатывать большие объемы операций, например управление запасами, заработную плату, обработку заказов и т.д.

Системы поддержки решений — это системы, которые помогают принимать наилучшие решения путем составления статистических прогнозов на основе анализиру-

емых данных. Данная система, безусловно, не заменяет анализ ситуации менеджером по качеству, но значительно улучшает качество решения, предлагая прогнозы, которые помогают определить оптимальный курс действий.

Исполнительные информационные системы — это инструмент, используемый для передачи общеорганизационных данных высшим руководителям. Данные системы предоставляют быстрые и простые в использовании отчеты, которые представлены в графиках, которые легко сравнить между собой. Исполнительные информационные системы можно рассматривать как специализированные системы поддержки принятия решений, поскольку они представляют информацию, необходимую для повышения качества принимаемых решений. Данные системы индивидуальны, сделаны на заказ под тот или иной тип производства и настраиваются в соответствии с конкретными потребностями клиентов.

Управление информационными системами используют технологи, чтобы помочь руководителям обеспечить бесперебойное и эффективное функционирование предприятия. Информация, собранная этими системами, структурирована таким образом, чтобы менеджеры по качеству могли легко оценивать текущую деятельность компании по сравнению с предыдущими результатами. Некоторые из распространенных типов систем управления информацией включают в себя система управления технологическими процессами, системы управления людскими ресурсами, системы продаж и маркетинга, системы управления запасами, системы автоматизации делопроизводства, системы планирования общеорганизационных ресурсов, си-

системы бухгалтерского учета и финансов, а также системы управленческой отчетности.

Для эффективного предоставления информации менеджерам, принимающим решения, информационные системы управления должны иметь необходимые компоненты для сбора, обработки, хранения и извлечения информации, когда это необходимо.

Первым компонентом является сочетание программного обеспечения, аппаратных средств, персонала и инфраструктуры. Этот компонент помогает в сборе данных, которые хранятся в MIS. Оборудование включает в себя компьютеры, сканеры, принтеры и сетевые устройства. Программные элементы включают в себя корпоративное программное обеспечение компании, которое позволяет сотрудникам взаимодействовать с системой для сбора информации.

DMS (Database Management System — система управления базами данных. Данный компонент в основном состоит из компьютерных программ, которые помогают в хранении и извлечении данных. Конечно, он также включает в себя физические базы данных, где информация хранится после того, как она была обработана. Существует несколько различных систем управления базами данных, которые могут быть использованы в системах управления информацией, пригодность систем зависит от количества данных, которые необходимо обработать и сохранить в системе. Существуют небольшие системы управления базами данных, которые могут работать на персональных компьютерах, а также есть огромные, которые потребуют больших и более сложных машин.

Следующим неотъемлемым компонентом MIS является интеллектуальная система, которая связана с обработкой собранных данных и представлением их в удобном для понимания виде. Все от обработки и отображения данных в данном компоненте предназначено для предоставления четкой и ясной картины руководителям, принимающим решения. Иногда этот компонент называют бизнес — интеллектом, который используя расчеты способен дать быстрые решения будущих шаблонных проблем.

Четвертый компонент — это исследовательская система. Данный компонент связан с выявлением основных управленческих проблем в организации и выработкой альтернативных решений, которые подходят для той или иной ситуации. Это позволяет анализировать все возможные варианты устранения проблемы, принимая наилучшие решения.

Основная роль информационных систем управления заключается в предоставлении отчетов о хозяйственной деятельности с целью поддержки принятия решений. Это делается для обеспечения эффективного управления качеством, а также чтобы организация могла эффективнее

использовать свой потенциал для получения конкурентного преимущества.

Рассмотрим плюсы от применения MIS на предприятии:

- Все заинтересованные стороны в компании имеют доступ к одной единой базе, которая содержит все данные, необходимые в повседневной деятельности. Например, если MIS используется для управления проектами, то подрядчик, клиент и консультант смогут достичь высокого уровня прозрачности, следовательно будет легко укреплять доверие. Операции также будут более гладкими, поскольку информация всегда будет легкодоступна, а методы сбора данных стандартизированы.

- Сотрудники и другие заинтересованные стороны в организации смогут тратить больше времени на выполнение производственных задач. Это происходит потому, что большая часть их времени сохраняется благодаря более эффективной информационной системе. В противном случае это время было бы потрачено на настройку или обработку традиционных систем записи информации, таких как формы и файлы. В результате компания имеет возможность сократить затраты на рабочую силу, в то же время производя больше продукции в фиксированный промежуток времени.

- Еще одним преимуществом систем управления информацией является то, что они увеличивают мощность средств обработки данных, которые помогают значительно повысить качество продукции. Большинство систем имеют встроенные средства обработки данных, которые помогают делать выводы на основе исходных данных, собранных из разных источников. Это помогает эффективнее планировать управление материальными ресурсами и распределение рабочей силы.

- MIS помогает устранить дублирование операций. При эффективном хранении информации можно идентифицировать ненужные части системы. Это означает, что любые операции, которые были дублированы, устраняются, следовательно, компания может эффективнее использовать имеющиеся ресурсы.

Несмотря на многочисленные преимущества, существует ряд проблем, с которыми компания, вероятно, столкнется при применении MIS. Данными проблемами являются: дороговизна оборудования, необходимость обучения персонала, подбор неправильных функций системы для конкретной компании, потеря работы для ряда сотрудников.

Система управления информацией имеет как плюсы, так и минусы. Проанализировав принцип работы системы, взвесив все за и против, можно сделать вывод что MIS, при грамотном подходе руководства к внедрению, является важным фактором конкурентного преимущества предприятия на рынке.

Литература:

1. С. Джордж, А. Ваймерскирх. Всеобщее управление качеством. — М.: Виктория плюс, 2015—256с.

2. Елена Горбашко. Менеджмент качества. — : Юрайт, 2016. — 464 с.
3. Круглов М.Г. Менеджмент систем качества [Текст] / М.Г. Круглов, С.К. Сергеев, В.А. Такташов. — М.: Изд-во стандартов, 2015. — 470 с.
4. Производственный менеджмент. Управление предприятием / С.А. Пелих, А.И. Гоев, М.И. Плотницкий и др.; под ред. проф. С.А. Пелиха. — Мн., 2014. — 555 с.
5. Е. А. Горбашко. Управление качеством: Учебник для бакалавров. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 450 с.
6. А. П. Агарков. Управление качеством: Учебник для бакалавров. — М.: ИТК Дашков и К, 2015. — 208 с.

Моделирование процедуры FMEA: анализ рисков

Селиверстов Антон Сергеевич, студент;
 Постнов Владислав Владимирович, студент;
 Уткин Дмитрий Юрьевич, студент;
 Николаева Ксения Андреевна, студент;
 Семидотченко Анна Романовна, студент;

Научный руководитель: Полякова Татьяна Валериевна, кандидат экономических наук, доцент
 Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В данной статье рассматривается анализа FMEA, история применения, принципы его действия, этапы проведения анализа. Также в статье приводится пример использования данного анализа на Тулинском приборостроительном заводе.

Ключевые слова: FMEA, анализ, дефекты, экспертная группа, контроль качества.

На стадии проектирования и производстве нового оборудования могут произойти ошибки и неисправности. Если их вовремя не заметить, то предприятие понесет потери в прибыли. Тогда придется искать отклонения, снова тестировать, чтобы найти и устранить неисправность. Такие ошибки можно увидеть с помощью анализа FMEA и устранить их еще до начала проведения первых тестов.

История применения этого метода началась с 1949 года. В США его применяли для выпуска военного оружия. Вскоре успех анализа FMEA заметили крупные компании в 70 годах и стали применять ее. Одной из первой внедрила систему метода машиностроительная крупная компания Ford. В настоящее время метод используют многие компании, занимающиеся производством автомобилей. Основной принцип действия анализа записан в ГОСТе.

FMEA — это совокупность методов объекта, возможных отклонений и ошибок в эксплуатации [1]. Этот метод позволяет увидеть неправильную работу оборудования еще на стадии проектирования. В процессе анализа получают следующую информацию:

- Список всех ошибок и дефектов;
- Выяснение причин возникновения и возможные последствия;
- Предложения для устранения ошибок в порядке их важности;
- Итоговая оценка безопасной и надежной работы всего оборудования.

В ходе анализа все данные оформляют в специальный документ. Все неисправности заносят в таблицы по: ри-

скам, легкости обнаружения проблемы, ремонта и как часто это может случаться в процессе работы. Самая важная задача анализа — это выявить все возможные проблемы в процессе проектирования, пока с этими проблемами не столкнулись будущие клиенты. Такой метод анализа активно применяется в технических отраслях промышленности: строительство кораблей, машин, изготовление промышленных приборов, обычное строительство. Также часто используют в космической сфере и авиации, и данный метод нашел свое применение в маркетинге и менеджменте.

Этапы проведения анализа

Вне зависимости от целей, последствий анализ производят по определенному плану.

1. Подготовительные работы специалистов

На самом первом этапе необходимо для начала собрать экспертную группу. Это поможет быстрее выявить все нестыковки системы и повысит качество исследования. Группа обычно состоит из 5 или 9 человек. Состав группы:

1. главный руководитель;
2. специалист-технолог;
3. инженер-конструктор;
4. эксперт из отдела по контролю качества;
5. менеджер по работе с клиентами [2].

Иногда, если возникает необходимость в процессе исследования, то могут вызывать экспертов из других компаний. Все вопросы, возникающие в течение работы над

проектом, обсуждают на нескольких собраниях, которые длятся почти полтора часа.

2. Изучение проектного дела

Для анализа FMEA необходим точный товар или оборудования для исследования и его четкие границы. Например, при анализировании работы оборудования можно уделить внимание его мелким деталям или рассматривать всю систему в целом. В технологическом процессе экспертов будет интересовать начальный и конечный этап. На 2 стадии анализа экспертам предстоит изучение теоретической части нужного объекта. Все поставленные вопросы должны быть легкими и понятными команде экспертов. Для полного представления об объекте проводят семинары, описывающие его характеристики, технологию производства, эксплуатацию.

3. Составление перечня неисправностей

После освоения всей теоретической части объекта специалисты приступают непосредственно к поиску возможных ошибок. При этом фиксируется список всех возможных неисправностей. Эти ошибки могут быть связаны с недостаточной работой оборудования. Необходимо перечислить все возможные дефекты процесса, при которых риск возникновения ошибок довольно высок. Должно быть расписано, что произойдет при неправильной эксплуатации объекта [3].

4. Описание последствий и причин их возникновения

На этом этапе специалисты приступают к глубокому изучению причин, приводящих к дефектам и их влияние на компанию. Чтобы определить сами причины, команда досконально изучает инструкции по применению того или иного товара, или оборудования, отчеты, требования к производству. Вместе с этим группа экспертов проводит мониторинг процессов и придумывает, как исключить, или снизить процент появления неисправностей системы [5]. Также предлагает нужный режим проверок и строгий контроль процесса.

5. Оценки экспертов

Здесь рассматривают оценочные критерии по трем позициям:

1. значимость;
2. вероятность;
3. обнаружение.

Значимость определяют по степени тяжести рисков для конечного потребителя. Оценка ставится по шкале 10 баллов. Вероятность показывает степень частоты неисправности. Обнаружение относится к контролю качества и определяет возможность своевременного выявления дефекта. По общей сумме этих показателей вычисляют приоритетное число рисков. Опасность представляет высокое значение ПЧР. Приоритет по устранению неполадок отдают, если количество баллов выше 100. Если значение 40, то риск небольшой и его легко можно обнаружить и устранить.

6. Составление схемы предложений и рекомендации

После выставления всех оценок по дефектам группа специалистов составляет наилучшее направление ра-

боты. Главная задача состоит из составления плана необходимых корректировочных мероприятий с высокими показателями ПЧР [4]. Для снижения нежелательных последствий нужно уделить внимание одно или нескольким параметрам:

- убрать самую первую причину, которая привела к дефекту;
- постараться избежать появления неисправности путем регулирования статистики;
- обеспечить лояльное отношение к последствиям для потребителей, путем снижения стоимости на товар;
- использовать новые инструменты для быстрого выявления и устранения дефекта.

Данные об исполнителях фиксируются в документе, а также информация о проведении корректировочных работ, финансирования.

7. Итог всей работы

После завершения всего процесса анализа подготавливается основной отчет для директора компании. В отчете содержатся все технические показатели, проведенных исследований. Таблицы, графики, которые могут наглядно объяснить возможные сбои системы. Разные рекомендации по устранению и предотвращению дефектов. Также группа FMEA к отчету должна будет приложить все схемы оценки несоответствия качеству вместе с подробным описанием и что обозначает разное количество баллов.

Пример анализа проведенного в Тулинском приборостроительном заводе

Тулинский завод столкнулся с проблемой точной установки электронных весов. Данное предприятие выпускало весы, которые работали неправильно. При выявлении брака они от потребителя возвращались к производителю. Была собрана экспертная группа, которая выделила 4 метода по определению градуировки весов:

1. регистрация поступающих сигналов;
2. проверка расположения весов на поверхности;
3. перемещение объекта из одной точки в другую;
4. равномерная расстановка груза в платформе.

В документе были зафиксированы все оценочные показатели, по которым можно было понять, причину брака весов. На основе оценок были рассчитаны значения ПЧР, которые помогли выявить проблему. Оказалось, что отсутствовал строгий контроль производства весов. Также оборудование для производства не отвечало критериям качества, а также не хватало специальных устройств. Группа при исследовании разработала основные рекомендации по устранению рисков. Сотрудники прошли дополнительное обучение, было куплено специальное устройство для правильной перевозки электронных весов. Столешница, на которой происходила сборка, была модернизирована. Для предупреждения сбоев градуировки были разработаны новые графики технического обслуживания. Проверки гирь сделали чаще, чем было до этого

и возможность обнаружения сбоя можно обнаружить раньше.

Анализ FMEA позволяет быстро обнаружить случившуюся проблему и устранить ее. Чем качественнее будет

проведен процесс выявления, обнаружения и устранения неполадок в системах, тем лучше будет качество выпускаемого продукта. Это повлияет на рост компании в целом.

Литература:

1. ГОСТ Р 51814.2—2001. Государственный стандарт Российской Федерации. Системы качества в автомобилестроении. Метод анализа видов и последствий потенциальных дефектов.
2. ГОСТ Р 51901.12—2007 (МЭК 60812:2006). Государственный стандарт Российской Федерации. Менеджмент риска. Метод анализа видов и последствий отказов.
3. Кузнецова Н. В. Управление качеством. — М.: Флинта, 2017. — 360 с.
4. Ершов, А. К. Управление качеством. — М.: Университетская книга, Логос, 2017. — 266 с.
5. Ефимов, В. В. Статистические методы в управлении качеством продукции / В. В. Ефимов, Т. В. Барт. — М.: КноРус, 2017. — 240 с.

Бережливые отходы: как оптимизировать ресурсы

Селиверстов Антон Сергеевич, студент;
Постнов Владислав Владимирович, студент;
Уткин Дмитрий Юрьевич, студент;
Николаева Ксения Андреевна, студент;
Семидотченко Анна Романовна, студент;

Научный руководитель: Полякова Татьяна Валериевна, кандидат экономических наук, доцент
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В этой статье мы исследуем, как идентифицировать каждую форму отходов, а затем оптимизировать ресурсы, чтобы уменьшить их возникновение.

Ключевые слова: бережливое производство, отходы, оптимизация, дефекты, перепроизводство, ожидание, неиспользованный талант, движение, избыточная обработка.

Концепция бережливых отходов была впервые определена как часть высокоэффективной производственной системы Toyota. Он был придуман Taiichi Ohno, который разработал структуру бережливого производства, предназначенную для обеспечения максимальной эффективности, качества и прибыльности. Часть его процесса включала определение областей отходов, связанных с продуктом или услугой, которые могут быть устранены. Это может быть отходы инвентаризации, транспортные отходы или просто избыточная обработка при производстве товаров. Но как вы можете определить, где находятся области отходов в вашей компании? Как вы знаете, где требуются усовершенствования процессов или будут полезны стандартизированные форматы работы?

Выявление и ликвидация зон бережливого производства отходов требует тщательного исследования и решения проблем. Наилучшим подходом является применение одной из ключевых концепций бережливого производства, известной как картирование потока создания ценности. Это позволяет компаниям четко определить, где создается стоимость и где деятельность является расточительной. Он включает в себя отображение

производства или производственного процесса так, чтобы каждый шаг, вход и выход были помечены. Этот тип отображения процессов помогает преобразовать то, что может быть сложным понятием, в упрощенную схему, чтобы ее можно было четко визуализировать.

Кроме того, может оказаться полезным поиск областей отходов, которые были специально определены как часто встречающиеся. Это дает компаниям основу, с которой можно начать, и действует как контрольный список, с которым можно работать при рассмотрении процессов. В рамках концепции Toyota компания Ohno определила несколько видов отходов бережливого производства, распространенных в большинстве компаний. Они могут быть сведены в акроним «время простоя», который расшифровывается как дефекты, перепроизводство, ожидание, неиспользованный талант, движение, избыточная обработка [1].

Рассмотрим подробнее, что такое каждая из этих областей отходов и как предприятия могут уменьшить их возникновение.

1) Дефекты

Продукты, которые неполноценны, стоят времени и денег компании для того, чтобы их исправить. Они могут

нуждаться в ремонте, замене или возврате, что является неоправданно расточительной деятельностью. Получить все правильно в первый раз — это лучший способ избежать этих проблем. Достигнуть данной цели можно с помощью:

- улучшения контроля качества;
- создания документации;
- обеспечения понимания потребностей клиентов;
- совершенствования процесса проектирования

2) Перепроизводство

Перепроизводство товаров является одним из самых распространенных производственных отходов. Многие компании производят товары на основе целевого показателя, но это не всегда соответствует фактическим объемам продаж. Один из ключевых столпов бережливого управления заключается в том, чтобы согласовать выпуск продукции с потребностями клиентов, чтобы создать систему вытягивания. Есть несколько способов оптимизации ресурсов для снижения потерь от перепроизводства:

- исключите производство «на всякий случай» запаса;
- четко определите потребности клиента;
- производить на основе прогнозов продаж или фактических заказов;
- применение автоматизации для повышения точности производства [2].

3) Ожидание

Когда производственные системы не синхронизированы, ожидание неизбежно происходит. Если одна производственная зона становится перегруженной, то те, кто до нее может получить резервную копию, а те, кто после нее, бесполезно простаивают. Это огромный бережливый расход с точки зрения времени, которого можно избежать, предприняв некоторые практические шаги по оптимизации производственного процесса:

- балансировка рабочих нагрузок;
- поддерживайте хорошее общение между командами;
- уменьшите времена установки для уменьшения отхода ждать;
- обеспечение достаточного уровня укомплектования цехов.

4) Неиспользованный талант

Хотя это не было частью первоначальных семи отходов, идентифицированных Ohno, это растущий источник в современном бизнесе. Недоиспользование талантов сотрудников означает отсутствие навыков и знаний, которые могут быть бесценным активом для любой компании. Несколько способов решить эту проблему включают в себя:

- повышение уровня профессиональной подготовки и образования
- создание структурированной структуры для обмена передовым опытом;
- согласование кадровых задач с их сильными сторонами или целевыми направлениями развития;
- расширение прав и возможностей сотрудников и недопущение микроменеджмента [3].

5) Движение

Хотя это может показаться похожим на транспортировку, на самом деле это относится именно к движению людей, машин и продуктов. Избыточное движение может звучать как мелочь, но когда это происходит повторно, оно может на самом деле произвести большое количество пустых отходов. Это можно решить с помощью:

- улучшение компоновки рабочих станций;
- проектирование интеллектуальных процессов;
- централизованное обнаружение общих инструментов или машин;
- избегая эксплуатационных силосов [4].

6) Избыточная обработка

Избыточная обработка может происходить при производстве товаров и услуг, а также при выполнении повседневных административных задач. Иногда они называются дополнительными задачами или входными данными, которые не требуются или не ценятся клиентом. Примеры включают запрос чрезмерного количества отчетов, нескольких подписей или включение информации, которая является излишней.

Этого можно избежать следующими способами:

- оптимизация процессов вплоть до их минимальных составляющих частей;
- идентификация и удаление экземпляров повторения или избыточности;
- использование цифровых инструментов и средств автоматизации для устранения необходимости ручного ввода данных
- сохраняя вещи простыми [5].

При поиске примеров таких бережливых областей отходов в вашем бизнесе вы можете начать определять возможности для улучшения. Сосредоточение внимания на деятельности, которая создает ценность, даст вашей компании конкурентное преимущество, а также повысит прибыльность. Принятие методологии кайдзен или lean Six Sigma может помочь обеспечить структурированную структуру для вашего бизнеса. Эти подходы устраняют ненужные действия, которые истощают ваши ресурсы и позволяют вам сосредоточиться на значимом создании ценности и повысить производительность более чем на пятьдесят процентов.

Литература:

1. Масааки Имаи. Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества. —: Альпина Паблишер, 2014. — 355 с.
2. Масааки Имаи. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — 416 с.

3. Вумек Джеймс П., Джонс Дэниел Т. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 472 с.
4. Майкл Вейдер. Как оценить бережливость вашей компании. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — 136 с.
5. Тэппинг Д., Данн Э. Книга: Бережливый офис: Устранение потерь времени и денег. — М.: Альпина Паблишер, 2018. — 333 с.

Основные аспекты оценки эффективности инвестиций в качество

Селиверстов Антон Сергеевич, студент;

Уткин Дмитрий Юрьевич, студент;

Постнов Владислав Владимирович, студент;

Семидотченко Анна Романовна, студент;

Николаева Ксения Андреевна, студент;

Научный руководитель: Полякова Татьяна Валериевна, кандидат экономических наук, доцент

Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В статье анализируются ключевые показатели и этапы, необходимые для оценки эффективности инвестиций предприятия в повышение качества выпускаемой продукции. В ней показано ключевое значение инвестиций в эту сферу деятельности для достижения конкурентного преимущества на современном рынке.

Ключевые слова: инвестиции, промышленное предприятие, качество продукции, привлечение, показатели, этапы, эффективность.

The article analyzes the key indicators and stages necessary to assess the effectiveness of investments in improving the quality of products. It shows the key importance of investments in this field to achieve a competitive advantage in today's market.

Keywords: investment, industrial enterprise, product quality, attraction, indicators, stages, efficiency.

В настоящее время мы живем в мире, где ведущую роль играет капитал и умение использовать его в качестве инструмента для получения прибыли. Современный рынок — это та платформа, которая необходима для реализации этой задачи. Сейчас он получил название «глобальный» рынок, поскольку товары и услуги на нем перемещаются и предлагаются по большей части свободно. Исключениями являются лишь санкции и ограничения отдельных стран, но, несмотря на это, крупный и даже средний бизнес на данный момент может относительно просто выйти на международную арену.

И основным критерием получения конкурентного преимущества на ней является качество выпускаемой продукции. Это важное условие ввиду избыточного предложения продукции и услуг в большинстве отраслей, начиная с ритейла, и заканчивая IT-услугами. Таким образом, конкуренция обрела несколько иные черты. Наравне с брендом (а точнее, товаром определенной фирмы) потребитель большее внимание обращает на качество. То есть, конкуренция сейчас наблюдается именно в качестве товаров и услуг, а также процессов.

Если говорить о том, что понимают под «качеством» потребители, можно сделать вывод: это соответствие его ожиданиям, а в лучшем случае — качественная продукция должна предсказывать его скрытые потребности. Таким образом, выпуск качественной продукции — это лучшая га-

рантия того, что потребитель останется лояльным. Только так получится поддерживать конкурентное преимущество на российском рынке, а также противостоять иностранным производителям. Именно по этой причине практически все производители и промышленные компании, которые занимаются выпуском аналогичной продукции, соревнуются между собой за первенство показателя извлеченной прибыли. Для этого решается множество задач, одной из которых является вложение денежных средств в повышение качества выпускаемой продукции. Но, как и в любом виде инвестиций (начиная от расширения компании, заканчивая разработкой новой продукции), необходимо поводить оценку эффективность вложенного капитала.

Только так менеджмент предприятия сможет оценить правильность принятого управленческого решения. Инвестиции в эту сферу, а также общая оценка эффективности принятого решения, крайне актуально для отечественных производителей. Большинство предприятий промышленного сектора (особенно небольшие компании) на данный момент с трудом получают средства для проведения мероприятий по модернизации процесса, чтобы улучшить показатель качества продукции. Именно по этой причине проведение анализа и моделирование эффективности инвестиций для них играет ведущую роль.

К основным видам инвестиций в качество, к которым прибегают российские компании, относятся: организация

совместного производства высококачественной и конкурентоспособной продукции с зарубежными представителями отрасли; покупка лицензии на производство аналогичной продукции, которая отвечает более высоким стандартам качества; покупка современного и высокоточного технологического оборудования. Еще одним способом может быть организация дешевых комплектующих высокого качества на отечественном предприятии, но, как правило, к нему прибегают лишь крупные представители промышленной отрасли. Это связано с тем, что данный вид инвестиций отличается высоким порогом капиталовложений.

Далее рассмотрены основные показатели, которые необходимы для оценки эффективности капиталовложения в повышение качества продукции. В данной сфере, как и в любой другой, используются типовые показатели:

Срок окупаемости инвестиций (Payback Period, PP). Это время, необходимое для того, чтобы доходы, которые будут сгенерированы инвестициями сделанными капиталовложениями, покрыли расходы на них. Речь идет о том, как быстро повышение уровня качества выпускаемой продукции, на реализацию чего были направлены денежные средства, смогут принести прибыль компании. Она может выражаться, к примеру, в привлечение новых клиентов или минимизации дефектов и брака на производстве.

Чистый приведенный доход (Net Present Value, NPV). Это стоимость, полученная путем дисконтирования доходов и расходов предприятия, связанных с реализацией инвестиционного проекта за определенные промежутки времени. Причем период, как правило, зависит от масштабов производства [2]. Большинство компаний среднего бизнеса рассчитывают поквартальные показатели, крупные компании — по годам.

Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR) и модифицированная норма доходности (Modified Internal Rate of Return, MIRR). Первый показатель — это процентная ставка, при которой чистый приведенный доход равен нулю. Второй — обозначает ту ставку дисконтирования, которая будет уравнивать притоки и оттоки средств, которые принесут инвестиции в повышение качества продукции. Данный показатель (MIRR) учитывается при глубинной оценке эффективности инвестиций.

Рентабельность инвестиционного проекта (Profitability, P). Этот показатель указывает на то, что капиталовложения не только выйдут «в ноль», но еще и принесут прибыль на вложенные средства. Показатель принимает только положительное значение, если проект не генерирует чистую прибыль — он считается нерентабельным. По большей части, именно к расчету данного показателя сводятся первоначальный и поверхностный анализ инвестиционного проекта. Также здесь считается индекс рентабельности (Profitability Index, PI), который необходим

для подсчета коэффициента рентабельности: отношение суммы дисконтированных денежных потоков (как доходов, так и расходов) к первоначальной сумме инвестиций.

Большую роль в оценке эффективности инвестиционного проекта в повышение качества продукции играют такие критерии, как количество инвестиционных расходов, длительность и сам процесс получения результатов, а также неопределенность в процессе оценки эффективности и риски [1]. Под количеством капиталовложений понимается как из сумма, так и периодичность. В большинстве ситуаций, на реализацию мероприятий по повышению качества продукции выделяется общий бюджет, потому капиталовложение носит единоразовый характер. Также прорабатывается модель монетизация данного проекта. Компаниям важно получить не только лояльность клиентов, но еще и сократить общие издержки и количество бракованной продукции [3]. Так процесс получения результатов, если говорить о повышении лояльности клиентов, рассчитан на долгий срок. Благодаря моделированию этого показателя, можно просчитать увеличение выручки предприятия (в связи с увеличением спроса из-за привлечения новых потребителей). Говоря о минимизации брака — результаты будут наблюдаться сразу после внедрения мероприятий в рамках инвестиционного проекта. Рассматривая риски, менеджмент и группа, ответственная за его разработку, должна учесть все возможные риски (как внутренние, так и внешние).

В связи с данными условиями выделяется два основных этапа оценки эффективности инвестиций в качество выпускаемой продукции:

На первом этапе производится расчет общих показателей эффективности по проекту [4]. Его цель заключается в агрегировании экономической оценке проектных решений и создании условий и определённости для поиска и проработки механизмов по привлечению финансов.

Второй этап подразумевает под собой глубинный анализ, он осуществляется после выбора схемы привлечения финансов. Также на нем уточняются ответственные (как правило, это отдел контроля качества, если он выделен в отдельное структурное подразделение в рамках предприятия) [5].

Таким образом, рассмотрев основные положения и критерии, которые требуются для анализа эффективности инвестиционного проекта, можно сделать вывод о необходимости тщательной оценки и взвешенного обоснования принятого менеджментом управленческого решения. Инвестиции в качество выпускаемой продукции нельзя реализовывать без тщательного и разностороннего анализа этого мероприятия. Зачастую для этого привлекаются сторонние финансовые эксперты, которые имеют необходимые для этого компетенции.

Литература:

1. Волков, А. С. Оценка эффективности инвест. проектов: Учебное пособие / А. С. Волков, А. А. Марченко. — М.: Риор, 2018. — 144 с.

2. Гадаборшев, М. И. Организация, оценка эффективности и результативности оказания медицинской помощи: Монография / М. И. Гадаборшев, Н. В. Рудлицкая, М. М. Левкевич. — М.: Инфра-М, 2018. — 47 с.
3. Гончаренко, Л. И. Оценка эффективности налоговых льгот / Л. И. Гончаренко. — М.: Русайнс, 2018. — 64 с.
4. Гуреева, Е. А. Оценка эффективности организации и проведения крупных спортивных соревнований / Е. А. Гуреева, И. В. Солнцев. — М.: Русайнс, 2016. — 320 с.
5. Гуськов, С. В. Оценка эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций / С. В. Гуськов. — М.: Academia, 2017. — 136 с.

Способы повышения эффективности рекрутинга

Семенов Алдар Станиславович, студент магистратуры
Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления (г. Улан-Удэ)

Среди множества кадровых программ, реализуемых в современных организациях, рекрутинг занимает особое место. Во-первых, именно с него начинается знакомство работника с предприятием. Во-вторых, удовлетворение количественной потребности в персонале возможно только благодаря подбору. В-третьих, качество рабочей силы существенно зависит от реализуемых отборочных мероприятий. В настоящее время имеется множество публикаций, посвященных вопросам проведения набора персонала, в кадровом менеджменте сформирована отдельная подотрасль — рекрутинг. Но, несмотря на это, до сих пор не выработано универсальных приемов, позволяющих организации максимально эффективно формировать свой кадровый состав.

Изучение данного вопроса следует начать с понятийного аппарата. В теории и практике управления персоналом для обозначения процесса приема на работу применяются термины «подбор», «отбор», «наём», «привлечение персонала», «набор», «рекрутинг». В зависимости от контекста они могут рассматриваться как синонимы либо в каждом из них будут выделяться отдельные функциональные области (например, в отборе методы оценки соискателей). В рамках данного исследования для обозначения процессов формирования кадрового состава организации будем придерживаться термина «рекрутинг».

Одной из ключевых задач современных предприятий, лежащей в области управления персоналом, выступает обеспечение эффективного функционирования рабочих мест, качественное и своевременное выполнение работниками своих должностных обязанностей. Ее решение предполагает наличие четко определенного функционала работников, грамотной постановки задач перед исполнителями, развитой системы мотивации и развития, благоприятного морально-психологического климата и многих других аспектов, обеспечивающих максимально полную реализацию профессиональных навыков и умений сотрудников. Однако чаще всего менеджментом организаций оно связывается с повышением качества рекрутинга.

С нашей точки зрения, повышение эффективности рекрутинга в данном направлении может быть обеспечено следующими способами:

- инструментальным;
- компетентностным;
- системным.

Рассмотрим содержание каждого из них. Инструментальный способ предполагает совершенствование инструментов формирования кадрового состава, документального оформления рекрутинга, количественных показателей, отражающих результаты его реализации. Это наиболее распространенный способ, предполагающий формализацию деятельности организации в области подбора персонала. Так, примерами совершенствования инструментов формирования кадрового состава могут выступать внедрение автоматизированных программ оценки кандидатов, использование оптимальных источников найма, применение уникальных методов оценки.

Компетентностный способ исходит из повышения уровня компетентности рекрутеров. Реализуется в двух вариантах. Первый — осуществление подбора с помощью привлеченных специалистов, работающих на условиях фриланса или аутсорсинга. Второй вариант повышения эффективности рекрутинга за счет профессионализации кадровиков — совершенствование компетенций специалистов по найму. Чаще всего решение этой задачи связывают с привлечением работников, имеющих профессиональное образование в области HR.

Системный способ повышения эффективности найма является самым долгим и сложным. Этот способ предполагает построение и поддержание системы управления персоналом в совокупности. Успешный подбор начинается с определения функционала будущего сотрудника, т.е. проведения анализа работ. Принятый в организацию новичок нуждается в поддержке и сопровождении, т.е. разработке адаптационных программ, заинтересованности руководителя в закреплении нового работника и его сохранении на рабочем месте.

Применяя концепцию долговременной эффективности Р. Лайкерта к анализу процедуры рекрутинга, можно

утверждать, что перечисленные выше способы соотносятся с тремя группами переменных:

Причинные переменные — факторы повышения эффективности, предусматриваемые в системном способе.

Промежуточные переменные — параметры, описанные в инструментальном и компетентностном подходах.

Результирующие переменные — итог реализации найма. Сюда можно отнести наличие вакантных мест, текучесть персонала, уровень компетентности вновь принятых работников, скорость подбора. Это самые наглядные и понятные переменные, напрямую связываемые руководителями с действиями рекрутеров. Именно поэтому на них пытаются воздействовать в первую очередь. Например, устанавливаются КРІ менеджеров по подбору, разрабатываются стандарты выполнения работ. Система оплаты труда предусматривает жесткий механизм депремирования в случае несоблюдения сроков найма.

Стремясь повысить эффективность рекрутинга, работодатели разрабатывают инструменты влияния на промежуточные и результирующие переменные. При этом еще Р. Лайкертом было указано на то, что такой подход обеспечивает кратковременный эффект и не способен обеспечить устойчивого развития организации.

С нашей точки зрения, основными причинами проблем в области поиска и закрепления требуемых организациям специалистов выступают:

- отсутствие «увязки» рекрутинга со стратегией развития организации, определения ключевых
- компетенций работников и приоритетов кадровой деятельности;
- нарушение системности кадровой работы. Рекрутинг не поддерживается адаптацией, обучением, созданием благоприятного морально-психологического климата. Причем вопросы оплаты труда не имеют существенного значения. Исключение составляют ситуации, когда на этапе подбора работодателем заявляется один уровень компенсаций, а по факту он оказывается гораздо ниже;
- отсутствие четкого представления о распределении функциональных обязанностей работников и требований, предъявляемых к ним.

Решить эти проблемы инструментальными или компетентностными способами невозможно. Поэтому повышение эффективности рекрутинга не может рассматриваться как самоцель. Как правило, рекрутинг — следствие системности кадровой работы. В организациях, грамотно и последовательно реализующих процедуры развития, поддержки, мотивации работников, формирующих и под-

держивающих созидательную организационную культуру, проблемы найма теряют свою актуальность, поскольку до минимума снижается текучесть персонала. Благодаря позитивному имиджу в организации имеется большое количество самообратившихся в поисках работы кандидатов. И в общем количестве кадровых программ удельный вес найма не превышает 10%.

Совершенствование инструментов подбора, компетентности рекрутеров, конечно, приведут к повышению качества отбора соискателей. Однако при отсутствии должной системы адаптации, позитивного морально-психологического климата даже качественно отобранный кандидат примет решение об уходе из организации.

Еще одним доводом в пользу того, что совершенствование технологии найма не приведет к улучшению кадровой ситуации в организации, выступает влияние на процесс подбора факторов, не входящих в зону влияния рекрутеров. Если организация не зарекомендовала себя на рынке труда как привлекательное место работы (что является результатом реализации системного способа, рассмотренного выше), ни один сотрудник кадровой службы не способен повлиять на число претендентов, представленных на рынке труда, и их заинтересованность в получении работы.

При отсутствии в организации комплексной системы управления персоналом успех рекрутинговых мероприятий имеет весьма существенный вероятностный характер. Довольно часто на практике можно наблюдать ситуацию, когда разнообразные усилия рекрутеров по привлечению соискателей не приводят к желаемым результатам, а после прекращения работы по вакансии появляется кандидат, случайно зашедший в поисках работы и незнакомый с тем, что ведется подбор.

Качественный состав рабочей силы, представленной на рынке, также находится вне зоны влияния кадровиков. Единственный способ воздействия на него заключается в целенаправленной подготовке будущих работников путем заключения ученических договоров, взаимодействия с учебными заведениями. Но эти усилия также относятся к системному способу повышения эффективности найма.

Таким образом, можно говорить о том, что усилия организаций в области совершенствования инструментов формирования кадрового состава, повышения качества подготовки рекрутеров не приведут к достижению желаемого результата, если они не будут подкреплены системной реализацией всего комплекса кадровых технологий.

Литература:

1. Как управлять массовым набором. URL: hr-portal.ru.
2. Лютенс Ф. Организационное поведение. М.: ИНФРА-М, 2016.
3. Управление персоналом: отбор и найм. Исследование зарубежного опыта: монография / Дуракова И. Б. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017.

Использование современных методов профессионального отбора кадров на муниципальную службу (на примере администрации Тазовского района ЯНАО)

Черковская Валерия Валерьевна, студент
Омский государственный педагогический университет

Муниципальная служба, как и государственная, требует особенного подхода к подбору кадров. Это обусловлено тем, что муниципальный служащий обладает повышенной степенью ответственности перед обществом. Целью данной статьи является анализ основных форм отбора кадров на муниципальную службу. Основными методами являются анализ и сравнение существующих форм отбора кадров. При анализе можно сделать вывод о том, что методы отбора кадров на должности муниципальной службы хотя и отвечают требованиям законодательства, все же нуждаются в определенной доработке.

Ключевые слова: муниципальный служащий, муниципальная служба, профессиональный отбор кадров, конкурс, замещение, тестирование.

Деятельность кадровых служб и административного аппарата органов муниципальной власти неизбежно связана с необходимостью поиска и отбора служащих, что подчеркивает актуальность темы исследования. Отбор кадров — это одна из центральных и важнейших функций управления. В настоящее время все организации и государственные органы большое внимание уделяют таким аспектам, как отбор персонала, его адаптация, повышение его квалификации и практической подготовки и т.д. Все чаще применяются активные методы отбора персонала, имеющие цель привлечь в органы власти как можно большего числа соискателей, удовлетворяющих требованиям современной системы государственной службы. Также совершенствуется процедура самого отбора.

Замещение вакантных должностей руководителей и специалистов на муниципальной службе осуществляется на конкурсной основе, что предполагает оценку профессиональных и личностных качеств нескольких кандидатур на место, с участием внешних и внутренних кандидатов.

Суть набора кадров на муниципальную службу заключается в формировании необходимого резерва кандидатов на все должности и специальности, в перспективе из этого числа происходит отбор наиболее подходящих кандидатов на службу. Этап отбора при управлении планированием кадров подразумевает, что руководством будет осуществлен отбор наиболее подходящих кандидатов из резерва, созданного в ходе набора. Больше преимуществ при отборе у кандидата, обладающего наилучшей квалификацией для выполнения фактической работы на занимаемой должности, а не у кандидата, который представляется наиболее подходящим для продвижения по службе. Объективность решения о выборе, в зависимости от обстоятельств, может основываться на образовании кандидата, уровне его профессиональных навыков, опыте предшествующей работы, личных качествах [4, с. 76]. Для принятия решения при отборе, как правило, применяются такие методы сбора информации как испытание, собеседование и центры оценки.

Отбор специалистов на муниципальную службу требует комплексного подхода, так как он подразумевает

отбор работников, которые отвечают по своим профессиональным, деловым и личностным качествам требованиям государственной службы. Комплексный подход к поиску и отбору специалистов на муниципальную службу включает в себя необходимость решения следующих задач [1, с. 57]:

- определить потребность в специалисте с учетом основных целей учреждения;
- получить точную информацию о том, какие требования к работнику предъявляет вакантная должность;
- установить квалификационные требования, необходимые для успешного выполнения работы;
- определить личностные и деловые качества;
- найти возможные источники кадрового пополнения и выбор адекватных методов привлечения подходящих кандидатов;
- определить эффективные методы отбора кадров;
- обеспечить наилучшие условия для адаптации новых работников к работе.

Отбор кандидатов на муниципальную службу включает в себя профессиональный отбор, позволяющий осуществлять подбор специалиста на должность по таким критериям, как профессиональная подготовленность и опыт, уровень и профиль образования.

Не менее важным компонентом профессионального отбора можно отметить профессиональный психологический отбор. Он позволяет идентифицировать психологическую структуру профессиональной деятельности и психологические характеристики личности. Профессиональный отбор включает в себя физиологический, медицинский и другие его разновидности.

Современными организациями используется целый ряд методов отбора персонала, среди которых можно выделить классические и нетрадиционные. К классическим методам относятся: анкетирование, собеседование, тестирование, резюме и метод оценки. В качестве нетрадиционных методов используются: Brainteaser-интервью, физиогномика, графология, полиграф. Отметим, что специалисты по кадрам с недоверием относятся к нетрадиционным методам отбора персонала, сомневаясь в эф-

фективности их применения [2, с. 123]. Нетрадиционные методики, как правило, применяются наряду с традиционными методами подбора персонала в целях получения дополнительной информации о кандидате. Стоит отметить, что кадровыми службами государственных органов пока в основном используются классические методики.

Важно отметить, что профотбор и прием на муниципальную службу кадров играют огромную роль в становлении эффективной и устойчивой системы государственного управления в России.

Формирование резерва администрации Тазовского района ЯНАО является одним из ключевых аспектов кадровой политики на муниципальной службе. Кадровый резерв представляет собой специально сформированную на основе индивидуального отбора и комплексной оценки группу работников, прошедших специальную подготовку, обладающих необходимыми профессиональными, деловыми, личностными и морально-этическими качествами для выдвижения на более высокие должности. Основным методом отбора кандидатов на должности муниципальной службы администрации Тазовского района ЯНАО является тестирование и конкурс. Необходимо отметить, что данные методы используются параллельно.

Среди недостатков системы набора и отбора специалистов в органы муниципальной власти ЯНАО можно выделить основные: отсутствие первичного этапа «отсевание» неподходящих кандидатов; некомфортные условия при проведении конкурса; длительность проведения конкурса; низкий уровень привлекательности муниципальной службы в целом (сокращение штата, увеличение нагрузки на специалистов, низкий уровень заработной платы).

В процессе проведения конкурса могут выступать такие формы как тестирование, групповые дискуссии, собеседо-

вание. Поясним, что кандидат может получить за конкурс максимум 10 баллов. После завершения конкурса каждый член сформированной комиссии ставит балл, после чего подсчитывается общее количество баллов, таким образом, выявляется победитель конкурса. Победителем конкурса является гражданин, которому удалось набрать наибольшее количество баллов [3, с. 69].

Проанализировав нормы, которые регламентируют процесс формирования конкурсных комиссий в администрации Тазовского района ЯНАО, мы пришли к выводу, что в правовом регулировании данной сферы имеются проблемы.

Принимая во внимание тот факт, что законодатель не обязывает указывать персональные данные независимых экспертов, участвующих в оценивании претендентов, то на практике вполне могут возникнуть проблемы с порядком приглашения данных членов комиссии. Так, независимых экспертов назначает председатель конкурсной комиссии, из-за чего могут возникнуть сомнения, объективно ли комиссия оценивает претендентов на должность.

По нашему мнению, будет честным, если в состав комиссии будут входить граждане, указывающие свои персональные данные. Комиссию необходимо формировать так, чтобы не возникали столкновения интересов, способного оказать влияние на объективность принимаемых комиссией решений относительно претендентов на должность.

Таким образом, в целом методы формирования муниципальных служащих администрации Тазовского района ЯНАО отвечают требованиям законодательства о государственной и муниципальной службе. Однако определенные проблемы в механизме подбора кадров все же имеются и требуют решения.

Литература:

1. Адамская Л. В., Вашлаева Е. Г. Совершенствование системы информирования жителей о деятельности органов местного самоуправления муниципального округа Своблово // В сборнике: Общество и экономика в зеркале современной науки. Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции. ООО «ЭКЦ Интеллект». 2015. С. 45–47.
2. Аверин, А. Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации / А. Н. Аверин. — М.: МПСИ, Флинта, 2018.
3. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом / Т. Ю. Базаров. — М.: ИЦ «Академия», 2014
4. Братановский С. Н. Особенности поступления на муниципальную службу в Российской Федерации // Гражданин и право — 2017 — № 10 — с. 76–85.
5. Покацкий, С. А. Совершенствование структуры управления персоналом в органах местного // Молодой ученый. — 2017. — № 4. — С. 872–875.

Введение инноваций как инструмент улучшения финансового состояния предприятий агропромышленного комплекса

Шипицина Анастасия Егоровна, студент;

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

В статье рассмотрено влияние внедрения инноваций и усовершенствованных технологий на финансовое состояние организаций АПК. Выявлена и обоснована необходимость внедрения новых технологий. На основе проведенных исследований был сделан вывод о влиянии внедрения инноваций на финансовое состояние организации.

Ключевые слова: устойчивость, развитие, конкурентоспособность, инновации, финансовое состояние, НИОКР, агропромышленный комплекс.

Интенсивная потребность на рынке продовольствия, новые требования к продукту аграрного хозяйства, потребность выпуска импортозамещающего продукта, преобразование всех структур АПК с целью увеличения производительности сельскохозяйственной деятельности — все эти движения непременно объединены с актуальностью проблемы введения новых технологий в АПК.

Инновации на сегодняшний день считаются приоритетным курсом экономики и содействуют совершенствованию всех аспектов нынешней жизни. Инновации можно понимать как экономические отношения, связанные с внедрением достижений науки и техники в процесс производства [2, с. 66]. Возникновение новых эконо-

мических технологий не стало исключением и находится в основании модернизации и технологического переоснащения деятельности предприятий АПК. Каждая новая разработка сопутствуется введением в обычный технологический процесс информационно-интеллектуального снабжения, базирующегося на научно-техническом прогрессе, современных модификациях в технологические процессы управления и менеджмента с целью реализации инновации покупателю либо улучшению и ускорению изготовления с целью реализации произведенного продукта покупателю [3, с. 263].

Полноценному внедрению инновационных технологий в отечественном АПК препятствует ряд факторов, представленных на рисунке 1.



Рис. 1. Препятствующие факторы полноценному внедрению инновационных технологий в отечественном АПК [1, с. 103]

Переход на рыночные отношения с приоритетом всех форм собственности и хозяйствования позволяет рассчитывать на более активные темпы развития в сфере инновации с последующей реализацией поставленных целей и задач. В частности, ожидается планомерное развитие всех четырех типов инноваций АПК — селекционно-генетического, экономического и организационно-управленческого, социально-экономического и производственного.

Уровень эффективности предприятия определяется в первую очередь удовлетворенностью потребителей конечным продуктом. Поэтому качественные и персонализированные рекомендации в реальном времени, предоставляемые специальными ботами, помогут компаниям выйти на новый уровень, сократив издержки, и грамотно управлять финансами и инвестициями, это отражает экономист М. И. Яндиев в своей статье [4, с. 15].

Овеществленный результат творческого подхода к выпуску продукции может стать для предприятия конкурентным преимуществом. Рыночное превосходство товара поощряет еще более творческое отношение работников к производству продукции. Творчество и конкуренция создают «петлю взаимного усиления». Согласно Портеру для предприятия выйти победителем из борьбы с каждой из пяти конкурентных сил можно как раз с помощью инновационных мер. Инновации позволяют предприятию добиваться конкурентного преимущества за счет изменения товара или производственного процесса, а также новых подходов к маркетингу. Инновация включает как НИОКР, так и совершенствование организационной структуры и системы управления.

Рассматривая зарубежный опыт внедрения инноваций в организациях АПК можно выделить опыт Беларуси. В республике проделана большая работа по снижению энергозатрат при производстве и переработке сельскохозяйственной продукции за счет внедрения современных энергоэффективных технологий и оборудования, в том числе использующих местные виды топлива. На сегодняшний день в агропромышленном комплексе Беларуси построено 10 биогазовых комплексов общей мощностью около 11 МВт, два из которых работают на отходах деятельности молоч-

но-товарных комплексов. На отходах зернопереработки эксплуатируется оборудование общей мощностью около 9 МВт, 1200 штук зерносушилок используют местные виды топлива. Разрабатываются проекты по применению топливной щепы на пяти мясомолочных предприятиях, установленная мощность энергоустановок которых будет превышать 15 МВт [5].

В мясо- и молокоперерабатывающих организациях внедрено современное энергоэффективное холодильное оборудование общей мощностью более 168 МВт, использование которого позволило более чем в 12 раз снизить его аммиакоемкость. Также в 16 организациях системы Минсельхозпрода работают когенерационные и тригенерационные установки общей мощностью более 30 МВт. Наиболее крупные — на УП «Агрокомбинат» Ждановичи (9 МВт), в ОАО «Молочный Мир» (3,4 МВт), ОАО «Берзовский сыродельный комбинат», на УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» и в ОАО «Барановичхлебпродукт» (по 1 МВт), в ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат», на ЧУП «Калинковичский молочный комбинат» (0,8 МВт), в ОАО «Савушкин продукт» (2,6 МВт), ООО «Праймилк» — завод по переработке сыворотки в Щучине (2,3 МВт) и др. В четырех организациях мясомолочной отрасли ведется проработка проектов по строительству очистных сооружений с получением биогаза [5].

Внедрение прогрессивных технологий и техническое переоснащение организаций мясной промышленности позволили создать современные рабочие места, внедрить на всех мясокомбинатах международную систему анализа рисков и критических контрольных точек (ХАССП), а также систему управления качеством в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 9001 [6].

Таким образом, инновации играют значительную роль в переходе производства на новый уровень. За счет этого организация сможет производить более качественный товар и в большем объеме, в связи с чем покупатель будет вынужден платить больше и покупать в большем объеме. Поэтому инновации и внедрение их в производство технологий постепенно, но положительно влияют на финансовое состояние организации.

Литература:

1. Зеленкова Л. В. Инновационная деятельность и инновационные технологии в АПК // В сборнике: Молодежная наука — гарант инновационного развития АПК Материалы X Всероссийской (национальной) научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 2019. С. 102–106.
2. Старкова О. Я. Государственное регулирование инновационного развития сельскохозяйственного производства // Пермский аграрный вестник. — 2015. — № 3(11). — с. 64–69.
3. Таптунова А. И. Влияние введения инноваций на финансовое состояние организации // В сборнике: Молодежная наука — гарант инновационного развития АПК Материалы X Всероссийской (национальной) научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 2019. С. 263–266.
4. Яндиев М. И. Формирование новой модели финансовых отношений в сети Интернет // Финансы. — 2015. — № 10. — С. 15–20.
5. Агропромышленный комплекс Беларуси — важная составляющая экономики. — [Электронный ресурс]: Интернет Портал Республики Беларусь. — URL: <https://produkt.by/story/agropromyshlennyy-kompleks-belarusi-vazhnaya-sostavlyayushchaya-ekonomiki> (дата обращения: 09.10.2019).

6. Инновационные технологии в АПК. — [Электронный ресурс]: Производство и реализации сельхозтехники. — URL: <https://solarfields.ru/blog/innovacii-apk/innovacionnye-tehnologii-v-apk/innovacionnye-tehnologii-v-apk> (дата доступа: 09.10.2019).

Совершенствование платежной дисциплины как инструмент улучшения финансового состояния предприятия

Шипицина Анастасия Егоровна, студент;

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

В статье показана роль расчетных взаимоотношений в повышении финансового состояния организаций, обоснована необходимость их совершенствования в современных условиях. С помощью общенаучных методов исследования проанализирована динамика показателей платежной дисциплины организаций Пермского края. Сделаны выводы о необходимости более жесткой позиции в отношении высокорисковых покупателей продукции и рассмотрены меры по укреплению платежной дисциплины коммерческой организации.

Ключевые слова: финансовое состояние, платежная дисциплина, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, просроченная задолженность.

В настоящее время полемика ученых по вопросам, посвященным состоянию и развитию платежной дисциплины участников процесса производства и реализации продукции, стала менее активной. Тем не менее денежные расчеты являются одной из главных составляющих хозяйственной деятельности всех организаций, с помощью которых они осуществляют свой функциональный процесс и обеспечивают возможность расширенного воспроизводства. Правильная и четко отрегулированная система расчетов оказывает непосредственное влияние на финансовое состояние и эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятий [5, с. 29].

Под расчетными правоотношениями понимаются регулируемые нормами права денежные обращения, общественные отношения по поводу осуществления расчетов между организациями и физическими лицами в процессе экономической и связанной с ней неэкономической деятельности, а также между ними и государством в процессе исполнения финансовых обязанностей [1, с. 56].

Анализ состояния расчетной дисциплины очень важен, так как большое влияние на оборачиваемость капитала, вложенного в оборотные активы, а, следовательно, и на финансовое состояние экономического субъекта оказывает увеличение или уменьшение дебиторской и кредиторской задолженностей [2, с. 410].

По данным бухгалтерского баланса можно сформировать лишь самое общее представление о том, какая сумма средств отвлечена в расчеты с покупателями (именно этот вид, как правило, составляет наибольшую долю в составе всей дебиторской задолженности организации), какая сумма кредиторской задолженности сформирована на отчетную дату, а также установить динамику этих показателей. Для более детального анализа необходимо

привлечение данных аналитического учета по счетам, предназначенных для отражения информации о расчетах с дебиторами и кредиторами [6, с. 144].

Денежные отношения любого хозяйствующего субъекта присутствуют во всех сферах его деятельности (приобретение сырья, материалов, основных фондов, реализация продукции по различным каналам и т.д.) и затрагивают финансовые интересы всех участников экономического процесса. Отсутствие денежных ресурсов или их недостаточность нарушает финансовую деятельность, снижает ее конкурентоспособность и может привести к банкротству, поэтому состояние финансов любой организации интересует всех участников экономического процесса по следующим вопросам:

- в каком объеме и за счет каких финансовых ресурсов будет осуществляться коммерческая деятельность;
- каковы основные направления использования денежных потоков;
- насколько отрегулирована система реализации продукции;
- каковы нормальные условия продаж (продолжительность периода возврата денег за реализованную продукцию, величина скидки за оплату в срок);
- как выполняются договорные условия;
- какова вероятность оплаты счетов отдельными (высокорисковыми) покупателями;
- какие перспективы своевременности расчетов по своим обязательствам;
- какие меры необходимо предпринять для своевременного возврата денег и т.д. [5, с. 31].

Рассмотрим размер и структуру просроченной задолженности по обязательствам организаций Пермского края (табл. 1).

Таблица 1. Размер и структура просроченной задолженности по обязательствам организаций [4, с. 21]

Показатели	Сумма, млн руб.	В процентах		
		к итогу	На 01.08 2017 г.	На 01.01.2018 г.
Всего, в т.ч.	45916,4	100	188,2	172,9
Кредиторская задолженность	40374	87,9	187,5	185,1
Задолженность по кредитам и займам	5542,3	12,1	193,8	116,9

Анализируя данные таблицы 1 можно сказать, что общий размер просроченной задолженности по обязательствам организаций Пермского края на 2018 года составил 45916,4 млн руб. В структуре просроченных обязательств преобладает кредиторская задолженность, включающая задолженность перед поставщиками, бюджетом, работниками предприятий. Доля просроченной задолженности по кредитам и займам не велика (около 12%), т.к. в договорах по предоставлению кредитов банками предусмотрены меры воздействия (штрафы и пени),

которые неукоснительно взыскиваются, поэтому предприятия стремятся не допускать просроченных платежей. В договорах на поставку товаров (работ, услуг) не всегда предусмотрены финансовые санкции за не выполнение обязательств, а в тех случаях, когда они имеются, обычно их не используют по разным причинам (не желание портить отношения с покупателями, сложность процедуры взыскания и т.д.).

Рассмотрим структуру кредиторской задолженности (табл. 2).

Таблица 2. Структура просроченной кредиторской задолженности организаций в Пермском крае [4, с. 21].

Дата	Количество организаций, имеющих просроченную задолженность	Просроченная кредиторская задолженность, млн руб.	Из нее		
			Поставщикам	в бюджет	по платежам во внебюджетные фонды
01.08.2017	178	21533,1	13641	2429,3	1654,2
01.01.2018	173	21817,6	14945,7	2558,5	1693,1
01.08.2018	170	40377	19901,6	3318,3	2181,8

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что за анализируемый период количество организаций, имеющих просроченную кредиторскую задолженность, сократилось на 8 единиц, т.е. на 4,5%. Однако общий размер просроченной кредиторской задолженности в расчете на одну организацию вырос почти в два раза. Следовательно, организации, чье финансовое положение улучшилось, смогли ликвидировать просроченную задолженность, те же организации, где положение не улучшилось, задолженность увеличили. Просроченная задолженность поставщикам увеличилась на 4620,6 млн руб. (на 46%), задолженность в бюджеты всех уровней бюджетной системы — на

889 млн руб. (на 37%), задолженность о платежам в государственные внебюджетные фонды — на 527,6 млн руб. (на 32%), из чего можно сделать вывод о том, что при изыскании дополнительных финансовых ресурсов организации в первую очередь погашают просроченную задолженность перед государственными внебюджетными фондами и бюджетами, в последнюю очередь — перед поставщиками.

Наличие кредиторской задолженности является важным фактом, характеризующим финансовое состояние предприятия, но решающее значение имеет дебиторская задолженность, а особенно её просроченная часть, отраженная в таблице 3.

Таблица 3. Структура и динамика просроченной дебиторской задолженности организаций Пермского края [4, с. 22].

Дата	Количество организаций, имеющих просроченную задолженность, ед.	Просроченная дебиторская задолженность, млн руб.	Из нее	
			Задолженность покупателей	Госзаказы по оплате за продукцию
01.08.2017 г.	295	27317,9	21395,6	794,8
01.01.2018 г.	292	25008,3	20451,7	485,7
01.08.2018 г.	300	31249,7	25110,1	420,3

Анализируя показатели таблицы 3 можно сделать вывод о том, что за период с 1.08.2017 года по 1.08.2018 года количество организаций, имеющих просроченную дебиторскую задолженность в Пермском крае, выросло на пять единиц (1,6%). Совокупная сумма задолженности также выросла на 3931,8 млн руб. или 12,6%. Увеличился и средний размер просроченной дебиторской задолженности, приходящейся на одну организацию, с 92,6 млн руб. до 104,2 млн руб. В основном просроченная дебиторская задолженность — это задолженность покупателей, которая составляет 78–80% общего размера. Задолженность по оплате за про-

дукцию по государственным заказам не велика и имеет тенденцию к снижению. Следовательно, платежная дисциплина покупателей за анализируемый период ухудшилась. Сопоставляя показатели таблиц 2 и 3 можно утверждать, что количество организаций, имеющих просроченную кредиторскую задолженность меньше, чем количество организаций, имеющих просроченную дебиторскую задолженность. Размер просроченной задолженности покупателей превосходит размер просроченной задолженности поставщикам. Определим долю организаций, имеющих просроченную задолженность (табл. 4).

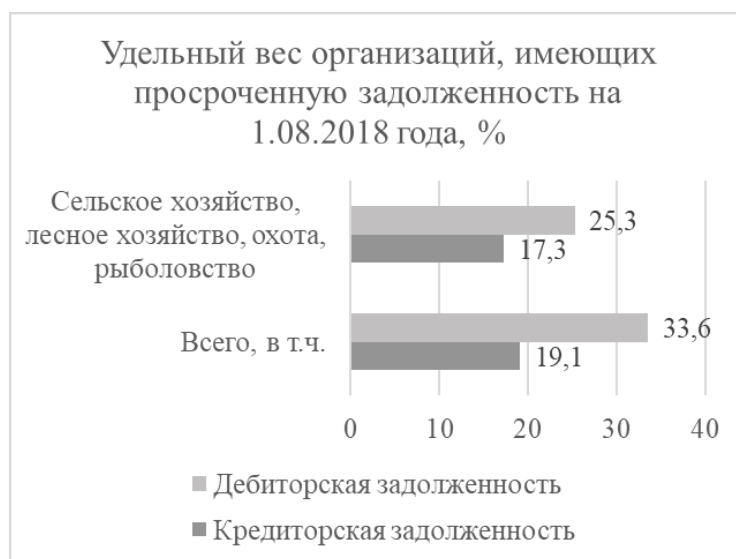


Рис. 1. Удельный вес организаций, имеющих просроченную задолженность на 1.08.2018 года [4, с. 23]

Данные рисунка 1 подтверждают вывод о том, что просроченная кредиторская задолженность значительно меньше, чем просроченная дебиторская задолженность. В целом по организациям Пермского края на 1.08.2018 года просроченную кредиторскую задолженность имело 19,1% организаций, а просроченную дебиторскую задолженность — более 1/3. Представляет интерес сопоставление этих показателей по организациям сельского хозяйства, лесного хозяйства, охоты и рыболовства, т.к. считается, что эта сфера деятельности менее прибыльна и более рискованна. Однако доля организаций, имеющих просроченную задолженность этих отраслей меньше, чем по экономике в целом. Следовательно, их финансовое положение не менее устойчиво, чем других организаций, кроме того, они склонны к большей дисциплине при осуществлении платежей.

Автор О.Я. Старкова отмечает, что поставщикам необходимо усилить контрольную работу, обеспечивающую своевременную оплату поставленных товаров, выполненных работ и оказанных услуг, иначе сохранение подобной тенденции негативно отразится на платежеспособности организаций и их финансовом состоянии в целом [4, с. 24].

Состояние дебиторской и кредиторской задолженности, их размеры и качество оказывают сильное влияние на платежную дисциплину организации.

Для того чтобы оптимизировать структуру баланса и улучшить платежную дисциплину организации автор М.К. Каракин предлагает следующие современные меры:

- предоставлять скидки дебиторам за сокращение сроков возврата платежей;
- в договорах купли-продажи, поставки следует оговаривать условие и размер штрафных санкций, которые дебитор должен будет уплатить за просрочку долга, тем самым сократить долю просроченной задолженности;
- для снижения кредиторской задолженности можно использовать реструктуризацию долгов, а именно проведение взаимозачетов между организациями [3, с. 395].

Грамотно выстроенная система использования штрафных санкций, а также механизм взаимозачетов способны качественно повлиять на величину дебиторской и кредиторской задолженности, сбалансировать их размер, и укрепить платежную дисциплину общества.

Таким образом, чем больше будет задействовано форм, методов, подходов управления платежной дисциплиной

организации, тем меньше будет доля потерь денежных средств по долгам. Все вышеперечисленные мероприятия позволят решить проблему с неплатежами, укрепить рас-

четно-платежную и финансовую дисциплину, что, в свою очередь, повлияет на повышение финансового состояния организации.

Литература:

1. Агеева В. И. Дебиторская задолженность: правовые и налоговые аспекты, риски и рычаги влияния // Менеджмент сегодня. 2016. № 1. С. 56–63.
2. Григорьева И. И., Хайдукова А. А. Анализ системы управления расчетной дисциплиной в организации // Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства: материалы IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции (1 февраля 2018 г.). — Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2018. С. 410–414.
3. Каракин М. К. Укрепление платежной дисциплины организации (на примере ООО «ПКФ »Комплектмашсервис») // Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства. 2019. С. 391–395.
4. Старкова О. Я. Платежная дисциплина организаций // Znanstvena misel. 2018. № 10. С. 21–24.
5. Сидоренко О. В., Ильина И. В. Расчетно-платежная дисциплина как императив эффективной финансовой деятельности сельскохозяйственных организаций // Аграрная Россия. 2017. № 2. С. 29–33.
6. Шепелина В. Е. Оптимизация расчетной дисциплины коммерческой организации // Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе: материалы I Всероссийской научно-практической конференции (19 мая 2017 г.). — Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2017. — С. 144–147.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Социально-психологический аспект рекламы

Полищук Екатерина Владимировна, студент магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

Реклама в современном информационном обществе представляет собой довольно сложное явление, которое затрагивает социальные, культурные, политические, экономические и многие другие сферы человеческой деятельности. Реклама на настоящий момент является одним из инструментов, влияющим на формирование предпочтений, ориентиров индивида, которые в свою очередь определяют ценностные ориентации и установки личности.

Рекламу можно назвать отражением современного общества потребления. В рекламе можно рассмотреть основную проблематику общественного мнения, сознания, взаимодействия материальной и духовной культуры, взаимодействия техники, технологии и искусства.

В принципе можно считать, что современная реклама и принципы ее создания — это отражение актуального на настоящий момент состояния человеческого социума и массового сознания.

На настоящий момент определений рекламы можно выявить более тысячи: от законодательно закреплённого и международно-научного, до прикладного.

К основному определению понятия «реклама» следует отнести значение, данное в Федеральном законе «О рекламе» Российской Федерации, которое трактуется следующим образом: «реклама — информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» [1]. Объектом рекламирования согласно Федеральному закону РФ «О рекламе» выступает «товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама».

Определение, данное основоположником маркетинга, как научного направления, американским ученым Фи-

липом Котлером трактуется следующим образом: «реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с чётко указанным источником финансирования». [2, 429]

В современных условиях реклама имеет тенденцию к общемировому распространению, что продиктовано глобализацией и информатизацией общества. Интеграция мировых процессов экономических, социальных, политических сложное явление, которое требует новых подходов к изучению и реализации маркетинговой стратегии продвижения компании на рынке, учитывая изменчивость и многофакторность среды.

Основная функция рекламы, как элемента общей стратегии продвижения в маркетинге, заключается в формировании спроса на товары или услуги и стимулировании их сбыта. Рекламная деятельность в системе рыночных отношений рассматривается как комплекс средств неценового стимулирования сбыта продукции и формирования спроса на неё.

Также выделяют коммуникационную функцию рекламы в системе маркетинга, которая направлена на информирование потенциальных покупателей об потребительских свойствах товара или услуги. При этом реклама не только информирует о товарах или услугах, но и одновременно трансформирует информацию в определённый образ, который становится в сознании потребителя связанным с фактическими сведениями о качествах рекламируемого объекта. Таким образом, реклама предоставляет потребителям информационные модели рекламируемых объектов, и связывает тем самым рекламодателей и аудиторию потребителей на рынке.

Действуя в системе рыночных отношений, в основе рекламы также лежит экономическая функция, которая оказывает значительное влияние на субъекты рынка и на участников экономических отношений, воздействуя как на производителей товаров и услуг, так и на их потребителей. Функция рекламы как экономического инструмента заключается в стимулировании рыночных отношений спроса и предложения, которое производится

через предоставление потребительским аудиториям информационных моделей вынесенных на рынок предложений. Рекламная деятельность содействует регулированию спроса и предложения, помогая тем самым достичь равновесие продавцов и покупателей на рынке.

Реклама стала настолько значимым явлением в общественной жизни, что фактически трансформировалась в особый социальный институт и получила отдельное комплексное регулирование в рамках гражданского права. Оказывая влияние на формирование и закрепление в сознании людей определённых потребительских моделей, ценностных установок и норм общества, определяя общественное мнение и массовое поведение, выделяют немаловажную функцию рекламы — социальную.

Цели рекламы определяются коммуникационной стратегией компании, но выделяют универсальную стратегическую цель рекламы — вызвать у целевой аудитории нужную рекламодателю реакцию.

В настоящее время изучением рекламы занимаются представители самых различных наук: журналистики, социологии, психологии, экономики, истории, правоведения и др. Каждая из наук анализирует рекламную деятельность, используя с этой целью свою методологию, собственный понятийный аппарат. Это свидетельствует о многогранности рекламы как междисциплинарной области, находящейся на стыке наук.

Наиболее тесное соприкосновение с рекламной деятельностью имеет психология. Так как знания о функционировании психики индивида, механизмах влияния рекламы на психику человека, восприятии рекламных материалов, особенности потребительского поведения и его изменения под воздействием рекламы, являются фундаментом при построении стратегии продвижения. Эффективность рекламы в значительной степени зависит от знания психологических характеристик его целевой аудитории [3, 89].

Психология исходит из того, что реклама — это процесс информирования социальной группы о товаре, ознакомления с ним, убеждения в необходимости его покупки. Главная задача рекламы состоит в том, чтобы побудить индивида к потреблению рекламируемого товара, услуги, поэтому в ее основе лежит психологическое воздействие на потребителя, реализуемое через восприятие содержания рекламного образа и стимулирование к покупке.

Реклама — это образ, который возникает у потребителя в результате воздействия на его органы чувств, отображающий отдельные свойства и характеристики рекламируемого продукта. Целенаправленно сформированные образы, в которых скрыто сообщение для потребителя, на подсознательном уровне способны влиять на решения человека, воздействуя на мотивационную структуру личности. Таким образом, рекламное сообщение формирует потребности индивида различного уровня, провоцируя возникновение различного рода предпочтений, определяя поведение индивида. К примеру, приверженность к определенным брендам, из-за необходимости создать благоприятное впечатление о себе, получить высокую

социальную оценку от авторитетных для них людей. Удовлетворение потребности в признании достигается с помощью товаров, которые покупает потребитель, создавая свой уникальный образ, поддерживающий престиж и социальный статус.

Реклама способна стимулировать психологическое ощущение дефицита предметов потребления, формировать ценность товаров или услуг, в которых возможно у потребителя нет потребности. Кроме того, что реклама стремится побудить потребителя к покупке, но она также способна и формировать положительные массовые тенденции, например, такие как здоровый образ жизни, социальная ответственность граждан и т.д.

Современная реклама воздействует таким образом, чтобы индивид вел себя определенным образом, покупал определенную продукцию, существовал по определенным эталонам и образцам и следовал определенным стилям жизни, диктуемым рекламой. Реклама — своего рода средства стратификации общества — показывая обществу, что можно считать показателем богатства и роскоши, что престижно, что эпатажно, что выделяет человека из толпы — маркером стратификации будет выступать вещь, подаваемая рекламным сообщением.

Понимание процессов, происходящих в индивиде при считывании рекламных образов, в условиях повышенной конкуренции дает ряд преимуществ компании в управлении потребительским спросом и формировании потребительских предпочтений, но также и возлагает огромную ответственность в условиях возрастающего ресурсного дефицита и общемирового экологического кризиса, формируя «общество потребления».

Итак, можно сказать о том, что, привнося в жизнь общества новые модели потребления, стереотипы и нормы, реклама трансформирует систему ценностных установок и формирует покупателя нового поколения. Соответственно способы социального поведения постепенно станут меняться и закрепятся институционально. Реклама выступает частью социокультурного пространства, впитывая в себя все достижения культуры прошлого и настоящего, и во все возрастающей степени формируя бытовую и массовую культуру глобального социума в современной и будущих перспективах.

Ввиду значимости и всемасштабности такого инструмента, как реклама, сегодня наиболее остро стоит проблема безопасности воздействия рекламы на личность. Рост предложения товаров, услуг привел к большому числу компаний, борющихся за потребителя, наполняющих информационное пространство различными сообщениями. Высокая конкуренция рекламодателей способствовала привлечению и использованию различных манипулятивных приемов, способных изменять психические состояния и психологические характеристики индивида, модифицировать его поведение, формировать установки, создавать мнимое представление свободного выбора. Борьба за внимание покупателя способствовала развитию и совершенствованию манипулятивных

приемов, применяемых в рекламе, посредством которых эффективно достигается заданная цель рекламного сообщения. Такая реклама способна нести угрозу как индивиду, так и социуму, подвергая изменению ценностных установок и ориентиров.

Как отмечает Е.Е. Пронина, «психологическую опасность представляют воздействия, блокирующие способность человека к адекватному реагированию на жизненные обстоятельства, подрывающие его способность

к анализу информации и осознанному выбору, снижающие сопротивляемость внешнему давлению, лишаящие человека чувства индивидуальности, личностной целостности».

Поэтому в настоящее время остро стоит задача формирования и утверждения на общемировом уровне единых методов защиты от негативного манипулятивного воздействия рекламы на психическую составляющую индивида, а также общественного сознания в целом.

Литература:

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N38-ФЗ // Собрание законодательства РФ. — 20.03.2006. — № 12. — Ст. 1232.
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Д. Основы маркетинга/Пер. с англ. А. Назаренко, А. Свирид. — М.: Альпина Паблишер, 2014. — 752 с.
3. Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniyum.com>]. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/19925.
4. Теплов Б.М. Психология. — М., 1938. (6-е изд. 1953)

Интернет-реклама как инструмент продвижения компании по производству видеоконтента

Сарайкин Илья Валерьевич, студент магистратуры;

Научный руководитель: Пратусевич Виктор Роальдович, кандидат физико-математических наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье рассматриваются результаты проведенного автором исследования в сфере интернет-рекламы. Был произведен полный цикл реализации рекламной кампании в данной сфере, также были рассчитаны показатели и продемонстрированы результаты.

В настоящее время в эпоху бурного развития информационно-коммуникационных технологий все больше компаний уделяют внимание такому виду маркетинга как интернет — маркетинг. Все сложнее становится «быть на виду» и выделяться среди конкурентов, если компания или организация не имеет своего отображения в сети Интернет, то есть не имеет собственного сайта или лендинга, группы Вконтакте или аккаунта в Инстаграм. Создание и продвижения сайта способствует привлечению клиентов, что впоследствии увеличивает оборот и выручку компании [1].

Контекстная реклама работает по следующему принципу: поисковая система получает запрос от пользователя в поисковую строку, затем на основе программных алгоритмов показывает наиболее релевантные объявления. Одним из главных условий показа объявления — совпадение поискового запроса с ключевым словом. Самыми популярными системами контекстной рекламы являются Яндекс.Директ и Google Adwords.

Пользователь может перейти по одному из этих объявлений, затем попадает на посадочную страницу, где ему

демонстрируется информация о каком-либо продукте или услуге.

В рамках проведенного исследования была рассмотрена компания по производству видеоконтента «Infinity film production», которая ранее не продвигалась в интернет-среде. Задачей данного исследования было разработать продающую посадочную страницу, затем запустить на нее трафик, используя инструменты контекстной рекламы.

Перед тем как, начать работу над проектом создания и продвижения какого-либо товара или услуги требуется:

1. Изучить продукт, то есть понять, как он производится, какие его составные части.
2. Понять целевую аудиторию потребителей
3. Провести анализ конкурентов, то есть понять их технологию, понять их уникальное торговое предложение, стоимость их услуг
4. Проанализировать результаты исследований
5. Предложить гипотезу продвижения продукта или услуги.

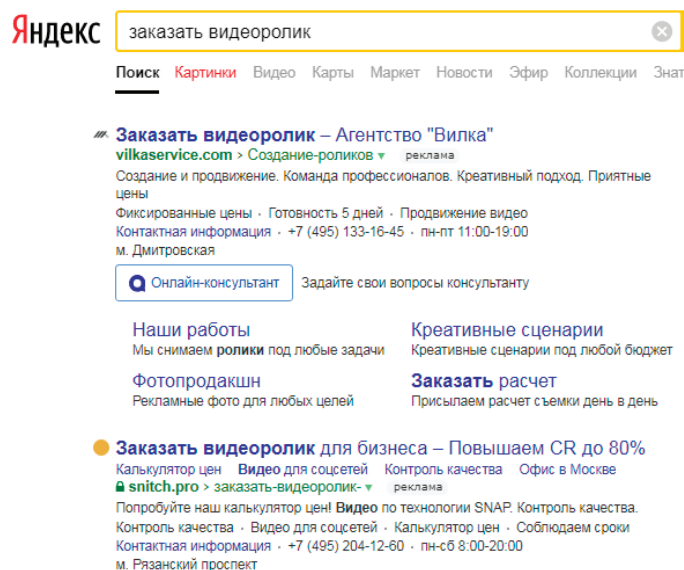


Рис 1. Контекстная реклама в Яндекс

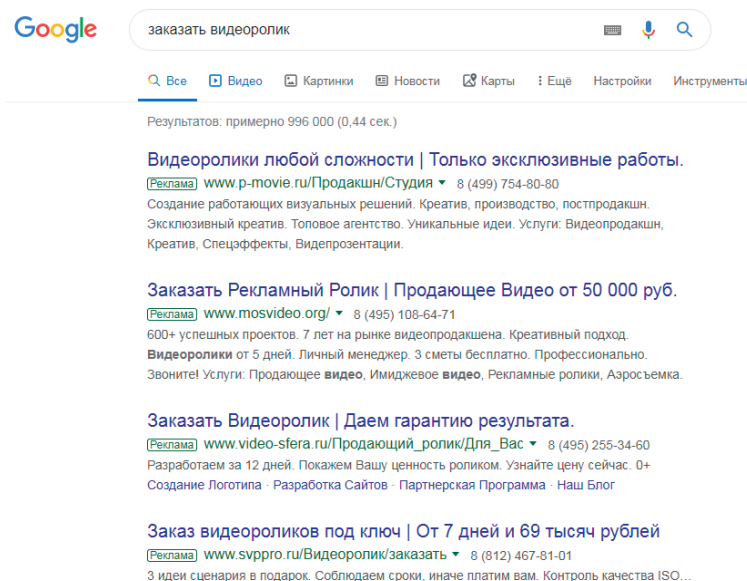


Рис 2. Контекстная реклама в Google

Для того, чтобы сформировать УТП, а также сделать посадочную страницу максимально конверсионной, требуется понять целевую аудиторию [2]. Нужно понять возраст потенциального клиента, уровень дохода, на что клиент в первую очередь обращает внимание, а также другие отличительные черты. Основная задача — понять, как мыслит потенциальный покупатель. Далее на основе собранной информации начинать проектировать посадочную страницу, с учетом всех пунктов, которые упомянуты выше.

В процессе исследования выделили следующие целевые аудитории:

1. Люди 30–35 лет, которые готовятся к мероприятию, ищут видеооператора на их торжество. Уровень до-

хода от 80 тыс. руб. Для них важна адекватная цена, которые сроки и качество видео.

2. Компании, им требуется видеоролик о компании, который подчеркнет их преимущества и повысит доверие клиентов. Ролик будет размещен на сайте компании. Для данной целевой аудитории важно наличие успешных кейсов, а также отзывы клиентов из предыдущего опыта.

Рассмотрим структуру посадочной страницы: главный экран, это первый блок, на который попадает пользователь. Для того, чтобы потенциальный клиент стал дальше изучать содержание страницы, он должен понять, что попал на релевантный сайт. Мы рассматриваем пример, когда пользователь интересуется созданием видеоролика

для его организации. На главном экране он видит логотип «Infinity film production», что дает ему понять, что данным сайте предлагают услуги по созданию видеороликов, и видит заголовок «Производство видеороликов

«под ключ». Также ему предлагается оставить свои контактные данные. В рамках данного исследования была создана посадочная страница и настроена рекламная кампания в системе Яндекс.Директ.

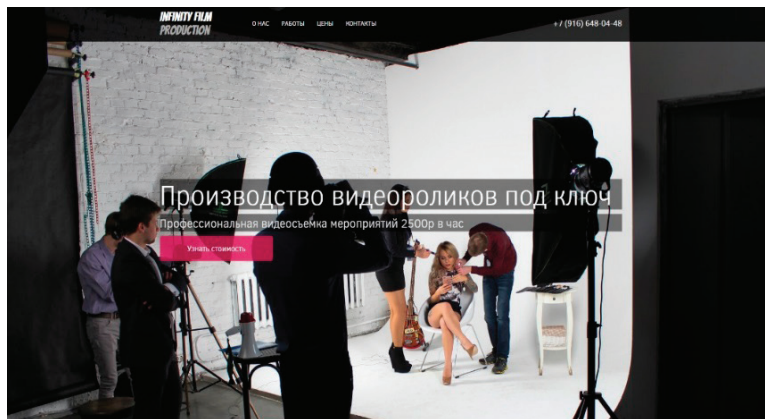


Рис. 3. Блок посадочной страницы сайта www.ifilm.ru

Ключевые слова, которые использовались в рекламных кампаниях: видеосъемка мероприятий, видеоролик для сайта, заказать видеооператора, видеосъемка цена, видеооператор Москва, заказать видеомонтаж, корпоративный ролик, видеосъемка праздников, услуги видеосъемки, видеосъемка свадьбы цена, видеосъемка бизнес-центров, видеосъемка стоимость, видеосъемка организаций, видеосъемка обзоров, видеосъемка клипов, видеосъемка мастер классов, видеосъемка выставки, видеосъемка Москва, видеосъемка лекций, видеосъемка семинаров, видеосъемка корпоративного фильма, съемка

интервью, заказать репортаж, заказать видеоролик, видеосъемка тренингов, видеоролик о компании, профессиональная видеосъемка, презентационный ролик.

Настройки, которые были использованы в рекламных кампаниях:

1. Реклама только в поисковой выдаче
2. Регион: Москва
3. Время показа: с 10:00 до 21:00
4. Ключевые слова использовались с оператором точного соответствия, что позволяет точно попадать с целевую аудиторию

Заказать видеосъемку Москва | Операторы, которые не подведут

Реклама ifilm-prod.ru/видеосъемка/Москва 8 (499) 399-34-98

Чистая картинка, качественный звук, профессиональный монтаж, короткие сроки, договор. Снимали для РЖД, Летуаль, Zenco Plasma. Бесплатная консультация режиссера. Звоните! 4K видеосъемка · Гибкие цены · Топовое оборудование · Учитываем пожелания

О нас

Наши преимущества на сайте

Прайс-лист

Стоимость наших услуг на сайте

Портфолио

Примеры наших работ на сайте

Связаться с нами

Наши контакты на сайте

Рис. 4. Объявление студии «Infinity film production» в Google Adwords

Видеосъемка мероприятий – Акция!

Наши работы · Преимущества · Узнать стоимость · Наши контакты

infinityfilm-prod.ru **Реклама**

Профессиональная видеосъемка Москва! Цена 2500 руб в час! Звоните!

Full HD видеосъемка · Качественный монтаж · Гарантия результата

Контактная информация · +7 (495) 369-07-36 · Пн-пт 9:00-21:00, сб-вс 10:00-18:00 · м. · Москва

Рис. 5. Объявление студии «Infinity film production» в Яндекс.Директ

Рассмотрим результаты, которые мы получили после проведения рекламной кампании. Рекламная кампания работала 1 месяц. За это время было 3750 показов, 300 кликов по объявлению, стоимость клика 75 рублей, 60 заявок. Также для того, чтобы рассчитать и оценить показатели эффективности, требуется конверсия сайта, её мы рассчитаем путем деления количества полученных заявок на количество кликов, получим 20%.

Расчетные показатели:

1. CTR — 8% (кликабельность объявления)

Литература:

1. Белоусов А. А., Королёв Н. Ю. Все о заработке в интернете; Издательство «АСТ» — М., 2014. — 288 с
2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М — М., 2015. — 270 с.
3. Бабаев А. Контекстная реклама: учебник. — Издательский дом «Питер», 2013.
4. Данилина М. В., Дейнекин Т. В. Инструментарий интернет-маркетинга и его значение в современной экономике // Интернет-журнал Науковедение. — 2014. — № . 6 (25).
5. Кирпичева М. А., Магомедова Г. М. Особенности разработки рекламной кампании в Интернете // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. — 2015. — № . 4—1. — С. 153—158.

2. CPA — 375 р (стоимость заявки)
3. CPO — 3750 р (стоимость клиента)
4. ROI — 350% (возврат инвестиций в рекламу)

Исходя из полученных результатов, можем сделать вывод о том, что наши рекламных компании сработали в плюс, так как возврат инвестиций составляет 350%. Также для оптимизации рекламных кампаний и сокращению расходов необходимо повышать показатель CTR и сокращать показатель CPO, это можно реализовать путем улучшений как посадочной страницы, так и рекламных кампаний.

Разработка стратегии развития предприятия

Троенко Владислав Олегович, студент

Ростовский государственный экономический университет «РИНХ» (г. Ростов-на-Дону)

В данной статье рассмотрено понятие «стратегия», процесс разработки стратегии для предприятия, значимость миссии и цели для развития компании.

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития компании, функциональные стратегии.

Наличие большого количества факторов, оказывающих влияние на развитие компании, а также интенсивность изменения экономики и динамичность рынков требует от компании наличие долгосрочной стратегии развития. Стратегия, в первую очередь, должна оказывать влияние на управленческое поведение фирмы в долгосрочной перспективе. При грамотной реализации стратегии, компания имеет возможность быстро и эффективно реагировать на ситуации, происходящие при изменении внешней среды, вводить новый продукт и конкурировать на протяжении длительного времени.

Стратегия предприятия представляет из себя комплекс используемых управленческих и организационных подходов, направленные на достижение долгосрочных целей. Разработка стратегии компании основывается на общих правилах, которые отвечают за порядок действий для достижения долгосрочных целей компании. На практике эти принципы преобразуются в такие правила, как:

1. Правила оценки результатов эффективности деятельности компании в текущий момент времени и в перспективе: качественный аспект является ориентиром, а количественное наполнение — плановым заданием;

2. Правила поведения компании с внешним рынком, процесс выпуска и реализации продукта, методов по наращиванию превосходства над конкурентами.

3. Правила регламентации процессов и установления отношений в компании.

4. Правила по осуществлению оперативной деятельности, систематизирующие приемы и технологии ее осуществления.

Экономисты выделяют несколько методов успешного развития фирмы за счет стратегии. Согласно Потеру М. фундаментом успешного развития компании является лидерства по снижению издержек, стратегия фокусирования и дифференциации. Стоит учесть и другие подходы: стратегия роста, стратегия стабильности, стратегия сокращения, уровень корпоративной стратегии, уровень бизнес-стратегий, уровень функциональных стратегий, стратегии сокращения, стратегии дифференцированного роста, стратегии расширения и концентрированного роста.

Как видно, выделяют несколько типов стратегий развития предприятия и каждая из них применяется на практике в зависимости от рыночных факторов, от уровня кон-

курентоспособности, от жизненного цикла товара, от возможностей развития предприятия, от отрасли, а также от управленческих решений. Компании стоит поставить для себя четкие цели и определиться с приоритетами выполнения поставленных задач, а также необходимо обеспечить ее нужными ресурсными и финансовыми возможностями. Затем необходимо донести план стратегии компании до кадрового состава и определиться при каких условиях возможно ее использование. Высшему звену фирмы необходимо разработать метод управления при котором будут учитываться интенсивность изменений на рынке, а также факторы нивелирования и устранения рисков. Советский философ Попович А. М. утверждает, что в условиях высокой конкурентности и нестабильности на рынке все стратегии развития предприятия необходимо задействовать в комплексе, что позволит ей учесть все факторы, оказывающих влияние на формировании стратегии. Ресурсный подход способен дать оценку компании о ее располагаемых ресурсах для осуществления входов в бизнес-процесс, а теория заинтересованных сторон дает возможность компании оценить свои выходы в ходе своей деятельности для рынка или заинтересованных лиц. Объединение ресурсного подхода и теории заинтересованных сторон можно осуществить в таких направлениях как: взаимодействие текущих и главных принципов для исполнения мероприятий в рамках корпоративной социальной ответственности, а также обнаружение единой основы формирования главных компетенций и возможность принимать во внимание интересы заинтересованных сторон.

При разработке стратегии развития компании необходимо учесть следующие этапы: имеющие возможности и угрозы, потенциал компании, эндогенные и экзогенные факторы, стратегию направления, основные цели и миссии компании.

Любая разработка стратегии компании начинается со стратегического анализа, которая включается в себя процесс изучения эндогенных и экзогенных факторов. Все что генерируется внешней средой относят к экзогенным факторам макро и микроуровней. Макросреда включает такие факторы влияния как: природно-географические, климатические, правовые, общеэкономические, социально-демографические, региональные и технологические. Данная группа факторов учитывается в том случае, когда компании необходимо провести PEST-анализ. К элементам микросреды относят: трудовые и материальные ресурсы, рынок сбыта продукции, поставщики ресурсов, конкуренты, потребители и капитал. Для того чтобы проанализировать микросреду можно воспользоваться моделью Портера М «Пять сил конкуренции» — существующие и новые конкуренты, наличие товаров-заменителей и возможные последствия от них, отношения компании с поставщиками, а также воздействие покупателей. Выделяют еще два типа анализа стратегических групп:

1. ADL — метод оценки жизненного цикла отрасли с учетом конкурентной позиции компании.
2. КФУ — определение ключевых факторов успеха.

К эндогенным факторам относят те факторы предприятия, которые сдерживают ее развитие. Это может быть: организационная культура, маркетинг, финансовые средства, производство и персонал компании. После того как фирма проанализировала свои эндогенные и экзогенные факторы, дающая ей возможность узнать зависимость внутренней и внешней среды, то ей необходимо свои результаты обобщить в SWOT-анализе.

При составлении SWOT-анализа компания должна учитывать объект анализа, проанализировать свои преимущества и недостатки с точки зрения поставленной цели, выявить возможные угрозы и имеющиеся возможности у нее, выделить критерии по запуске стратегии в той или иной ситуации, должна вносить изменения в формулировки стратегии по мере изменчивости ситуации, учитывать временные и финансовые рамки при запуске стратегии. Для того чтобы SWOT-анализ был наиболее точен, компании необходимо подкрепить его количественными показателями. Благодаря грамотно составленному SWOT-анализу, предприятие может рассчитывать на успешную стратегию, которая способна увеличить не только финансовые показатели, но и конкурентоспособность на рынке сбыта.

После того как компания провела SWOT-анализ, ей необходимо конкретизировать свои действия по стратегии развития, зафиксировать поставленные цели и в случае необходимости вносить изменения в них. Стратегия компании должна отражать основные направления по развитию предприятия. При осуществлении своей деятельности у компании вырабатывается своя манера поведения в борьбе с конкурентами, открывает для себя новые способы производства, принимает участие в ценовой и инвестиционной политике. Успешный план развития любой компании должен быть актуальным в течении длительного периода и должен уметь подстраиваться под гибкость современного рынка. Именно план дает понимание будущего развития предприятия, формирует последовательные шаги действия и при необходимости требует корректировок для достижения поставленных целей в условиях изменчивости рыночной среды. Так же у любой компании присутствует миссия, то есть через нее можно понять смысл и цель ее существования. Миссия компании выступает управляющим звеном стратегии, описывает ключевые характеристики ее работы, отражает задачи руководящего звена и характеризует ее основные направления, приоритеты и ценности.

Миссия выполняют свою роль только в том случае, когда предприятие имеет свои цели и задачи. Если же этого нет, то компания никак не развивается, а все ее стратегии не несут ключевой роли. Для определения целей и задач в менеджменте используют систему SMART (S — конкретность, M — измеримость, A — достижимость, R — уместность, T — ограниченность во времени). Благодаря этой системе компания определяет то что ей необходимо достичь, в чем будет измеряться результат ее действия, за счет чего она сможет достигнуть постав-

ленной цели, сможет понять действительно ли ей необходимо выполнить ту или иную задачу для достижения цели, определяет промежуток времени при котором она сможет достичь поставленную цель.

Немаловажную роль на предприятии играет ее финансовая стратегия, которая направлена на улучшение финансового состояния компании при распределении ее денежных средств. За финансовую стратегию и ее реализацию отвечает HR-директор. Он же, в свою очередь, отвечает за подбор персонала компании, определяет работу подчиненных ему отделов. Подбор персонала несет важную значимость для деятельности компании, поскольку сотрудники компании является носителями умений, идей и знаний. При составлении маркетинговой стратегии компания ориентируется на изучение потребностей потребителя, изучает особенности рынка, выявляет способы по минимизации издержек и оптими-

зации использования имеющихся ресурсов, использует новые стандарты для улучшения качества выпускаемой продукции. Стратегия НИОКР занимается разработкой и внедрений новых технологий или инноваций в систему производства продукции для повышения уровня конкурентоспособности компании на рынке.

Подводя итог, хочется отметить, что при разработке стратегии предприятия прибегают к стратегическому анализу, определяют последовательность действий и направления развития. Стратегия должна включать в себя такие элементы, как: достоинства предприятия по отношению к конкурентам, внутреннее развитие предприятия, проблемы и возможности развития на внешнем уровне, видение деятельности компании в будущем, цели и миссии компании, а также включать функциональные стратегии (производственная, маркетинговая, финансовая и стратегия НИОКР).

Литература:

1. Баринов В.А. Экономика фирмы: стратегическое планирование. — М.: КНОРУС, 2015. — 97 с.
2. Болотов С.П. Разработка стратегии предприятия: Учеб. пособие. — СПб.: Нева, 2018. — 129 с.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарики, 2008. — 112 с.
4. Зайцев Л. Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: Учебник. — М.: Экономистъ, 2018. — 187 с.
5. Захаров В.Я. Стратегические аспекты экономического развития. Концепции стратегического управления. — Н. Новгород.: Лик, 2018. — 75 с.
6. Сухарев О.С. Стратегия эффективного развития фирмы: учебник для студ. Вузов. — М.: Экзамен, 2016. — 287с.
7. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. — 4-е изд., перераб. и доп. М.: Дело 2017. — 448 с.

СОЦИОЛОГИЯ

Социальная политика Российской Федерации

Шубина Анастасия Александровна, студент
Курский государственный университет

В статье анализируется социальная политика Российской Федерации в условиях современного развития государства. Рассмотрено определение социальной политики с разных точек зрения. Раскрыты основные показатели результативности социальной политики, в первую очередь уровень и качество жизни населения. Социальная политика реализуется в интересах всех категорий граждан, она направлена на устранение противоречий между различными интересами различных субъектов, настоящими и будущими интересами общества.

Ключевые слова: социальная политика государства, направления социальной политики, Конституция РФ.

Социальная политика государства — политика, направленная на изменение уровня и качества жизни населения, на смягчение противоречий между участниками рыночной экономики и предотвращение социальных конфликтов на экономической почве. С точки зрения функционирования экономической системы она играет двоякую роль. Во-первых, по мере экономического роста, накопления национального богатства создание благоприятных условий для граждан становится главной целью экономической деятельности, в этом смысле в социальной политике концентрируются цели экономического роста. Но она же является и фактором экономического роста: если экономический рост не сопровождается ростом благосостояния, то люди утрачивают стимулы к эффективной экономической деятельности. Одновременно, чем выше достигнутая ступень экономического развития, тем выше требования к людям, обеспечивающим экономический рост, их знаниям, культуре, физическому и нравственному развитию, что требует дальнейшего развития социальной сферы.

В социальной сфере господствующее положение занимает государственный сектор, масштабы которого определяют и масштабы социальной политики. Расширенная социальная политика означает общедоступность социальных программ, универсальность социальных выплат, всеобъемлющий характер перераспределительной деятельности государства. Ограничительная социальная политика означает сведение ее к минимуму, к функции дополнять традиционные институты социальной сферы.

В условиях современного развития государства неотъемлемое значение имеет социальная политика, которая способствует полноценному развитию и становлению общества. В основе данного определения необходимо вы-

делять особым образом социальное развитие общества, которое строится посредством развития и проведения социальных реформ на всех уровнях власти.

Показателем результативности социальной политики является уровень и качество жизни населения. Жизненный уровень населения — совокупность показателей, характеризующих уровень материального потребления населения, например потребление продуктов на душу населения, обеспеченность этими продуктами в расчете на одну семью или на 100 семей, структура потребления.

Россия имеет собственную социальную политику, которая имеет свою особенность, она направлена в первую очередь на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Рассмотрим основные направления, которые являются приоритетными в развитии социальной политики Российской Федерации.

В Российской Федерации, в первую очередь, под охрану берутся труд и здоровье людей, во-вторых, устанавливается гарантированный минимальный размер оплаты труда (МРОТ), в-третьих, проводится государственная поддержка семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан, а также социально незащищенных слоев населения, развивается система социальных служб, устанавливаются государственные пенсии, пособия и иные гарантии социальной защиты. Основные направления реализации социальной политики заложены в Конституции Российской Федерации и определены в первых статьях документа.

Социальная политика государства реализуется в интересах всех граждан, проживающих на территории страны. Она направлена на устранение противоречий между различными интересами различных субъектов, настоящими и будущими интересами общества.

Таким образом, государственная социальная политика направлена на обеспечение населения социальными услугами, на содержание и развитие социальной сферы образования, поддержку материнства, детства и отцовства, защиту интересов незащищенных слоев населения, в том числе инвалидов, сирот, развитие спорта и популяризацию здорового образа жизни и про-

должительности жизни населения. Государственная социальная политика строится в русле социальной политики и во взаимодействии с органами государственной власти. Социальная политика осуществляется через интересы людей и выступает как управление интересами общества, основа которой закладывается в Конституции РФ.

Литература:

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N6-ФКЗ, от 30.12.2008 N7-ФКЗ) Аверин А. Н. Социальная политика федеральных органов государственной власти. М.: Инфра, 2018. — 456 с.
2. Алексеев Ю. П., Берестова Л. И., Бобков В. Н. Социальная политика: Учебник для вузов / Под ред. Волгина Н. А. — М.: Экзамен, 2017. — 736 с.
3. Ахинов Г. А., Калашников С. В. Социальная политика: Учебное пособие. — М.: Инфра-М, 2017. — 524 с.

ПСИХОЛОГИЯ

Семейные ценности глазами людей, состоящих и не состоящих в браке

Рыбакова Катерина Викторовна, студент;
Стародубец Ольга Дмитриевна, кандидат психологических наук, доцент
Амурский государственный университет (г. Благовещенск)

В настоящее время семья является социальным институтом, который переживает серьезную трансформацию. Несмотря на это семья остается основным источником формирования личности, ценностных ориентиров, критериев оценки. Именно поэтому современные исследования, посвященные вопросам семьи, являются наиболее ценными для развития общества.

Схожесть взглядов на семейные ценности во многом влияет на продолжительность и удовлетворенность браком. Исследованию семейных ценностей посвящены работы зарубежных и отечественных ученых (Гегель, И. Кант, О. И. Волжина, Г. А. Горбова, О. Н. Шлычкова). Исследование семейных ценностей в сфере родства отражено в трудах Ю. А. Гаспарян, И. О. Кона, М. Г. Панкратовой и др.; в сфере родительства — В. В. Бойко, Н. Л. Пушкаревой, Г. Г. Филипповой; в сфере семейно-брачных ролей — М. Ю. Арутюнян, О. М. Здравомысловой, З. А. Янковой и др.). [1]

Социолог Эмиль Дюркгейм в своих работах также прибегал к исследованию семейных ценностей. Он анализировал их роли в жизни общества. Так как семья — это система, то ценности являются обязательным компонентом для сохранения равновесия этой системы. Семейные ценности — это культивирующая в обществе совокупность представлений о семье, которая помогает определить семейные цели и способы организации жизнедеятельности и взаимоотношений семьи. Совокупность семейных ценностей складывается, в первую очередь, из общечеловеческих ценностей. К таким ценностям можно отнести здоровье, свободу личности, красоту, время, мир и т. д. [3]

Существует множество классификаций семейных ценностей. Например, отечественный ученый И. С. Кон предлагает следующую классификацию:

1. Ценности супружества;
2. Ценности, связанные с демократизацией отношений в семье;
3. Ценности родительства, воспитания детей;
4. Ценности родительских связей;
5. Ценности, связанные с саморазвитием;

6. Ценности внутрисемейной коммуникации;
7. Ценности профессиональной занятости. [2]

На основе одной из таких классификаций С. С. Носов разработал анкету «Семейные ценности», которая направлена на выявление наиболее значимых ценностей семейной жизни.

В исследовании приняли участие 52 респондента: из них 26 женщин и 26 мужчин соответственно. Выборку удалось разделить на несколько групп, в которых можно рассмотреть разницу в воззрениях людей на семейные ценности. Мужскую и женскую группы удалось разделить еще на две соответственно. Так мужчины разделились на тех, кто находится в браке и тех, кто не женат, но имеет отношения на стадии романтических ухаживаний. Группа женщин была разделена по такому же принципу. Возрастной диапазон респондентов от 19 до 30-ти лет. Длительность любовных отношений всех пар варьировалась от 9-ти месяцев до 10-ти лет.

Первую группу представили пары, находящиеся в любовных отношениях без регистрации брака. Для всех респондентов этой группы самыми важными ценностями оказались духовные, такие как: искренность и общение. Нежность, как ценность, всегда располагалась в середине списка. Таким образом воззрения молодых людей на самые важные ценности одинаковы. Что касается незначимых ценностей, то в 100% случаев молодые люди указывали на финансы. Их мнения разделились лишь в таких ценностях как восхищение и секс. Для большинства женщин — 76,9%, восхищение стало самой неважной ценностью, а мужчины в 100% случаев. Для 23,1% женщин этой части выборки секс оказался самым неважным, в то время как для абсолютного большинства мужчин эта ценность располагалась в середине списка.

Вторую группу представили пары, находящиеся в браке. Как для мужчин, так и для женщин лидирующей ценностью в семейных отношениях стали финансы. Мнения разошлись в случае с сексуальными отношениями. 84,7% мужчин указали секс как одну из важнейших ценностей семейной жизни, в то же время для

женщин эта ценность располагалась в середине списка. Мнения о незначимых ценностях разделились. Для всех мужчин и 30,7% женщин незначимой оказалась искренность. Но женщины наряду с этой ценностью выделили еще привлекательность, восхищение и работу по дому.

Респонденты, находящиеся в браке, так же как и респонденты, находящиеся в любовных отношениях без регистрации брака, в большинстве случаев сходились во мнениях.

Третью группу представили мужчины. Для 76,9% неженатых мужчин самыми важными ценностями оказались: общение, искренность, нежность. Для остальных 13,1%: нежность, общение и привлекательность. Такие ценности как секс и отдых в 100% случаев занимали средние позиции. Самыми неважными ценностями у 100% мужчин оказались финансы и восхищение. У женатых мужчин сложилась другая картина. Самыми важными ценностями для 69,4% женатых мужчин стали: финансы, секс и нежность. Для 15,3% — финансы, общение и секс. Для других 15,3% — общение, отдых, финансы. В 100% случаев совместный отдых и искренность стали самыми незначительными ценностями.

Из приведенных данных можно сделать вывод о том, что взгляды женатых и неженатых мужчин на семейные ценности значительно отличаются. Для неженатых мужчин самыми важными аспектами являются духовные составляющие. Для женатых мужчин важными оказа-

лись более материальные ценности. Также можно отметить, что такая ценность как финансы для первой группы мужчин оказалась самой неважной, а для второй всегда находилась в тройке самых значимых ценностей.

Четвертую группу представили женщины. Для 100% незамужних женщин самой важной ценностью оказалась искренность. Для 53,8% такие ценности как: общение и посвященность семье так же оказались одними из важных. А для второй половины самыми важными были названы общение и секс. Восхищение, финансы, работа по дому в 76,9% случаев стали самыми неважными ценностями, а в 23,1% — секс, финансы и посвященность. Самыми важными ценностями для замужних женщин оказались отдых, общение и финансы. Что касается самых незначительных ценностей, то мнения женщин разделились следующим образом. Для 30,7% замужних женщин таковыми ценностями оказались искренность и привлекательность. Для 46,1% восхищение стало неважной ценностью. И работа по дому оказалась неважной ценностью для 23,2% женщин.

Для группы женщин можно сделать вывод о том, что общение для тех и других женщин является основополагающей ценностью в семье. Самыми неважными для большинства женщин стали восхищение и работа по дому.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что представления замужних и незамужних женщин не так сильно отличаются, как в случае с мужчинами.

Литература:

1. Абаюкова, А. Б. Ценности семьи: социально философский аспект // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по матер. X междунар. науч.—практ. конф. — Новосибирск: СибАК, 2012.
2. Даусон, А.Д., Утёмов, В.В. «Формирование семейных ценностей у детей старшего дошкольного возраста». — Киров, 2016 г.
3. Научный журнал «КубГАУ» № 96 (2). — 2004 г.

Использование методики Strength Deployment Inventory (SDI) в разрешении конфликтных ситуаций в коллективе

Смирнова Екатерина Александровна, студент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Статья посвящена рассмотрению использования методики SDI в качестве инструмента разрешения конфликтов в коллективе. В статье приведены результаты эмпирического исследования, на основе которого сделаны выводы о целесообразности использования данной методики в урегулировании организационных конфликтов.

Ключевые слова: конфликт, управление конфликтом, эмоциональная компетентность, мотивация, Strength Deployment Inventory, SDI.

This article is devoted to the consideration of SDI methodology as a tool for resolving conflicts in a team. The article presents the results of empirical research, which allowed to make conclusions about the feasibility of using these techniques in resolving organizational conflicts.

Keywords: *conflict, conflict management, emotional competence, motivation, Strength Deployment Inventory (SDI).*

В современном мире в условиях экономической модернизации и повышения в обществе уровня социальной напряженности формирование новых технологий управления конфликтами в организации становится объективной необходимостью.

Несмотря на то, что конфликты в организациях считаются естественным и даже необходимым явлением, большинство работников ожидаемо предпочитают работать в положительном социально-психологическом климате, с дружественной и благоприятной атмосферой. Считается, что значительное влияние на удовлетворенность трудом сотрудников компании оказывает отсутствие деструктивных конфликтов в организации. [1]

Целью исследования является обоснование оправданности использования методики Strength Deployment Inventory (SDI) в урегулировании организационных конфликтов.

Объект исследования — способы разрешения конфликтов в организации.

Предмет исследования — конфликтные ситуации в организации.

Для достижения цели были выдвинуты следующие задачи:

- провести эмпирическое исследование причин возникновения конфликтных ситуаций на примере российского подразделения международной компании PricewaterhouseCoopers;
- обосновать применимость методики SDI в урегулировании организационных конфликтов.

Для решения поставленных задач использовался метод сбора, анализа и систематизации информации, а также метод анкетирования.

В исследовании приняли участие 53 сотрудника российского подразделения компании PricewaterhouseCoopers (PwC), из них 34 женщины и 19 мужчин. Уровни должностей респондентов: специалист (Associate), старший специалист (Senior Associate), менеджер (Manager) и старший менеджер (Senior Manager). Возраст респондентов: от 23 до 35 лет.

В ходе исследования было выявлено, что по частоте появления 83% конфликтов в PwC относятся к внутригрупповым, а оставшиеся 17% — к межгрупповым (рисунок 1).

Результаты анкетирования, направленного на выявление основных типов внутригрупповых конфликтов в организации, приведены на рисунке 2.

По результатам исследования можно видеть, что наибольший удельный вес имеют конфликты между руководителем и подчиненным — на это указали 59% ответивших. На втором месте конфликты между членами группы — 26% ответов. Следующий тип конфликтов — функционально-ролевые, на что указали ответы 15% респондентов.

На следующем этапе анкетирования были выявлены основные причины внутригрупповых конфликтов в организации (результаты представлены на рисунке 3).

Можно сделать вывод, что самой частой причиной возникновения конфликтных ситуаций являются неудовлетворительные коммуникации — на это указали ответы 49% респондентов. Неполная или неточная информация, отсутствие необходимой информации — это частая про-

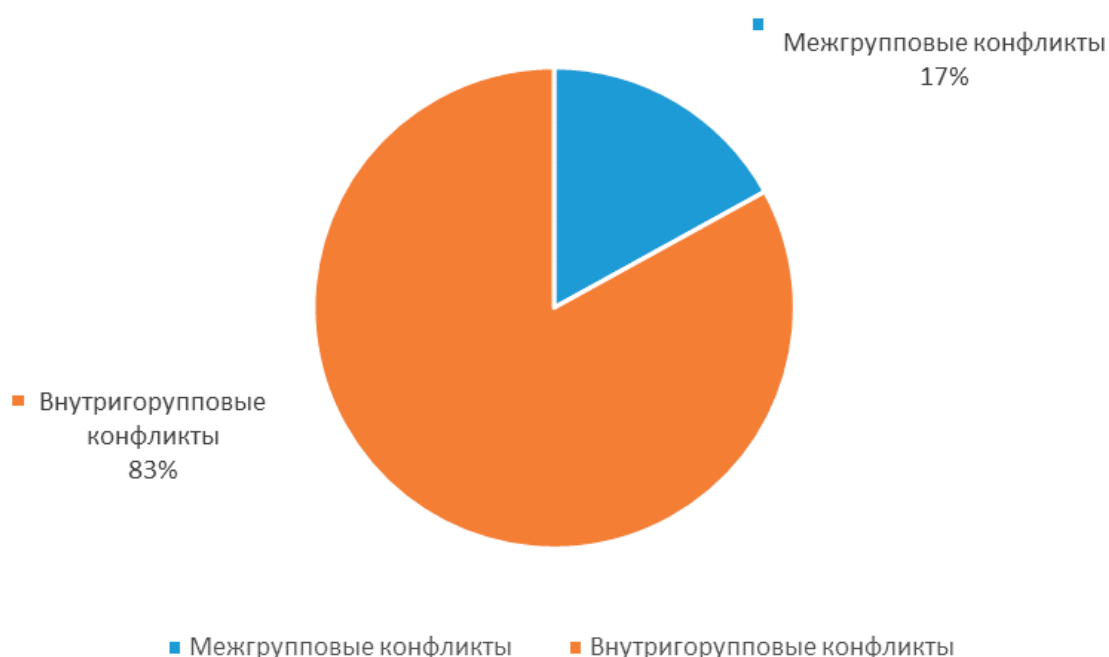


Рис. 1. Наиболее часто встречающиеся типы конфликтов в PwC



Рис. 2. Основные типы внутригрупповых конфликтных ситуаций в РвС



Рис. 3. Источники и причины возникновения конфликтов в организации

блема. Несовершенные каналы коммуникации зачастую выступают не только в качестве причины конфликта, но и как деструктивное следствие конфликта [2].

На втором месте — личностные особенности членов группы (их отметили 24% респондентов), и далее 19% у стиля руководства и 8% у ролевых неопределенностей.

Для профилактики и разрешения конфликтных ситуаций в организации предлагается использовать методику SDI (Strength Deployment Inventory). Это одна из уникальных методик для развития самоосознания и эмоцио-

нального интеллекта, основанная на теории построения отношений Э.Х. Портера. Методика разработана компанией Personal Strengths Publishing, Inc.

SDI с помощью набора эффективных инструментов дает возможность понять мотивы и ценности, стоящие за поведением человека, и на основе этого понимания управлять конфликтом.

Эта методика рассматривает мотивы — именно они управляют поведением людей и способами их взаимодействия с другими. В SDI выделено три основных положения [3]:

- поведение человека основано на намерении добиться личной значимости;
- поведение человека изменяется в условиях конфликта;
- личные фильтры влияют на наше восприятие себя и других людей.

С помощью распознавания мотивационных ценностей (личных и других людей) увеличиваются способности эффективного взаимодействия и решения конфликтов.

Типология мотиваций, предложенная в SDI:

- альтруистически-поддерживающая мотивация — забота о защите, росте и благополучии других;
- настойчивая-устремленная мотивация — забота о выполнении задания; организации людей, времени, денег и других ресурсов для достижения желаемых результатов;
- аналитически-независимая мотивация — забота о том, чтобы выполнение задания было тщательно продуманно, что поддерживается необходимым установленный порядок;
- гибкая-гармоничная мотивация — заинтересованность в гибком отношении, благополучии всей группы, многообразии и вовлеченности, сохранении целостности всей группы;
- настойчивая поддерживающая мотивация — забота о защите, росте и благополучии других путем обучения, поддержки, ведущих к выполнению задания, а также проявления лидерских способностей при достижении целей;
- рассудительно-соревновательная мотивация — заинтересован в рассудительном подходе, справедливости, лидерстве, порядке и честной конкуренции;

Литература:

1. Александрова Н. А. Удовлетворенность трудом как фактор снижения кадровых рисков // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. — Екатеринбург: Изд-во: Уральский государственный университет им. М. Горького, 2010. — С. 206–209.
2. Александрова Н. А., Галюк А. Д., Шестопалова О. Н. Социология. — Екатеринбург: УрГУПС, 2016. — 134 с.
3. TotalSDI: Strengths-Based Assessments [сайт]. URL: <https://totalsdi.com/>

Современные исследования личностных особенностей в аспекте признаков асимметрии

Фалеев Алексей Валентинович, кандидат технических наук, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет

В статье приведен краткий обзор результатов современных исследований, направленных на выявление связи устойчивых латеральных признаков с личностными особенностями. Высказано предположение, о направлениях дальнейших исследований связи между признаками латеральности испытуемых и их личностными особенностями.

Ключевые слова: латеральные признаки, личностные особенности, леворукость и праворукость, асимметрия зрения, двигательная асимметрия, асимметрия переплетения пальцев, асимметрия перекреста рук.

С древних времен было известно о предпочтении человека пользоваться в быту и в производственной деятельности какой-либо рукой. Людей, предпочитавших

— предусмотрительно-поддерживающая мотивация — забота об утверждении и развитии самодостаточности и самостоятельности для себя и других людей; заинтересован в продуманной и справедливой поддержке других людей.

Первые четыре типа являются основными. Оставшиеся три типа являются промежуточными.

Люди с разными типами мотиваций не всегда понимают друг друга из-за разницы в мотивах, отсюда возникают и недовольство коммуникациями, и неприятие личностных особенностей.

Сотрудники с разными типами мотивации будут при коммуникации использовать те слова и аргументы, которые удовлетворили бы их самих. На практике это часто приводит к возникновению конфликтных ситуаций, т.к. к каждому типу нужен свой подход. Используя SDI и руководствуясь особенностями взаимодействия с конкретным типом мотивации личности, можно повысить эффективность взаимодействия и значительно снизить количество возникающих в организации конфликтов.

В SDI подход заключается в том, чтобы помочь людям понять, как их мотивы управляют их поведением, как эти мотивы и поведение меняются в различных ситуациях и как лучше понять мотивы и поведение других. Это подход, который формирует эффективные команды и создает крепкие отношения.

На основании исследования можно сделать вывод, что применение SDI в разрешении организационных конфликтов является обоснованным.

преимущественно пользоваться правой рукой, называли правшами (праворуками), а предпочитавших пользоваться левой рукой — левшами (леворуками).

Такое очевидное разделение предпочтений использования ведущей руки привело к тому, что долгое время ученые обращали внимание преимущественно только на этот признак, т.е. на мануальную асимметрию — левую или праворукость, и изучали зависимость личностных особенностей от латерализации руки (т.е. «рукости»).

Исследования, проведенные в начале 1980-х годов психологами Мичиганского университета, позволили выявить некоторые особенности леворуких мужчин (возраст испытуемых 18–39 лет). Оказалось, что:

- их показатели по факторам «снижение уровня самоконтроля», «гнев», «страх», «общая эмоциональность» были достоверно выше, чем у праворуких мужчин;
- их показатели «адаптированность» и «уровень самоконтроля» по шкале «экстраверсия» опросника Айзенка были достоверно ниже, чем у праворуких мужчин.

Тогда же были выявлены особенности леворуких женщин. Оказалось, что:

- их показатели общей эмоциональности были достоверно выше, чем у праворуких женщин (возраст испытуемых 18–39 лет);
- их показатели «экстравертированность» по Айзенку были достоверно выше, чем у праворуких женщин (возраст испытуемых 40–70 лет).

В последующих исследованиях было установлено, что праворукие мужчины имеют показатели «нейротизма» достоверно ниже, чем леворукие и амбидекстры.

Похожие результаты были получены и другими исследователями.

Отечественные исследователи нашли интересную зависимость: оказалось, что левши достоверно ($p < 0,05$) чаще рождаются во второй половине года, причем весной дефицит рождения левшей особенно выражен по сравнению с другими временами года. Можно предположить, это объясняется тем, что зачатие детей, рожденных весной, происходит в благоприятный летний период.

В специальной литературе приводятся данные, которые свидетельствуют о том, что энурез с более высокой частотой обнаруживается у леворуких детей. Достоверно больше леворуких, чем праворуких, встречается среди умственно отсталых и среди возбудимых психопатических личностей, а также их родственников [3].

Отечественными учеными было проведено изучение больных, имеющих диагноз II стадия хронического алкоголизма. Относительный процент леворуких среди больных оказался почти в два больше, чем праворуких [4].

Проведенные исследования выявили, что чем больше у человека признаков леворукости, тем достоверно больше у него проявляются негативные эмоциональные самооценки личности [3].

Специалисты, изучающие распространенность различных заболеваний, установили, что леворукие достоверно чаще, чем в среднем по популяции, страдают такими заболеваниями как цветоаномалия, ревматоидный артрит, бронхиальная астма, аутизм, сахарный диабет, мигрени [5].

Исследования, проведенные среди школьников, показали, что среди неуспевающих преобладают леворукие дети или дети с признаками левшества, т.е. дети с преобладанием правого полушария. Эти дети были склонны к развитию невротических реакций, испытывали затруднения в общении и обучении, с трудом адаптировались к учебному процессу.

Зарубежные ученые провели интересное исследование, в котором выяснили, что леворукие по сравнению с праворукими больше проявляют такие качества, как художественность, артистизм, эмоциональность, что может влиять на выбор им профессии.

Видимо с этим связан установленный факт, что среди артистически одаренных лиц достоверно больше леворуких, по сравнению с их количеством в популяции.

Данные Национального Бюро экономических исследований США показали, что выпускники американских университетов, у которых более развита левая рука, зарабатывают на 13–21% больше, чем их праворукие сокурсники, а также чаще становятся высококлассными специалистами [5].

Показательно и то, что леворукие имеют более весомые достижения в некоторых видах спорта — в теннисе, в борьбе, боксе, футболе и других.

Ряд исследователей считают, что успешность левшей в спорте может объясняться их более быстрой реакцией, ведь реакция левши быстрее примерно на 7 мс, чем реакция правши.

Таким образом, обзор литературы позволяет сделать вывод о том, что данные о влиянии мануальной асимметрии на успешность в той или иной деятельности достаточно противоречивы. Психологи и педагоги призывают обратить пристальное внимание на проблему детей-левшей. Такие дети нуждаются в более предупредительном и заботливом к себе отношении не только со стороны родителей, но и со стороны преподавателей.

Исследователи высказывают разные мнения о выборе латеральных признаков для поиска взаимосвязи показателей асимметрии и особенностей психики человека.

Так в 1975 году А.П. Чуприков предложил классификацию профилей асимметрий, построенную на основе опросника, выявляющего асимметрию зрения, слуха, речи, рукости. Это позволило выделить восемь типов асимметрии.

В 1977 году В.М. Мосидзе с коллегами была предложена классификация, основанная на двух видах асимметрии — ведущий глаз и ведущая рука.

В 1986 году А.Б. Коганом и Г.А. Кураевым была предложена классификация по четырем типам испытуемых: 1) праворукие с ведущим правым глазом, 2) леворукие с ведущим левым глазом, 3) леворукие с ведущим правым глазом, 4) праворукие с ведущим левым глазом.

Н.Н. Брагина и Т.А. Доброхотова предложили классифицировать испытуемых на четыре типа в зависимости от асимметрии зрения, рук, слуха, ног.

Но эти подходы вызвали обоснованную критику коллег, которые посчитали, что опросники не могут считаться надежным методом диагностики асимметрий. Кроме того, количество выделенных типов с учетом амбидекстрии доходило до 27, что затрудняло проведение сравнительных исследований.

С.А. Богомаз [1] предложил в качестве показателей функциональной асимметрии мозга использовать не опросники, а объективные устойчивые показатели:

- тест «ведущий глаз»;
- тест «двигательная асимметрия»;
- тест «скрещивание рук» («поза Наполеона», скрещивание рук на груди, предплечье какой руки окажется выше);
- тест «асимметрия переплетения пальцев» (руки в замок, большой палец какой руки окажется выше).

В дальнейшем была проведена большая работа по выявлению связи этих латеральных признаков с личностными особенностями [1, 3, 4].

Обработка результатов опросника Р. Кеттелла, выполненная С.А. Богомаз, обнаружила, что латеральный признак «ведущий глаз» с высокой достоверностью ($p=0.003$) связан со следующими факторами опросника: С (эмоциональная стабильность-неустойчивость), Н (смелость-робость), L (подозрительность-доверчивость) и Q1 (радикализм-консерватизм) [1].

Для испытуемых, имеющих ведущий левый глаз, характерны следующие личностные особенности: эмоциональная неустойчивость, склонность к смене настроения и интересов, социальная смелость и активность, способность легко входить в контакт с незнакомыми людьми, предпочтение работать в коллективе.

Так как в целом таких людей можно воспринимать, как экстравертов, то, возможно, в следующих экспериментах удастся обнаружить связь между показателем латеральности «ведущий левый глаз» и экстраверсией по опроснику Айзенка.

Испытуемые, имеющие ведущий правый глаз, могут быть охарактеризованы, как эмоционально устойчивые и выдержанные, имеющие стабильные интересы, но предпочитающие избегать широких социальных контактов — в общении они демонстрируют застенчивость, робость, неуверенность. Они предпочитают иметь очень небольшое количество друзей, отличаются консервативностью мышления, осторожностью в поступках, подозрительностью.

Так как в целом таких людей можно воспринимать, как интровертов, то, возможно, в следующих экспериментах удастся обнаружить связь между показателем латеральности «ведущий правый глаз» и интроверсией по опроснику Айзенка.

Изучение показателя латеральности «двигательная активность» выявило достоверную связь ($p=0.007$) этого показателя со следующими факторами опросника Р. Кеттелла: F (беспечность-озабоченность), I (чувственность-твердость), Q1 (радикализм-консерватизм), фактор второго уровня F1 (тревога) [1]:

— доминирующая левая асимметрия признака «двигательная активность» была характерна для испытуемых, имеющих высокие баллы по шкалам беспечности, чувствительности и гибкости;

— доминирующая правая асимметрия признака «двигательная активность» была характерна для испытуемых, имеющих высокие баллы по шкалам озабоченности, жестокости, ригидности.

Опираясь на этот результат, можно предположить, что дальнейшие исследования, возможно, позволят установить корреляции:

— левой двигательной асимметрии с «художественным» типом по И.П. Павлову, которому свойственна импульсивность и беспечность, чувствительность и гибкость, а также с высокими показателями шкалы «нейротизм» опросник Айзенка;

— правой двигательной асимметрии с «мыслительным» типом по И.П. Павлову, которому свойственны рассудительность и практичность, консерватизм и устойчивость, а также с низкими показателями шкалы «нейротизм» опросника Айзенка.

Одним из показателей асимметрии двигательной активности С.А. Богомаз считает тест на аплодирование (в тесте учитывается то, какая рука оказывается сверху при аплодировании).

Тест на аплодирование — это устойчивый признак, потому что аплодированию никто специально не обучает, поэтому даже переученный на правшу левша может аплодировать так, что его левая рука будет оказываться в доминирующем положении и сверху похлопывать по правой руке.

Исследователи, изучающие личностные особенности в зависимости от теста на аплодирование, получили следующие результаты:

— испытуемые с правым типом аплодирования (правая рука сверху) оказались эмоционально более стабильными, но и более экстравертированными;

— испытуемые с левым типом аплодирования (левая рука сверху) оказались более тревожными, интровертированными и имели большее количество жалоб соматического характера [3].

Интересные результаты получились после статистической обработки ответов испытуемых на темпераментный опросник Я. Стреляу. С помощью шкал «Уравновешенность» и «Лживость» этого опросника все испытуемые с высокой степенью достоверности ($p=0.024$) были разделены на четыре группы по сочетанию таких признаков латеральности [1]:

Группа 1: Левый признак двигательной активности и Левый ведущий глаз. Для этой группы оказалась характерна наибольшая выраженность уравновешанности нервной системы.

Группа 2: Правый признак двигательной активности и Левый ведущий глаз. Для этой группы оказалась характерна наименьшая выраженность уравновешанности нервной системы (с преобладанием возбуждения), но наименьшее стремление себя приукрасить.

Группа 3: Правый признак двигательной активности и Правый ведущий глаз. Для этой группы оказалось характерно наибольшее стремление себя приукрасить.

Группа 4: Левый признак двигательной активности и Правый ведущий глаз. Для этой группы оказались характерны средние значения по указанным шкалам опросника.

Полученные результаты позволяют предположить, что в дальнейших экспериментах может быть получена корреляция между указанными сочетаниями латеральности (группа 1, группа 2, группа 3, группа 4) и результатами прохождения темпераментного опросника Айзенка, т.к. группа 1 имеет некоторые признаки «сангвиников», группа 2 — «холериков», группа 3 — «флегматиков», группа 4 — «меланхоликов».

Большое количество экспериментов по изучению этого признака и его связи с личностными особенностями было проведено В. А. Москвиным с коллегами [4].

Например, эксперименты со студентами, имеющими разные показатели пробы «перекрест рук», обнаружили разный тип реагирования на стресс.

Студенты с левым показателем пробы «перекрест рук» демонстрировали более низкие показатели систолического артериального давления как на консультациях, так и на экзамене, однако при тестировании они демонстрировали более высокие показатели реактивной тревожности. Т. е. их объективная и субъективная оценки переживания стрессового состояния не совпадают — объективно они более устойчивы к стрессовому состоянию, но субъективно более эмоционально его переживают.

Таким образом можно заключить, что испытуемые с левым и правым показателем пробы «перекрест рук» имеют разные типы реагирования на стрессовые ситуации [3].

Ряд последующих исследований показал, что правый показатель пробы «перекрест рук» устойчиво коррелирует с показателями высокой активности, работоспособности, жажды деятельности, жизненного тонуса. Это проявляется и в том, что испытуемые с правой пробой «перекрест рук» имеют сравнительно более высокие показатели в интеллектуальных тестах и тестах на память и внимание. Эксперименты с помощью ЭЭГ показали достоверно значимые различия бета-ритма в лобных долях испытуемых:

— у испытуемых с левой пробой «перекрест рук» в левых лобных долях амплитуда биоэлектрической активности ниже, частота волн выше, модуляция волн ниже, чем у испытуемых с правым признаком «перекрест рук» [3].

Изучение этого признака с помощью опросников показало, что у девушек с правым показателем «перекрест рук» (по сравнению с левым) обнаруживаются более высокие значения «экстраверсии» по опроснику Айзенка, но более низкие значения «эмотивности», «дистимичности» и «экзальтированности» по опроснику Леонгарда-Шмишека.

У юношей с правым показателем «перекрест рук» (по сравнению с левым) также выявлены более высокие значения «экстраверсии» по опроснику Айзенка и «ги-

пертимности» по опроснику ММРІ, но более низкие показатели «нейротизма» по Айзенку.

У юношей с левым показателем «перекрест рук» выявлены более высокие показатели потребности в одобрении, и более высокие значения «ипохондри», «депрессии», «истерии» и «психастении» по опроснику ММРІ.

В литературе тест «переплетение пальцев» в замок иногда трактуют, как тест на скрытое левшество. Но в ходе экспериментов [1] было установлено, что тест «переплетение пальцев» не совпадает с признаками асимметрии контроля за движением, т.е. не может использоваться в качестве критерия на скрытое левшество.

Выяснилось, что тест «переплетение пальцев» с высокой достоверностью ($p=0.0042$) отражает чувствительную асимметрию. Таким образом, тест на тип переплетения пальцев можно использовать вместо трудоемкого процесса определения порогов тактильной чувствительности рук.

На данный момент достаточно мало данных о связи результатов этого теста с личностными особенностями.

Однако достоверно установлено, что среди наркозависимых более чем в 2 раза больше лиц с левой пробой «переплетение пальцев», чем среди здоровых людей (51,1 % и 20 % соответственно; $p<0,001$) [3].

Так же интересно, что из всех признаков асимметрии только признак «переплетение пальцев рук» встречается у испытуемых с разной частотой в зависимости от времени года их рождения.

Исследования, проведенные отечественными и зарубежными ученым, подтверждают правоту идеи о том, что различные виды сочетаний функциональных асимметрий мозга, представленных устойчивыми признаками латеральности, могут являться психофизиологическим базисом личностных особенностей человека. Анализ литературы позволяет убедиться в том, что проблема исследования личностных особенностей в аспекте асимметрии полушарий мозга интересна, сложна и далека от завершения.

Дальнейшие исследования могут идти в направлении более подробного изучения личностных особенностей человека в зависимости от его латеральных особенностей.

В качестве признаков латеральности могут быть выбраны 4 независимых устойчивых показателя асимметрий, предлагаемые С. А. Богомаз: двигательная асимметрия, асимметрия зрения, асимметрия типа переплетения пальцев и асимметрия типа скрещения рук [1; 2; 6].

Дальнейшие исследования могут быть направлены на установление связи между признаками латеральности испытуемых и их личностными особенностями, определяемыми с помощью батареи тестов:

- опросник Айзенка на тип темперамента;
- опросник СМІЛ;
- опросник «Я-структурный тест Аммона»;
- опросник «Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О. Ф. Потемкиной» и других.

Литература:

1. Богомаз, С.А. Билатеральная модель структуры психики: диссертация... доктора психологических наук: 19.00.01 [Текст] / С.А. Богомаз. — Томск, 1999—297 с.
2. Богомаз, С.А. Личностные особенности молодых людей с коммуникативным типом, существенно отличающимся от их психофизиологического типа [Текст] / С.А. Богомаз, Н.А. Тренькаева // Вестник Томского государственного университета. — 2007. — № 300 (1). — С. 197—204.
3. Москвин, В.А. Межполушарные асимметрии и индивидуальные различия человека [Текст]: монография / В.А. Москвин, Н.В. Москвина. — Москва: Смысл, 2011—367 с.
4. Москвин, В.А. Проблема связи латеральных профилей с индивидуальными различиями человека (в дифференциальной психофизиологии): диссертация... доктора психологических наук: 19.00.02 [Текст] / В.А. Москвин. — Уфа, 2003. — 368 с.
5. Москвин, В.А., Москвина Н.В. Леворукость в спорте высших достижений [Текст] / В.А. Москвин, Н.В. Москвина // Спортивный психолог. — 2010. — № 2 (20). — С. 25—29.
6. Окладников, В.И. Личность: типология, адаптация, коррекция [Текст]: монография / В.И. Окладников. — Иркутск: Изд-во ИрГТУ, 2010. — 216 с.

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 41 (279) / 2019

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова

Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга

Художник Е. А. Шишков

Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Номер подписан в печать 23.10.2019. Дата выхода в свет: 30.10.2019.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.