



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru

ISSN: 2542-2162

№19(198)
часть 4

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ



Г. МОСКВА



Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 19 (198)
Май 2022 г.

Часть 4

Издается с февраля 2017 года

Москва
2022

УДК 08
ББК 94
С88

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Арестова Инесса Юрьевна – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

Бектанова Айгуль Карибаевна – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

Лебедева Надежда Анатольевна – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

Маршалов Олег Викторович – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

Орехова Татьяна Федоровна – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. Кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Сафонов Максим Анатольевич – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

С88 Студенческий форум: научный журнал. – № 19(198). Часть 4. М., Изд. «МЦНО», 2022. – 72 с. – Электрон. версия. печ. публ. – <https://nauchforum.ru/journal/stud/198>

Электронный научный журнал «Студенческий форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

ISSN 2542-2162

ББК 94
© «МЦНО», 2022 г.

Оглавление

Статьи на русском языке	5
Рубрика «Экономика»	5
ПОНЯТИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ НУЖД И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК Александрова Алина Андреевна	5
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Бегимова Альмира Ерлановна Каипова Гульнара Салимовна	8
ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ И СРЕДСТВ ВИЗУАЛИЗАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ Боровков Алексей Алексеевич	14
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ Герасимова Анжелика Герасимова Нестерова Ольга Владимировна Жакупова Алма Асылбековна	16
ПЕРСПЕКТИВЫ РОБОТИЗАЦИИ АУДИТА В БЕЛАРУСИ Коваль Наталья Игоревна Лемеш Валентина Николаевна	22
АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ КОБРЕНДИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА Колесова Ольга Николаевна	25
КАЧЕСТВО ПАРТНЁРСКИХ ОТНОШЕНИЙ, КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Лазарева Дарья Вячеславовна	29
ПОРЯДОК И ОСОБЕННОСТИ РЕГИСТРАЦИИ БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ Миргиястинова Рухсанам Джамалдиновна Каршалова Алма Дамеровна	32
АВТОМАТИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРИМЕРЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ Моргачев Артем Андреевич	35
ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА Симонян Артур Владимирович Кузовлева Нина Федеровна	38
ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ Сулейменова Назия Сериковна Темирова Акмарал Болатовна	42
АКТУАЛИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА Тавровский Олег Витальевич	44
МЕСТО МОТИВАЦИИ В КАДРОВОЙ ПОЛИТИКЕ ОРГАНИЗАЦИИ Храмова Татьяна Леонидовна	48

ОСОБЕННОСТИ ДКП В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА Шадрина Анна Олеговна Крымова Ирина Петровна	53
Рубрика «Юриспруденция»	58
АНАЛИЗ О СОСТОЯНИИ ПРЕСТУПНОСТИ СРЕДИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА ЗА 2021-2022 ГГ. Донгак Байырмаа Артемьевна Чамыян Анзат Орлановна Куулар Начын Вячеславович	58
ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОДОХОДНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ Войтюк Вероника Игоревна Ващук Юлия Анатольевна	63
АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА Вырвич Виктория Анатольевна Климович Дарья Денисовна Ладутько Виолетта Константиновна	65
ОБЫСК И ВЫЕМКА В УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ Габайдулин Эдуард Рашидович	67
ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СИСТЕМЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ Гойко Юлия Викторовна Доронина Ольга Николаевна	69

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

РУБРИКА

«ЭКОНОМИКА»

ПОНЯТИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ НУЖД И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Александрова Алина Андреевна

студент,

Тольяттинский государственный университет,

РФ, г. Тольятти

Аннотация. В данной статье автор рассматривает понятие государственных нужд и государственных закупок

Ключевые слова: государственные нужды, государственные закупки,.

Следует отметить, что по причине изменения законодательства и, соответственно, изменения терминологии в нормативной правовой базе, в данное время не имеется однозначных подходов к определению целого ряда базовых понятий, а также правовой обеспеченности реализации декларируемых в законодательных актах принципов проведения государственных закупок. На этом необходимо заострить внимание.

На основании вышесказанного возникает потребность по введению адекватного понятийного аппарата и проведению ознакомления с позициями ученых и специалистов на предмет понятий государственных закупок, государственного заказа, государственных нужд, о чем в дальнейшем будут сделаны соответствующие выводы.

Изначально возникает потребность в изучении термина «государственные нужды», поскольку именно ради их удовлетворения осуществляются государственные и муниципальные закупки.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что государственные нужды – это общественные потребности Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, удовлетворение которых происходит в интересах неограниченного круга лиц и способствует выполнению своих функций государственными учреждениями и органами власти.

Далее следует рассмотреть соотношение понятия «государственный заказ» и «государственные закупки». Е.А. Ковалева совершенно справедливо утверждает, что под государственным заказом следует понимать ни что иное, как оформленную потребность в товарах, услугах и работах, то есть, потребность в удовлетворении государственных нужд.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что посредством реализации государственного заказа удовлетворяются государственные нужды. Инструментом реализации государственного заказа являются государственные закупки. Под закупкой в соответствии с нормами Закона №44-ФЗ понимается весь цикл деятельности, начиная с планирования, завершая исполнением контракта и экспертизой. Таким образом, государственные нужды удовлетворяются посредством оформления данной потребности в государственном заказе и реализации ее посредством проведения государственных закупок.

Далее необходимо перейти к анализу нормативного правовой базы организации и проведения государственных закупок. Крайне важно в первую очередь обозначить рамки применения Закона № 44-ФЗ, соответственно, исследовать и показать, в каких случаях заказчики должны руководствоваться положениями вышеуказанного закона, а каких руководствоваться положениями Закона № 223-ФЗ и Закона № 275-ФЗ.

В Законе № 44-ФЗ четко обозначен перечень юридических лиц, имеющих прямую обязанность проводить закупочные мероприятия согласно его нормам в соответствии с пунктами 5-7 статьи 3 вышеуказанного Закона. К таким юридическим лицам следует относить государственных заказчиков, а также прочих юридических лиц, которые в соответствии с положениями статьи 15 Закона № 44-ФЗ имеют прямую обязанность проводить закупки в рамках данного Закона. Государственные заказчики осуществляют закупочную деятельность в целях удовлетворения государственных нужд в рамках Закона № 44-ФЗ всех объектов закупок кроме особого перечня, утвержденного в части 2 статьи 1 Закона № 44-ФЗ.

Что касается закупок для нужд обороны страны, то поскольку такие закупки не входят в область интересов данного исследования, то необходимо лишь отметить, что они осуществляются в рамках Закона № 44-ФЗ, но с учетом положений Закона № 275-ФЗ, при том, что последний является специальным по отношению к Закону № 44-ФЗ, на этом основании его положения имеют приоритет перед общими нормами Закона № 44-ФЗ. Данная информация содержится в части 2 Закона, как и в отношении Закона № 44-ФЗ, так и других общих по отношению к Закону № 275-ФЗ правовых норм.

Также необходимо сказать о том, что кроме основного нормативного правового акта, который регламентирует осуществление государственных закупок, – Закона № 44-ФЗ, в целях его исполнения был принят целый ряд подзаконных актов как на федеральном уровне, так и на уровне муниципалитетов и субъектов Российской Федерации.

На основании того, что первым из главных этапов обеспечения государственных нужд является планирование закупочной деятельности, то, соответственно, исследоваться будут регламентирующие планирование нормативные правовые акты.

На основании вышепоименованных нормативных правовых актов все данные о запланированных закупках будут теперь вноситься в один документ, а именно – в план-график. С полной уверенностью теперь можно утверждать о том, что дополнительная нагрузка как на заказчиков, так и на контролирующие органы, присутствовавшая при двухэтапном планировании, теперь устранена.

Если кратко описать планирование закупочной деятельности заказчиков соответствии с требованиями Постановления Правительства Российской Федерации от 30.09.2019 № 1279, то оно выглядит следующим образом: заказчики в открытом доступе в сети «Интернет» на официальном сайте единой информационной системы публикуют данные о планируемых закупках, это делается главным образом для того, чтобы рыночные агенты могли планировать свою деятельность в качестве исполнителей по государственным контрактам. В планы-графики, согласно ст. 16 Закона 44-ФЗ, включаются:

- идентификационные коды закупок, определенные в соответствии со статьей 23 настоящего Федерального закона;
- наименование объекта и (или) наименования объектов закупок (коды общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности, далее ОКПД2);
- объем финансового обеспечения для осуществления закупок;
- сроки (периодичность) осуществления планируемых закупок;
- информация об обязательном общественном обсуждении закупок товара, работы или услуги;
- иная информация, связанная с порядком формирования, утверждения планов-графиков, внесения изменений в такие планы-графики.

После нормативной правовой базы планирования закупок следует перейти к нормативным правовым актам, регулирующим нормирование государственных закупок. Базой нормирования является статья 19 Закона № 44-ФЗ, на основании которой Правительством Российской

Федерации устанавливаются требования к закупаемым объектам на основании их потребительских свойств, предельных размеров финансирования на некоторые их виды, а также устанавливаются требования к порядку принятия правовой базы о нормировании закупок товаров, работ и услугам для нужд субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. Так, для нужд учреждений-заказчиков федерального уровня правовая база разрабатывается в соответствии с положениями Постановления Правительства Российской Федерации от 19 мая 2015 г. № 479. В целях нормирования закупок, осуществляемых муниципальными образованиями, разрабатывается правовая база в соответствии с требованиями Постановления Правительства Российской Федерации от 2 сентября 2015 г. № 927 «Об определении требований к закупаемым заказчиками отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе предельных цен товаров, работ, услуг)», которое представляет из себя основу для муниципальных нормативных актов, и распространяет свое действие также на закупки федеральных учреждений-заказчиков, при этом перечень товаров, работ и услуг, который закреплен в этом Постановлении, может быть дополнен и расширен [1]. Необходимо также упомянуть, что при закупках бюджетными учреждениями и унитарными предприятиями нормативные затраты не применяются.

Список литературы:

1. Ковалева Е.А. Механизм государственных закупок в России // Вестник ЧелГУ. 2008. №1.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бегимова Альмира Ерлановна

магистрант,
НАО Университет НАРХОЗ,
Республика Казахстан, г. Алматы

Каипова Гульнара Салимовна

научный руководитель,
канд. экон. наук, ассоц. профессор,
Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация. Статья посвящена исследованию значения прогнозирования в процессе обеспечения устойчивости экономических субъектов, рассмотрены внутренние и внешние факторы экономической устойчивости. На основе использования системного подхода и предложенного автором понятия потенциала экономической устойчивости автором предложена методика прогнозирования потенциала экономической устойчивости предприятия, в которой выбор критериев и показателей оценки определяется развиваемой концепцией и структурой потенциала экономической устойчивости.

Ключевые слова: экономическая устойчивость, прогнозирование, обеспечение.

Пандемия COVID-19 и порожденный ею экономический кризис для всех стран мира в том числе и для Казахстана стали самым серьезным вызовом за последние десятилетия.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что значительное количество предприятий, работающих в условиях неустойчивого финансового состояния, нуждаются в своевременной оценке прогнозирования и обеспечения экономической устойчивости предприятия с целью восстановления платежеспособности и нормального ритма работы.

Проблемы создания и реализации научно обоснованного многоуровневого системного подхода к формированию экономической устойчивости предприятий и их практического применения связаны с тем, что в данный период проблемы формирования экономической устойчивости перенесены на микроуровень, что является новым по сравнению с централизованно управляемой экономикой и тем, что проблемы формирования экономической устойчивости фирм недостаточно разработаны не только у нас, но и в странах с развитой рыночной экономикой, о чем свидетельствует значительное число банкротств. Недостаточная устойчивость может привести к отсутствию у фирмы средств для её развития, неплатежеспособности фирмы и, в конечном счете, к банкротству (ликвидации фирмы), а «избыточная» устойчивость препятствует развитию, отягощая затраты фирмы излишними запасами и резервами. Но, именно казахстанские фирмы представляют собой наибольшую трудность в исследовании, прогнозировании, оценке перспектив последующего развития и хода реформ. Они обладают теми чертами, которые нельзя отнести ни к рыночным структурам, ни к дореформенным, социалистическим. От устойчивого, эффективного функционирования отдельно взятых хозяйственных единиц зависят тенденции развития экономики страны, уровень и качество жизни населения. Важную роль в обеспечении эффективного функционирования фирм играет их экономическая устойчивость. Экономическая устойчивость в рыночной системе хозяйствования выступает в качестве основы стабильного положения фирмы и залога ее выживания.

Исключительная важность, с одной стороны, и недостаточная разработанность - с другой, актуализируют проблемы исследования экономической устойчивости фирм и экономической технологии ее обеспечения в стране. Достижение устойчивого всестороннего развития предприятий является одной из наиболее актуальных проблем текущей казахстанской

экономики. Усиление значимости финансового состояния предприятий и организаций и важность их прогнозирования произошло при переходе страны к рыночным отношениям. Деньги выполняют функцию средства обращения в условиях рыночных отношений, в последствие чего превращаются в капитал. При данных экономических отношениях роль финансов на предприятии усиливается [1].

Устойчивость предприятия можно разделить на устойчивость хозяйственной и финансовой деятельности (рисунок 1).



Рисунок 1. Виды устойчивости предприятия

Устойчивость предприятия напрямую связывают с его финансовым состоянием, т.е. состояние предприятия, при котором хозяйственная деятельность обеспечивает выполнение всех его обязательств перед работниками, другими организациями и государством - это и есть устойчивость предприятия [2].

В тоже время экономическую устойчивость предприятия можно определить как характеристику уровня риска деятельности с точки зрения возможности банкротства, баланса или превышения расходов над доходами. Долю активов компании, финансируемых за счет собственного капитала, показывает коэффициент экономической устойчивости. В настоящее время стабильное существование любой организации обеспечивает именно экономическая устойчивость ее деятельности и именно на ней хотелось бы акцентировать особое внимание [1]. Оценка экономической устойчивости современных предприятий заключается в анализе финансов в будущем. При этом особое значение в рамках такой оценки приобретает проведение анализа факторов, влияющих на экономическую устойчивость предприятий. Понятие сущности экономической устойчивости и её анализа высказывали такие экономисты, как Н.Н. Кулакова, М.Г. Семенов, С.И. Черняев, Л.А. Унтилова, но наиболее интересны мнения следующих авторов [3]

Так, Г.В. Савицкая дает определение экономической устойчивости предприятия как способности субъекта хозяйствования существовать и развиваться, при этом сохраняя равновесие всех активов и пассивов при изменяющихся факторах внутренней и внешней среды, гарантирующие его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочном периоде и при допустимом риске [4].

Как отмечал в своей работе «Факторы экономической устойчивости предприятия» Гелета И.В., типы экономической устойчивости предприятия подразделяются на:

1. Высокая платежеспособность, покрытие задолженности предприятия оборотными средствами, независимость от внешних кредитов - это абсолютная экономическая устойчивость.

2. Хорошая платежеспособность, эффективная производственная деятельность, использование долгосрочных привлеченных средств - это нормальная экономическая устойчивость предприятия.

3. Нарушение платежеспособности, большое количество привлеченных кредитов, уменьшение дебиторской задолженности, увеличение оборачиваемости запасов - это характеристики неустойчивого финансового положения.

4. Денежные средства, дебиторская задолженность, другие активы не покрывают даже кредиторской задолженности и просроченных кредитов, предприятие является почти банкротом - это кризисное финансовое состояние [5].

С позиции места возникновения факторы, влияющие на экономическую устойчивость предприятий, можно подразделить на внутренние и внешние (рисунок 2). С помощью данной классификации можно предусмотреть такие внутренние изменения в ответ на внешние воздействия, которые бы обеспечили баланс среды и деятельности организации.

Внутренние факторы	Внешние факторы
<ul style="list-style-type: none"> - отраслевая принадлежность предприятия; - состав и структура выпускаемой продукции и оказываемых услуг; - размер оплаченного уставного капитала; - состояние имущества и финансовых ресурсов, включая запасы и резервы, их состав и структуру; - технология и модель организации производства и управления и т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> - экономические условия хозяйствования; - развитие техники и технологий; - платежеспособный спрос потребителей; - экономическая и финансово-кредитная политика и решения правительства; - законодательные акты по контролю; - политическая и эконом. стабильность; - налоговая политика, конкуренция; - степень развития страхования и внешнеэкономических связей; - налаженность экономических связей.

Рисунок 2. Внутренние и внешние факторы экономической устойчивости

Влияние перечисленных (рисунок 2) внутренних факторов на экономическую устойчивость организации определяется в значительной степени их общей значимостью, но также зависит от производственной деятельности и профессионализма управленческого персонала предприятия [2].

Устойчивость предприятия определяется не только общей суммой затрат, но и существующими расходами предприятия, и их подразделением на постоянные и переменные. Затраты на энергию, сырье, транспортировку продукции и т.п. являются переменными затратами. В свою очередь расходы на покупку, аренду оборудования и зданий, амортизационные отчисления, расходы на рекламу, процентные выплаты по банковскому кредиту, заработная плата персонала и другие расходы от которых объем производства не зависит, являются постоянными расходами.

Управление прибылью выступает на первый план, т.к. присутствие у предприятия собственных финансовых средств, в особенности, прибыли, позволяет уверенно чувствовать себя среди конкурентов. При этом очень важно, чтобы большая часть прибыли направлялась на расширение производственной деятельности [6].

В числе прочих внутренних факторов выделяют: материальные, финансовые и трудовые ресурсы предприятия. Данные факторы взаимосвязаны между собой. К не полностью управляемым рыночным факторам можно отнести: рыночный спрос, конкуренцию, инфраструктуру предприятия, инновации в различных видах деятельности и услуг.

Огромное значение на экономическую устойчивость предприятия оказывает дополнительные финансовые средства, которые участвуют в сделках на рынке ссудного капитала.

Это значит, что привлечение финансовых ресурсов извне обеспечивает повышение финансовых возможностей организации, но следует учитывать параллельно возникающий риск финансовых потерь, и возможность вовремя оплачивать кредитные обязательства.

Недостатком данной классификации является то, что внутренние факторы подвержены воздействиям внешних факторов, и существует сложность практических вычислений и влияние некоторых факторов. Так, состояние финансового рынка, темпы инфляции; социально-экономические факторы влияют на цены на продукцию, уровень расходов на ведение дела.

Следовательно, факторы, воздействующие на экономическую устойчивость организации, дают возможность для регулирования деятельности предприятия. Очевидно, что экономической устойчивости предприятия достигнуть не легко, ведь это достигается благодаря умелым, целенаправленным управлением всего комплекса факторов, которые являются руководством к действию для решения управленческих задач организации, а так же для внешних пользователей отчетности [5].

Отметим, что для поддержания и развития потенциала экономической устойчивости казахстанских предприятий целесообразно не только более эффективно использовать внутренние ресурсы и конкурентные преимущества самих предприятий, но также имеющийся рыночный потенциал отрасли и региона, на территории которого они расположены.

Одним из ключевых стратегических направлений развития экономики Казахстана выступает поддержка высокотехнологичных видов производств, инновационно-активных предприятий, содействие развитию приоритетных для страны наукоемких технологий, развитие информационных, телекоммуникационных, маркетинговых и консалтинговых услуг, развитие финансовой и инновационной инфраструктуры, системы венчурного финансирования. Эти направления призваны способствовать дальнейшему росту объемов выпускаемой продукции казахстанскими предприятиями, развитию их устойчивости и конкурентоспособности.

Вопросам формирования потенциала экономической системы в научной литературе уделяется достаточно много внимания. С позиций теории самоорганизации применительно к предприятию потенциал экономической устойчивости в работе определен как качественная характеристика его способности к изменениям, которая делает возможным переход предприятия из одного качественного состояния в другое, более устойчивое с точки зрения его экономических параметров.

Такая трактовка позволила сформулировать авторское определение потенциала экономической устойчивости предприятия, как качественную интегральную характеристику его совокупного потенциала, обеспечивающую реализацию основных функций и достижение стратегических целей развития, включающую в себя другие виды потенциалов предприятия, таких как технологический, инвестиционный, инновационный, трудовой и т.п. (рисунок 2).

На основе использования системного подхода и предложенного автором понятия потенциала экономической устойчивости автором предложена методика прогнозирования потенциала экономической устойчивости предприятия, в которой выбор критериев и показателей оценки определяется развиваемой концепцией и структурой потенциала экономической устойчивости.

В основу оценки положены показатели, характеризующие основные составляющие потенциала: показатели производственного, инвестиционного, ресурсного, инновационного, маркетингового и других составляющих потенциала экономической устойчивости предприятия. На основе данных, собранных по группам выбранных показателей должны рассчитываться индикаторы (интегральные оценки) потенциала экономической устойчивости.

Предложенная методика, разработана с использованием инструментария системного подхода, экспертных оценок и предполагает получение количественных показателей (числовых результатов). В диссертации методика представлена в виде блок-схемы оценки потенциала экономической устойчивости промышленного предприятия (рисунок 3).



Рисунок 3. Алгоритм оценки потенциала экономической устойчивости предприятия

Адекватность оценки определяется качеством и доступностью данных финансовой и статистической отчетности предприятия, составом экспертной группы, квалификацией специалистов, проводящих оценку, а также совокупностью выбранных для оценки критериев (рисунок 4).



Рисунок 4. Факторы адекватности оценки потенциала экономической устойчивости предприятия

Таким образом, в разработанной методике (блок-схеме) процедура оценки представлена в виде совокупности шагов, имеющих входы, ограничения и выходы. Разработанная методика может быть использована для целей управления устойчивостью предприятия, а также позволяет сформировать эффективную систему мониторинга состояния и развития экономической устойчивости предприятий.

Список литературы:

1. Фёдорова Е.А., Гиленко Е.В., Довженко С.Е. Модели прогнозирования банкротства: особенности предприятий // Проблемы прогнозирования. 2017. №2. С.85-92.
2. Российский автомобильный рынок пережил сильнейшее за год падение продаж [Электронный ресурс]: РосБизнесКонсалтинг (РБК)/ Е. Калюков, Р. Асанкин, статья, 2019.- Режим доступа: <http://www.rbc.ru/economics>.
3. Кулакова Н.Н., Семененко М.Г., Черняев С.И., Унтилова Л.А. Анализ финансовой устойчивости предприятия // Вектор науки ТГУ.2017. №1 (27). С.127-129.
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2018. - 192 с.
5. Гелета И.В., Дьяченко Е.И. Факторы финансовой устойчивости предприятия // Гуманитарные научные исследования. 2019. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru>.
6. Гезимиев А.С. Виды и факторы финансовой устойчивости предприятия // Инновационная наука. 2018. №8-1. С.44-47. – 13.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ И СРЕДСТВ ВИЗУАЛИЗАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Боровков Алексей Алексеевич

студент,

Тольяттинский государственный университет,

РФ, г. Тольятти

Аннотация. В данной статье автор рассматривает исследование современных методов и средств визуализации в процессе принятия управленческих решений

Ключевые слова: управленческие решения, информационные технологии, MIS-технологии.

Информационные технологии в процессе разработки и принятия управленческих решений используются в деятельности руководителей предприятий, проектировщиков, аналитиков, менеджеров высшего и среднего звена. Целью информационных технологий является оказание помощи в интегрировании новых знаний, позволяющих принимать управленческие решения, а также выполнять функцию визуализации данных.

Поскольку информационные технологии применяются на различных уровнях управления предприятиями, то по этому признаку можно выделить:

- ESS-технологии (исполнительные системы), позволяющие ускорить процессы принятия управленческих решений в области управления сбытом, контроля движения материально-технических ресурсов и исполнения плановых показателей, планирование персонала;
- MIS-технологии (управляющие информационные системы), применяются для принятия управленческих решений в области управления сбытом, контроля движения инвентаря, исполнения бюджета, анализа перемещения персонала;
- DSS-технологии (системы принятия управленческих решений), направлены на поддержку процессов разработки и принятия решений в области планирования производства, анализа показателей эффективности, прибыльности;
- KWS-технологии, представлены в виде систем работы со знаниями и реализованные в АРМ проектировщика, управленческих и графических рабочих станциях;
- OAS-технологии (системы автоматизации делопроизводства), реализованные в текстовых и графических редакторах, электронных календарях.

На эксплуатационном уровне применяются TPS-технологии, позволяющие выполнять мониторинг документооборота, производственных процессов, управления кадрами, обучения и развития персонала. Рассмотрим перечисленные информационные технологии в процессе разработки управленческих решений более детально.

ESS-технологии позволяют оказать помощь руководству в принятии неструктурированных управленческих решений, они позволяют проводить системный анализ информации, полученной из внешней среды.

С помощью ESS-технологий фильтруется и упорядочивается информация, выявляются критические параметры по определенным критериям и тем самым сокращается время на подготовку информации, для принятия управленческих решений.

Работа ESS-технологий основана на несложном статистическом аппарате, позволяющем учитывать специфику предметной области и решать специфические проблемы [1]. Управляющие информационные системы или MIS-технологии позволяют предоставить менеджерам высшего и среднего звена текущую внутреннюю информацию, а также сведения об изменениях, происходящих во внешней среде. Они позволяют обеспечить интерактивный доступ к текущим показателям деятельности, сформировать архивы отчетов и решений, приказов и распоряжений, отчетных форм.

В большей степени MIS-технологии ориентированы на внутреннего пользователя и позволяют автоматизировать функции планирования и управления структурными подразделениями, контролировать и поддерживать решения, принятые на управленческом уровне [44, с. 45-49].

Система диалоговой обработки транзакций или TPS-технологии представляют собой базовые системы принятия решений. В большей степени TPS-технологии реализованы в компьютерных системах, позволяющих автоматизировать большое количество транзакций, связанные с выполнением коммерческих расчетов, управления продажами, заполнения платежных ведомостей и формирования отчетов.

KWS-технологии применяются для автоматизации процессов делопроизводства и позволяют поддерживать принятия управленческих решений на тактическом и функциональном уровнях управления организации. Они реализованы в рабочих системах знаний, выполняют сопровождение основной деятельности предприятия и вырабатывают решения в области перестройки бизнес-процессов нестандартных ситуациях. Эти технологии позволяют систематизировать данные и создавать новые знания.

Также к информационным технологиям поддержки принятия решений относятся технологии Data Mining, которые поддерживают механизмы искусственного интеллекта и активно используются для разработки и принятия управленческих решений. Информационные технологии Data Mining позволяют осуществить поиск ранее неизвестных данных, интерпретировать знания для принятия управленческих решений.

В наибольшей степени технологии Data Mining используются руководителями и аналитиками для обработки неструктурированных данных с использованием шаблонов, позволяющих реализовать закономерности, выполнить выборку данных и полученные результаты представить в понятной форме. Наиболее часто технологии Data Mining получили в статических пакетах обработки в данных, основанных на методах корреляционного, регрессионного и факторного анализа.

Системы автоматизации делопроизводства или OAS-технологии получили свое распространение в процессах управления электронным документооборотом.

Применение OAS-технологий в деятельности предприятия позволяет сократить сроки на выполнение поручений, рассмотрения документов, их согласования с последующим принятием решений. За счет автоматизации делопроизводства на предприятиях упрощается процесс совместной работы с документооборотом, создается возможность автоматически контролировать сроки выполнения документов для принятия управленческих решений, ускорить процессы поиска необходимых документов для принятия оперативных решений. На следующем этапе выполним обзор информационных систем для поддержки и принятия управленческих решений.

Список литературы:

1. Звягинцева О.С. Совершенствование процесса принятия управленческих решений в организации / Звягинцева О.С., Кенина Д.С., Черникова Л.И., Исаенко А.П. // Российский экономический интернет-журнал. – 2018. – №2. – С. 30-40.

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Герасимова Анжелика Герасимова

студент,
НАО Университет Нархоз,
Республика Казахстан, г. Алматы

Нестерова Ольга Владимировна

студент,
НАО Университет Нархоз,
Республика Казахстан, г. Алматы

Жакупова Алма Асылбековна

научный руководитель, ст. преподаватель,
НАО Университет Нархоз,
Республика Казахстан, г. Алматы

Реклама — это удивительный инструмент, устанавливающий связь между компанией и потребителем. Еще с древности люди, не имея денежных валют, а используя свое ремесло, нашли способ обмениваться своим хозяйством. Осуществляя обмен пшеницы на скот, овощей на фрукты, они приобретали необходимые им продукты и улучшали качество своей жизни. Затем с появлением денежных монет появлялись рынки, базары, ярмарки, на которых уже люди за продаваемый товар получали монеты, на которые также могли купить недостающие им продукты или вещи. Однако и в то время найти клиентов было не так просто. Каким бы то ни было образом: харизмой, уникальными свойствами товара или особым предложением, необходимо было привлечь и убедить покупателей взять продукт именно у тебя, а не у стоящего рядом продавца. Именно посредством привлечения клиентов через громкое объявление о качестве своего товара или дегустационной пробы, многие уже не проходили мимо прилавка. Продавцу оставалось выстроить правильные отношения с клиентом. Осуществляя продажу раз за разом, торговец приобретал базу постоянных покупателей и тем самым утверждал свою позицию на рынке. Со временем такой механизм только совершенствовался в соответствии с реалиями времени.

На сегодняшний день с появлением Интернета и социальных сетей, мир цифровых технологий управляет миром бизнеса. И в каждой компании реклама — это механизм, без которого организация не сможет участвовать в конкурентной борьбе и удерживать свои рыночные позиции. Президент гильдии маркетологов Игорь Березин в своем интервью для «БИЗНЕС Online» сказал следующее: “Цель любого бизнеса — это продажа. Реклама нужна для того, чтобы помогать продажам” [2]. По его словам, ключевой задачей маркетинга является поддержание и обслуживание продажи, и без этого не будет бизнеса. “Тут нет никаких полутонов, это простая история. Если у вас какая-то одна жизненно важная функция перестает работать, то ваш организм умирает, быстро или медленно” [2]. Но если крупные компании, имея отдельные маркетинговые подразделения, заранее планируют и формируют бюджет на рекламу и маркетинг, свободно используют как традиционные методы продвижения, так и онлайн, то малый бизнес Казахстана, ограниченный в финансовых и человеческих ресурсах, уделяет недостаточное внимание рекламе, априори считая ее дорогим удовольствием.

Цель: определить значимость интернет-рекламы для эффективного развития малого бизнеса в Казахстане.

Задачи:

- дать общую характеристику продвижения малого бизнеса в Интернете на основе предыдущих исследований.

- изучить объем рынка интернет-рекламы в Казахстане и выявить динамику его развития.
- рассмотреть особенности малого бизнеса и востребованность обращения к интернет-продвижению.
- провести интервью мнений среди специалистов в сфере маркетинга и рекламы малого бизнеса.
- проанализировать результаты и выявить средний бюджет, используемые платформы, частоту обращения к рекламным инструментам и эффективность привлечения клиентов.
- разработать рекомендации по использованию интернет-рекламы как инструмент развития малого бизнеса.

По данным Министерства национальной экономики РК по состоянию на 2022 год доля малого и среднего бизнеса в ВВП республики достигла 35%, а количество действующих компаний увеличилось на 15% [1]. С ростом новых игроков на рынке возрастает конкуренция, и представители малого бизнеса обращаются к различным инструментам продвижения и позиционирования себя на рынке. Объем рынка рекламы Казахстана в 2021 году составил 76,5 млрд тенге, что на 22% больше, чем годом ранее. В таблице 1 продемонстрирована динамика объема рынка рекламы Казахстана по каналам ее распространения за пятилетний период, исходные данные в которой представлены Центрально-Азиатской рекламной ассоциацией.

Таблица 1.

Объем рынка рекламы Республики Казахстан в средствах ее распространения с 2017 по 2021 года, млрд тенге

Медиаканалы	2017	2018	2019	2020	2021	Динамика 2020 г. к 2021 г., %
ТВ	23.0	27.9	30.1	28.8	33.6	16.7
Радио	3.6	4.1	4.3	2.8	3.6	28.6
Наружная реклама	8.7	9.0	10.1	7.9	9.4	19.0
Пресса	3.0	2.8	2.5	1.7	1.3	-23.5
Интернет	9.7	12.6	19.0	21.4	28.6	33.6
Итого	48.0	56.4	66.0	62.6	76.5	22.2
Доля Интернет-рекламы в общем объеме, %	20.2	22.3	28.8	34.2	37.4	

Источник: Центрально-Азиатская рекламная ассоциация (ЦАРА) [3]

Наибольшую долю рынка с 2017 по 2021 год занимает ТВ-реклама, пользующаяся спросом у субъектов крупного предпринимательства, так как она имеет большие финансовые и временные затраты, а также задействует большое количество человеческих ресурсов. Однако мы можем наблюдать значительный прирост на 33,6% в 2021 году в объеме рынка интернет-рекламы. Кроме того, доля данного медиаканала в общем объеме рынка стабильно росла и в 2021 году составила 37,4%. Данные факты позволяют обосновать возрастающую актуальность интернет-ресурсов как средства распространения рекламы в бизнесе.

Особенности малых предприятий, такие как ограниченный сектор целевой аудитории и человеческих ресурсов, небольшой оборот денежных средств, определяют характер ведения их маркетинговой деятельности. Эти процессы осуществляются без проведения исследования рынка, целевых аудиторий и масштабного анализа рекламных инструментов, использующихся в данной деятельности. В свою очередь подобные упущения сказываются на рентабельности коммерческой деятельности предприятий малого бизнеса. Совершенствование интернет-рекламы — это важный путь к совершенствованию маркетинга и бизнеса в целом. Продвижение предприятий малого бизнеса во всемирной сети Интернет предоставляет

предпринимателям возможность быстрого получения положительных результатов и желаемой обратной связи от своих клиентов, что для данного сектора экономики является существенным [5].

В этой связи было проведено маркетинговое исследование с целью изучения локального рынка интернет-рекламы, определения среднего бюджета, выделяемого на интернет-продвижение, используемых платформ, частоту обращения к рекламным инструментам и степени ее использования представителями малого бизнеса, а также эффективности привлечения клиентов. В исследовании был применен метод интервью мнений с участием 10 респондентов, специализированных в сфере маркетинга и рекламы, которые представляют и продвигают малый бизнес. Опрос проводился преимущественно при помощи анкеты в Google* Forms и частично - устного опроса-интервью. В работе использовались такие методы маркетингового исследования, как: анализ, обобщение, сравнение, изучение продуктов деятельности и экспертное мнение.

Где предприятия малого бизнеса размещают рекламу?

10 ответов

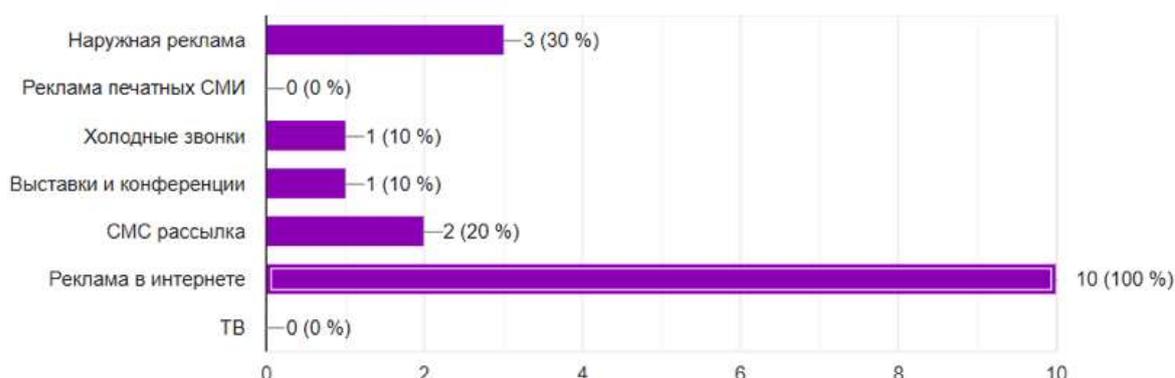


Рисунок 1. Места размещения продвижения малого бизнеса

По результатам опроса были получены следующие данные: 30% представителей малого бизнеса используют наружную рекламу для продвижения своей компании, 10% используют холодные звонки, и также 10% выступают на выставках и конференциях. 20% приходится на СМС рассылку, в то время как все респонденты ответили, что используют интернет-рекламу. Реклама печатных СМИ и реклама на ТВ не используются вовсе (рис. 1).

Какой ежемесячный бюджет выделяется на интернет-рекламу в МБ?

10 ответов

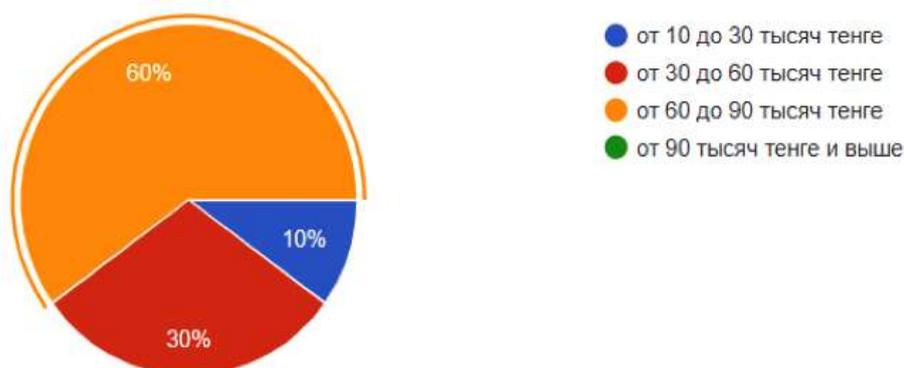


Рисунок 2. Ежемесячный используемый бюджет на интернет-рекламу

Следующий вопрос направлен на определение среднего бюджета, выделяемого на интернет-рекламу в малом бизнесе. 10% бизнесменов для продвижения своего бренда отличаются низким бюджетированием, составляющим от 10 до 30 тысяч тенге. 30% склонны использовать средний бюджет от 30 до 60 тысяч. Большая часть, составляющая 60% респондентов, ответили, что используют от 60 до 90 тысяч тенге, в то время как свыше 90 тысяч не выделяется (рис. 2).

Как часто малый бизнес использует интернет-рекламу?

10 ответов

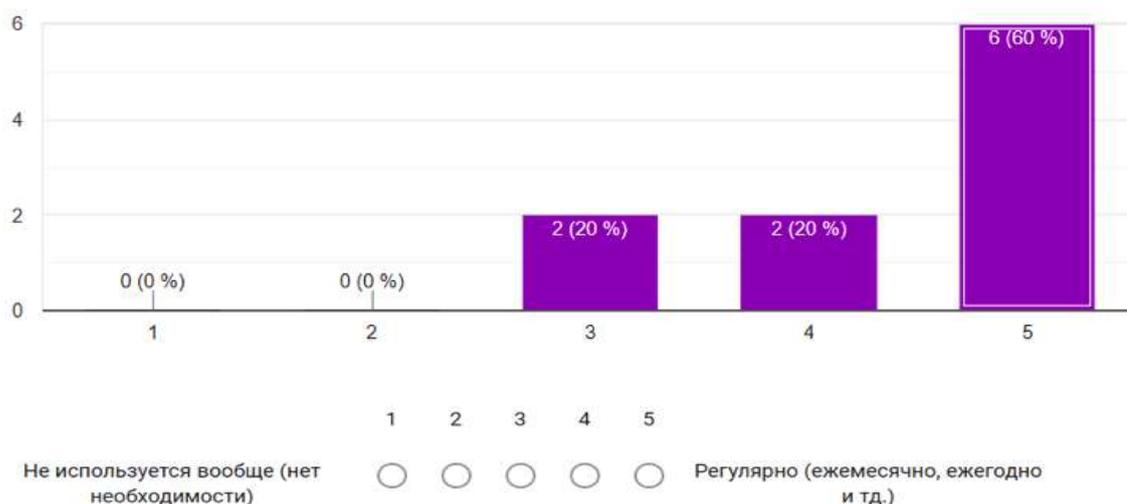


Рисунок 3. Частота использования интернет-рекламы

Рассмотрим вопрос частоты использования интернет-рекламы предприятиями малого бизнеса. Рисунок 3 демонстрирует, что 20% респондентов используют интернет-рекламу от случая к случаю, это не плохо, ведь бизнес может иметь сезонность или запускать рекламу к праздникам, также следующие 20% приходятся на тех, кто используют рекламу постоянно, но имеются паузы, возможно связанные с нехваткой средств. 60% обращаются к рекламе регулярно, без перерыва, что подчеркивает ее острую необходимость. Как можем наблюдать, все представители малого бизнеса ответили, что используют интернет-рекламу, что подтверждает сложность входа в конкурентную среду малого бизнеса (рис. 3).

Насколько популярны данные соцсети у представителей малого бизнеса? (по шкале от 1 до 5)

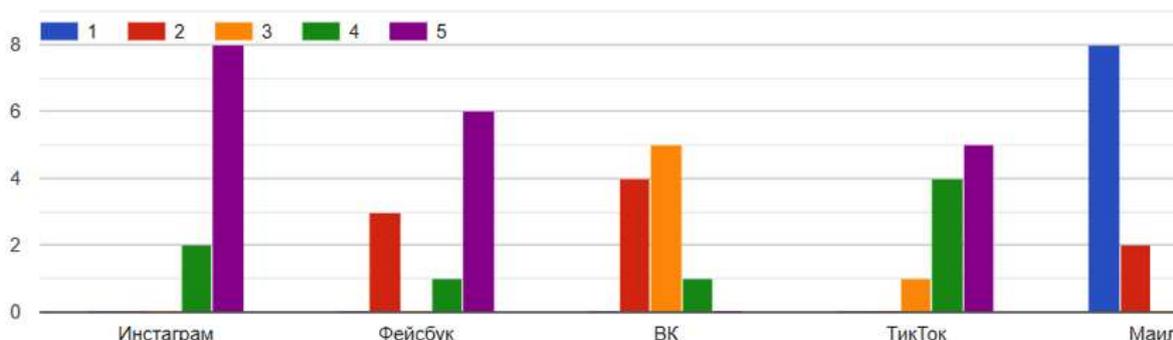


Рисунок 4. Социальные сети, используемые малым бизнесом

В вопросе о популярности социальных сетей по мнению респондентов были выявлены наиболее используемые в малом бизнесе. Наибольшая часть специалистов использует в качестве продвижения своего бизнеса и привлечения потребителей площадку Instagram**. Также опрошенные используют для продвижения Фейсбук** и ТикТок. Согласно результатам исследования, рассылки на mail.ru не так популярны среди представителей малого бизнеса несмотря на то, что в субъектах крупного предпринимательства они всё еще активно используются (рис. 4).

Платформа в которую уходит большая часть бюджета на рекламу:

10 ответов

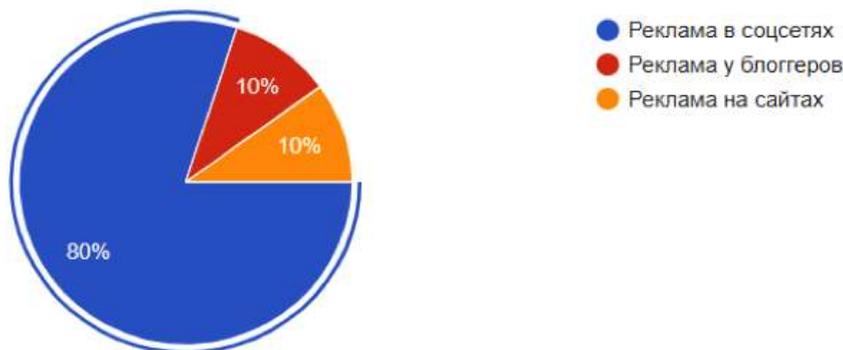


Рисунок 5. Бюджетирование интернет-рекламы

В следующем вопросе мы выявили платформу с наибольшим бюджетированием со стороны представителей малого бизнеса. В основном респонденты ответили, что около 80% бюджета, который запланирован на рекламу, расходуется на рекламу в социальных сетях, около 10% тратят свой бюджет на рекламирование на сайтах, схожих по тематикам, и у 10% в среднем большая часть бюджета уходит на рекламу у блоггеров (рис. 5).

В среднем на сколько процентов интернет-реклама помогает привлечь клиентов?

10 ответов

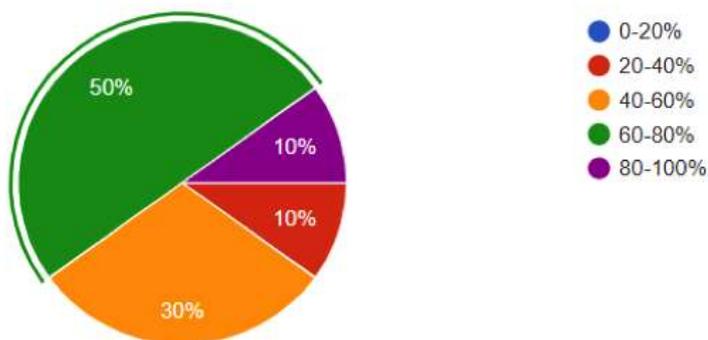


Рисунок 6. Привлечение клиентов благодаря интернет-рекламе

В заключительном вопросе определяется эффективность интернет-рекламы в привлечении потенциальных потребителей. Вкладывая денежные средства в интернет-рекламу, 50% респондентов ответили, что это помогает привлечь клиентов на 60–80%, по их выбранной стратегии, у 30% интернет-реклама помогает привлечь 40–60% клиентов, 10% опрошенных помогает на 20-40%, что может быть связано с низким бюджетом использования, или неверным определением целевой аудитории. Также 10% ответили, что реклама в социальных сетях способствует 80–100% привлечению клиентов (рис. 6).

Подводя итог результатам исследования можно сделать следующие выводы: для эффективного продвижения своего бизнеса и повышения продаж в малом бизнесе, очень важно определить свою целевую аудиторию. Так как если рекламный посыл будет направлен на некорректный сегмент потребителей, то бюджет будет растрочен впустую и результаты окажутся минимальными. Именно поэтому применение инструментов интернет-рекламы требует профессионального подхода, с использованием анализа и аналитики, с правильным распределением бюджета и вхождения на платформы самых популярных социальных сетей.

На основе изученной информации даны рекомендации для улучшения эффективности продвижения бизнеса через интернет-рекламу. В частности после пандемии это стало огромной возможностью для малых предприятий, когда аудитория в социальных сетях возросла на 13% [4], а значит больше вероятность повысить узнаваемость бренда. Также для некоторых сфер бизнеса можно осуществлять онлайн заказы, создавать приложения, и повысить свои продажи. Это помогает приобретать гибкость, что значительно повышает потенциал малого бизнеса. Кроме того, рекомендуется детально подходить к выбору SMM специалиста и таргетолога, ведь от них будет зависеть качество подбираемого контента и эффективность размещения рекламы.

Соответственно, у малого бизнеса аудитория узкая и, чтобы ее найти, понадобится немало времени, сил и затрат, но использование самой популярной площадки Инстаграм** поможет предпринимателям достичь необходимого охвата, обратной связи от клиентов и повышения коэффициента рентабельности. При этом обязательно следует смотреть на долгосрочную перспективу, следить за трендами, что очень важно для малых предприятий.

Таким образом, представители малого бизнеса осознают важность обращения к инструментам интернет-рекламы, но зачастую пытаются освоить самостоятельно, в целях сокращения расходов.

Однако самостоятельные попытки могут не привести к должному результату и бизнес может упустить время развития. Когда в действительности интернет-реклама требует небольшое количество затрат и человеческих ресурсов.

* (По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google, является нарушителем законодательства Российской Федерации – прим.ред.)

** (социальные сети, запрещенные на территории РФ, как продукты организации Meta, признанной экстремистской – прим.ред.)

Список литературы:

1. Аскарлов А. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП достигла почти 35% [Электронный ресурс] // КАПИТАЛ: сайт. – URL: <https://kapital.kz/business/104737/dolya-malogo-i-srednego-biznesa-v-vvp-dostigla-pochti-35.html> (дата обращения: 25.04.2022).
2. Бондарь В. К рекламе нельзя относиться как к украшению: хочу – ношу, хочу – в стол положу [Электронный ресурс] // БИЗНЕС Online: сайт. – URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/468293> (дата обращения: 18.04.2022).
3. Объем казахстанского рынка рекламы составил 76,5 млрд тенге в 2021 году [Электронный ресурс] // Tribune: сайт. URL: <https://tribune.kz/obem-kazahstanskogo-rynka-reklamy-sostavil-76-5-mlrd-tenge-v-2021-godu/> (дата обращения: 10.04.2022).
4. Сергеева Ю. Вся статистика интернета и соцсетей [Электронный ресурс] // WebCanape; сайт. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения 25.04.2022).
5. Чекашкина Н.Р., Ичмелян И.Ф., Чичерина П.А. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА [Электронный ресурс] // Евразийский Союз Ученых. – 2020. – №4–6 (73). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-praktiki-ispolzovaniya-instrumentov-internet-reklamy-v-deyatelnosti-predpriyatij-malogo-biznesa> (дата обращения: 5.04.2022).

ПЕРСПЕКТИВЫ РОБОТИЗАЦИИ АУДИТА В БЕЛАРУСИ

Коваль Наталья Игоревна

студент,

Белорусский государственный экономический университет,
РБ, г. Минск

Лемеш Валентина Николаевна

научный руководитель,

канд. экон. наук, доцент,

Белорусский государственный экономический университет,
РБ, г. Минск

На сегодняшний день во время глобального тренда к цифровизации, компании, которые совершенствуют свою работу и внедряют автоматизированные аспекты работы получают конкурентное преимущество. Не исключением стала и область аудита. Представители большой четверки (PriceWaterhouseCoopers, Deloitte, Ernst&Young, KPMG) уже активно применяют собственные цифровые программы, разработанные внутренними IT-специалистами с учетом специфики каждого отдельного аудитора-гиганта [1]. Они используют в своей деятельности такие инновационные технологии, как искусственный интеллект, блокчейн, цифровая валюта. Одним из перспективных направлений эволюции традиционной операционной модели бизнеса является использование технологии RPA.

Роботизированная автоматизация процессов (Robotic Process Automation (далее RPA)) – это автоматизация простых постоянно повторяющихся процессов с предсказуемым исходом, которые ранее обычно выполнялись людьми [2]. Роль же человека смещается с рутинной проверки информации на изучение результатов деятельности компьютерных программ и решении нестандартных задач [1].

По оценке Gartner в 2013 году мировой рынок RPA составлял 260 млн долл., в 2020 превысил 680 млн долл., а в 2022 достигнет 2,4 млрд долл. Также, по их оценке, 60% компаний с выручкой более 1 млрд долл. уже внедрили роботов. Белорусский рынок RPA находится в начале своего формирования. По результатам исследования, проведенного компанией Ernst&Young на основании данных парка высоких технологий, только 12% резидентов парка используют роботов в своей деятельности, что является достаточно низким показателем [3].

А между тем, внедрение RPA в аудит способствует быстрому и качественному анализу больших массивов информации и как следствие повышению экономической эффективности аудита и выручки аудиторских организаций. Рассмотрим основные преимущества RPA для компаний, осуществляющих профессиональный аудит и бухгалтерский учет:

- Снижение времени и сложности контроля качества
- Повышение производительности и качества оказываемых услуг
- Повышение уровня достоверности данных
- Повышение уровня конфиденциальности при обработке данных
- Упрощение процесса масштабирования
- Повышение удовлетворенности клиентов за счет снижения стоимости аудиторских услуг
- Снижение до минимума уровня отклонений, ошибок и упущений

Безусловно, вводя в эксплуатацию технологии RPA организации должны быть готовы столкнуться и с определенными трудностями. Прежде всего это достаточно высокие первоначальные инвестиции на покупку программного обеспечения и наймом программистов. И в таких странах, как Республика Беларусь, где стоимость человеческого труда низкая, только самые крупные компании могут себе позволить такие технологии [2].

Также неявно существует и зависимость от квалифицированного персонала для установки, обслуживания и обучения роботов. Кроме того, роботам присуща такая черта, как неспособность адаптироваться к неопределенности. Эта слабость очевидна, когда они вынуждены реагировать на ситуации, отличающиеся от заданного алгоритма. Поэтому возникает необходимость в специалистах, умеющих работать с настройкой опций, позволяющих эффективно внедрить процессы роботизации.

Организации могут столкнуться и с такими трудностями, как вопрос толерантности к новым технологиям – критическое отношение работников к внедрению роботов, а также риск возможных ошибок и неисправностей в работе системы. Поэтому при принятии решения о внедрении RPA аудиторской организации необходимо оценить, как выгоды, так и потенциальные риски

Так какие же процессы могут быть роботизированы? На современном этапе роботов рассматривают как заменителей членов аудиторской группы с низшей квалификацией – помощников и стажеров, основной задачей которых является сбор первичной информации и ее анализ [4] RPA помогает с аудитом данных, который не требует аудиторского заключения на каждом этапе. Ниже приведены способы, где RPA может быть полезен:

- Решение о принятии или непринятии задания от клиента

В соответствии с Национальными правилами аудиторской деятельности в отношении принятия аудиторских заданий аудиторская организация должна оценить возможность проведения аудита у аудируемого лица и по результатам такой оценки принять решение о его проведении либо обоснованно отказаться. В настоящее время сбор информации такого характера осуществляется аудитором в средствах массовой информации или на сайтах соответствующих государственных органов. Применение облачных технологий и разработка специальных поисковых систем может заменить человека в этом процессе. С гораздо большей скоростью поисковый робот может находить и анализировать представленную в интернете информацию о потенциальном или фактическом клиенте аудитора [4].

- Оценка рисков искажения финансовой отчетности

В НПАД говорится, что аудиторская организация должна оценить риски существенного искажения информации на уровне предпосылок подготовки бухгалтерской и (или) финансовой отчетности, анализируя различные виды потенциальных искажений. И если сейчас обработка информационного массива осуществляется автономно, то в будущем такой робот может получить возможность сопоставления данных не только внутри самой организации, но и с данными внешней сети, например, с данными контрагентов и регуляторов [4].

- Сбор аудиторских доказательств

Особое место в системе сбора аудиторских доказательств имеет возможность использования роботом системы распознавания лиц. Во многих компаниях ведется видеозапись процедур, выполняемых сотрудниками, движения в офисе, на входе, парковке и т.д. Просмотр видеоряда человеком достаточно утомителен и малоэффективен, в то время как робот может оперативно анализировать видеозапись и готовить по сути документ о результатах выполнения процедуры наблюдения за каким-либо процессом [4]

В частности, в ходе аудиторской миссии аудитор выполняет ряд операций, многие из которых могут быть успешно автоматизированы: формирование рабочей документации по базовой информации клиента, работа с документооборотом плательщика, сбор, обработка, проверка данных и удаление дубликатов, проведение экономического анализа и алгоритмизированных расчетов, обработка табличных данных. Аудиторы смогут использовать биометрию, голосовое распознавание, обмен метаинформацией и экспертные системы для оценки клиентов и анализа отношений между компаниями. Процесс роботизации отдельных процессов в различных компаниях индивидуальны. Стоит понимать, что чем более шаблоннее процесс, чем больше типовых задач имеет, тем легче его роботизировать.

Однако робот не может целиком заменить рабочую единицу при выполнении экспертных задач, индивидуальных выводов. В первую очередь, роль человека в аудите заключается

в грамотном применении профессионального суждения, обучить искусственный интеллект такой функции на данный момент не представляется возможным. Также аудитор даже с применением роботизированной платформы всё же контролирует процесс проведения аудита, заключает договоры и обсуждает отдельные моменты проведения проверки с аудируемым лицом [1]. Поэтому роль аудитора все еще имеет высокое значение.

Таким образом для компаний, специализирующихся на предоставлении бухгалтерских и аудиторских услуг, внедрение технологии RPA становится очень перспективным за счет большого объема в работе данных, необходимых для обработки. Благодаря роботизации исключается человеческий фактор - ошибки невнимательности и случайные искажения показателей и повышается эффективность деятельности организации. И несмотря на то, что высокая стоимость приобретения программного обеспечения становится сдерживающим фактором для некоторых аудиторских организаций, им стоит рассмотреть внедрение роботов не как локальный макрос, а как часть бизнес-стратегии.

Список литературы:

1. Городилов М.А. Цифровизация и роботизация аудита / М.А. Городилов, И.Г. Белявцева // Развитие учетно-аналитической и контрольной системы в условиях глобализации экономических процессов: сборник научных статей / под общ. ред. Т.Г. Шешуковой; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Пермь, 2020. – Вып. 11. – С. 141-152.
2. Ковалевич Е.В. Роботизированная автоматизация бизнес-процессов в бухгалтерском аудите на примере ООО «Эрнст энд Янг» // Актуальные исследования. – 2021. – № 13 (40). – С. 33-36.
3. The IT Industry in Belarus: 2017 and Beyond [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_by/topics/consulting/ey-it-industry-in-belarus-2017-and-beyond.pdf — Дата доступа: 15.04.2022.
4. Бровкина Н.Д. Эволюция аудита в цифровой экономике: на пути роботизации // Цифровое будущее инновационной экономики России: межвузовский сборник научных трудов и результатов совместных научно-исследовательских проектов. – Москва, 2018. – С. 66-70.
5. Лемеш В.Н. Компьютерные технологии при аудите в Республике Беларусь // Совершенствование учета, анализа и контроля как механизмов информационного обеспечения устойчивого развития экономики : материалы III Международной научно-практической конференции. – Махачкала, 2017. – С. 192–197.

АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ КОБРЕНДИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Колесова Ольга Николаевна

студент,

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Olga Kolesova

Student,

*St. Petersburg State University of Economics,
Russia, St. Petersburg*

Аннотация. В данной статье рассмотрено применение кобрендинговых программ лояльности на практическом опыте, даны рекомендации по внедрению кобрендинга в лояльности.

Abstract. This article discusses the use of coalition loyalty programs on practical experience, gives recommendations on the implementation of coalition in customers' loyalty.

Ключевые слова: гостиничный рынок, лояльности потребителей, кобрендинговая программа лояльности.

Keywords: hotel market, customer's loyalty, coalition loyalty program.

Введение

Под кобрендинговой (также — партнёрской, коалиционной) программой лояльности понимается объединение двух или более брендов с условно общей философией и целевой аудиторией для формирования единой бонусной либо скидочной программы.

Кобрендинговые программы лояльности обладают многими привлекательными качествами:

Это снижает входной барьер для создания новой программы лояльности. Компании-участники, которые присоединяются к существующей кобрендинговой программе лояльности, могут пользоваться готовой платформой для управления данными участников, не вкладывая существенных средств в создание, приобретение или обслуживание собственной системы лояльности.

Предложение уже существующей базы участников для привлечения клиентов. Предполагая, что участники кобрендинговой программы лояльности захотят покупать у нескольких компаний, чтобы максимизировать свои баллы, предприятия могут приобрести новых клиентов, которые уже покупают у других предприятий в рамках альянса.

Это привлекает потребителей. Кобрендинговая программа потенциально привлекательна не только для бизнеса, но и для потребителей. У участников есть много способов заработать баллы для получения бесплатных вознаграждений.

В модели кобрендинговой программы лояльности также есть недостатки.

Программа поощряет лояльность к программе, но может не повышать лояльность к конкретному бизнесу. Поскольку участники могут зарабатывать баллы, покупая у любой компании в сети коалиции, лояльность к конкретному бизнесу не требуется. В этом основное отличие кобрендинговой программы лояльности от традиционной индивидуальной программы лояльности.

Уход клиентов к партнёру по программе. Это особенно вероятно, когда программа позволяет прямым конкурентам (например, ресторанам в том же районе) присоединиться к сети. Но даже в программах без прямых конкурентов партнеры в сети могут непреднамеренно «украсть» бизнес, отвлекая на себя покупательную способность участников.

Негативный опыт клиентов может распространяться. Когда участники получают плохую услугу от одного члена программы, такие инциденты могут создать негативный волновой эффект для всех участников.

Гости, проживающие в определённом гостиничном комплексе, пользующие услугами определённой авиакомпании, обедающие и ужинающие в ресторанах, объединённых в кобрендинговую программу лояльности, потребляют зачастую крупный объём услуг, выгодных для них в большей степени, чем за пределами данной программы. Потребители могут потратить больше, приобретая товары и услуги компаний, входящих в комплекс кобрендинговой программы лояльности, тем самым меняя свои привычные действия в потреблении гостиничного продукта. Ведь только таким образом они смогут накопить баллы, либо получить скидку на приобретение.

Стимулирование и активизация потребителей, которые появляются благодаря таким программам, в том числе нужны для выявления предпочтения гостей в разных сферах потребления, давая тем самым возможность для создания чёткого портрета гостя, включающего его важнейшие интересы и предпочтения. [3] В том числе, кобрендинговая программа позволит привлечь в гостиницу новых гостей, которые пополнят клиентскую базу не только одного предприятия, но и базы компаний-партнёров благодаря совместному взаимобмену необходимой информацией.

Ряд крупных гостиничных сетей и обычных отелей включает в систему своих программ лояльности кобрендинговые активности. Это объясняется возможностью определённой «диверсификации», некоего расширения сферы предоставляемых услуг без серьёзных затрат — у потребителя уходит необходимость в самостоятельном дополнительном поиске товаров и услуг. Даже если прибыль за «дополнительные услуги», не предоставляемые конкретно гостиницей и достаётся исключительно другим предприятиям в рамках кобрендинговой коалиции, уберизация и удобство потребления с большой вероятностью заставят клиентов вернуться [1].

Кобрендинговая программа лояльности в гостиничном бизнесе активно применяется в качестве маркетингового инструмента по всему миру, и крупными, и небольшими сетями отелей и гостиниц, и даже единичными объектами размещения. [4] Крупные сети чаще объединяются в крупные коалиции с авиакомпаниями, поставщиками популярных туристических услуг, различными ресторанами и прочими видами бизнеса для возможности предоставления клиенту наиболее широких привилегий с целью расширения интереса клиента в пользовании своими услугами. Этот вид программы лояльности ценен тем, что позволяет получить доступ к более широкой клиентской базе, сэкономить на стоимости внедрения и осуществления программы и расширить возможности вознаграждений для потребителей. Коалиционная программа лояльности в первую очередь направлена на повышение восприятия ценности бизнеса, а не на ограничение вознаграждений основной деятельности бизнеса.

В комплексе программ лояльности Radisson Rewards, включающей в себя такие гостиничные комплексы, как Radisson, Regent, Park inn для клиентов действует единая накопительная система. На данный момент охват программы включает в себя более 1500 гостиничных комплексов. Клиенту нужно копить баллы (Gold Points) и использовать их для будущих бронирований, либо для повышения категории в программе лояльности. Баллы также можно потратить на покупку авиабилетов, при прокате фильмов или совершая покупки в магазинах-партнёрах. Широко применяется обмен бонусов внутри программы лояльности на авиамили и скидки при пользовании компаниями аренды автомобилей Sixt, Avis.

Marriott Rewards — наиболее известная программа лояльности для отелей с накопительной схемой, действующая в Европе, Канаде, США и Азии. В программу вовлечены почти 5000 гостиниц более чем в 40 странах мира. Кобрендинговая программа лояльности в сети отелей Marriott представлена крайне широко, с большим выбором партнёров по всему миру. Так, например, это обмен баллов программы лояльности на авиамили ряда авиакомпаний (Португальские авиалинии, авиалинии Emirates, авиалинии Etihad, Air France, турецкие авиалинии и многие другие), скидки при пользовании услугами и покупке товаров компаний Herz, Avios, торговых сетей SHOPMYWAY MALL, Exclusive Gifts & Flowers. В Санкт-Петербурге сеть Marriott предоставляет привилегии при приобретении билета в самый популярный музей города — государственный музей «Эрмитаж» [5].

В 2016-2018 гг программы Marriott Rewards и Starwood Preferred Guest объединились по причине слияния гостиничных сетей, что расширило доступ к партнёрской базе для Marriott Rewards. К примеру, для пользователей программы лояльности дополнительно добавились преимущества и скидки на курортах Caesars Entertainment, скидки в кофейнях Starbucks и на сервисе iTunes.

Программа лояльности отелей Hilton — Hilton Honors, в которой также используется система начисления бонусных баллов на счёт клиента за покупки, также представлена по всему миру и в России. В частности, здесь кобрендинг в лояльности в сфере питания выделен под названием Hilton Honors Dining — это бонусная программа, в которой участвуют рестораны партнёрских компаний сети, за покупки в которых начисляются бонусные баллы. Сеть сотрудничает и с платёжными системами — в Америке это American Express. При оформлении специальной кредитной карты в данной системе действуют более выгодные условия оплаты. В том числе, широко распространено сотрудничество с авиакомпаниями по той же единой системе баллов на счету потребителя — это Британские авиалинии, Мексиканские авиалинии, авиалинии Катара, Малазийские авиалинии и другие.

Отечественные гостиничные сети пользуются кобрендингом в меньшей степени, предпочитая концентрироваться на использовании преимуществ стандартных дисконтных и/или накопительных программ лояльности. Но, к примеру, в отельной сети «Евразия» в Санкт-Петербурге применяется кобрендинг с другими отельными сетями: Maxima Hotels (Москва) и «Виктория» (Минск, Беларусь). По картам программ лояльности данных отелей гость может получить скидку в размере 12% и бесплатное совместное проживание для детей до 18 лет. В том числе, сеть «Евразия» сотрудничает с частным визовым центром и предоставляет скидки на услуги относительно визовой поддержки. [2]

В свою очередь, московская сеть Maxima Hotels предоставляет своим гостям билеты на Аэроэкспресс со скидкой. Также, пассажиры поезда Аэроэкспресс могут получить скидку 30% на проживание в отеле сети с завтраком. Сеть сотрудничает с платёжной системой «МИР» и с банками Тинькофф, ЮниКредит Банк, ВТБ, Ситибанк, Райффайзенбанк, что даёт скидку в размере от 8% до 10% при оплате. Владельцам карты Роснефть «Семейная команда» предоставляются особые условия проживания в сети отелей — начисление 10% в виде Баллов от оплаты услуг проживания (с или без питания).

В сети Norke, представленной в Москве и Санкт-Петербурге, потребители могут получить скидку на использование канатной дороги над Москвой-рекой, посещение смотровой площадки в Москва-сити и экскурсию на двухэтажном автобусе и в Москве, и в Санкт-Петербурге.

Кемеровский парк-отель Грааль предоставляет скидку на размещение 15% для участников программы лояльности «Уральских авиалиний». В том числе с «Уральскими авиалиниями», к примеру, сотрудничают отели AZIMUT, «Ореанда Премьер Отель», отель GrandHall, отель Richmond, гостиница «Антей», и многие другие объекты размещения.

Основное преимущество кобрендинга для отелей как раз заключается в возможности доступа к клиентской базе предприятий, вовлечённых в кобрендинг. Взаимодействие с другим бизнесом — это в первую очередь новая рекламная площадка.

К базовым требованиям для формирования кобрендинговой программы лояльности для отелей можно отнести:

1. Необходимость соответствия оказываемой услуги/продаваемого товара профилю. Традиционно, гостиницы взаимодействуют с авиакомпаниями, ресторанами, бюро экскурсий, платёжными системами. Искать «необычный» вариант — опасно и нерентабельно.

2. Необходимость соответствия ценовой категории. Услуги партнёра должны примерно совпадать по стоимости с услугами отеля. Средний доход потребителей, либо средний доход выбранного сегмента, который необходимо развить программой лояльности, должен позволять потребителям пользоваться услугами либо приобретать товары компаний-партнёров по кобрендингу.

3. Необходимость соответствия имиджа. Имидж компании-партнёра должен аутентично продолжать атмосферу, создаваемую в отеле / гостинице, иницирующей кобрендинг. Некорректно объединять крупный отель класса люкс с сервисом недорогих такси.

Кобрендинг является хорошей стратегией эффективного маркетинга и, в частности, формирования лояльности клиентов в гостинично-ресторанном секторе. Однако, применяемые также в данном типе программы лояльности скидки приводят к незначительному сокращению прибыли. Следовательно, кобрендинг не следует использовать для долгосрочного и единственного способа поддержания лояльности. Чтобы справиться с этими проблемами, необходимо принять стратегии для успешного совместного брендинга. Стратегическое мышление в совместном брендинге также позволяет передавать имидж и сообщение совместного бренда от фирм к клиентам. Таким образом, своего рода «совместный» бренд будет легче отличить от других брендов. Более того, при стратегическом управлении, кобрендингом повышается приверженность и лояльность клиентов ко всем брендам компаний-партнёров.

Список литературы:

1. Карасев Я. Коалиционные программы лояльности [Текст] / Я. Карасев // Маркетинговые коммуникации. - 2005. - № 3(27). — С. 37-41.
2. Морозова Л.С. Подходы к определению понятия «лояльность потребителя» в индустрии гостеприимства / Л.С. Морозова, А.А. Поправкина, Д.Г. Чернова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. — Т.10. № 1(62). — с. 85-93.
3. Тимохина Т.Л. Организация гостиничного дела : учебник для прикладного бакалавриата / Т.Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с.
4. Эль-Смайли Д.П. Международный опыт формирования потребительской лояльности и его применение на российском рынке : автореф. дис. Канд. экон. наук: 08.00.05 / Д.П. Эль-Смайли — М.: РУДН, 2012. — 27 с.
5. Chang W. Roadmap of Co-branding Positions and Strategies // The Journal of American Academy of Business. — 2009. — Vol. 1. — P. 77–84.
6. CRE — Портал коммерческой недвижимости [Электронный ресурс] — <https://www.cre.ru/>
7. EPSI в России и странах СНГ [Электронный ресурс] — <https://epsi-rating.ru/>
8. Marriott International [Электронный ресурс] — <http://www.marriott.com.ru>.
9. Worthington S., Horne S. A new relationship marketing model and its application in the affinity credit card market // International Journal of Bank Marketing. — 1998. — Vol. 16, 1. — С. 39-44.

КАЧЕСТВО ПАРТНЁРСКИХ ОТНОШЕНИЙ, КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лазарева Дарья Вячеславовна

студент

кафедры управления качеством и стандартизации,

Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза,

летчика-космонавта А.А. Леонова

РФ, г. Королев

THE QUALITY OF PARTNERSHIPS AS A FACTOR IN ENSURING THE FINANCIAL STABILITY OF AN ENTERPRISE

Daria Lazareva

Student of the

Department of Quality management and Standardization

Technological University named after twice Hero of the Soviet Union,

pilot-cosmonaut A.A. Leonova,

Russia, Korolev

Аннотация. Статья составлена с рассмотрением нерешенных на сегодняшний день вопросов и аспектов, из которых складывается финансовая устойчивость любой организации. Работа включает рассмотрение разных трактовок финансовой устойчивости, с анализом факторов, которыми характеризуются партнерские отношения, чтобы обеспечить финансовую устойчивость организации.

Abstract. The article has been compiled taking into account the issues and aspects that have not been resolved to date. The work includes consideration of various interpretations of financial stability, with an analysis of aspects, taking into account special partnerships, in order to use the financial risks of the organization.

Ключевые слова: аспекты, финансовая, финансовое хозяйственное регулирование, партнерские отношения, сотрудничество.

Keywords: factors, financial stability, financial and economic regulation, partnerships, cooperation.

На сегодняшний день, учитывая современные экономические условия, любое предприятие, в результате того, что информация открыта и доступна для многих, выступает в качестве объекта внимания прочих экономических субъектов, осуществляющих оценивание положения, которым характеризуются предприятия в соответствии с рынком, учитывая показатели конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Для финансовой экономической деятельности любой компании характерно выступать в качестве системы со связанными друг с другом процессами, определяемыми тем, как воздействуют разные факторы.

В результате того, что данные факторы непосредственно связаны друг с другом, они характеризуются разнонаправленным воздействием в соответствии с тем, в каких результатах проводится финансовая хозяйственная деятельность предприятия. В результате того, что воздействуют отрицательные факторы, осуществляется значительное снижение положительных.

Важно подчеркнуть, что один и тот же фактор может действовать по-разному, учитывая конкретные обстоятельства и условия. Для финансовой устойчивости характерно выступать в качестве фундамента, на котором основана стабильность предприятия. В результате

этого на него воздействуют разные факторы. Следовательно, необходимо их классифицировать в соответствии с различными признаками:

- в соответствии со значимостью отмечается наличие первичных и вторичных;
- в соответствии с временем действия отмечается наличие постоянных и переменных;
- в соответствии с тем, где возникают факторы, отмечается наличие внешних и внутренних.

Для любого предприятия крайне важно иметь эффективные партнерские связи, что выступает в качестве основного условия в том, чтобы оно функционировало наиболее благополучно, учитывая целостный хозяйственный процесс.

На сегодняшний день самое важное заключается в предрасположенности к партнерству с постоянным поиском самого эффективного партнерского решения, где деятельность переориентируется относительно рыночных условий, другими словами – на основании партнерских отношений осуществляется достижение, сохранение, усиление собственных конкурентных преимуществ.

Для партнерства характерно выступать в качестве нечто большего, нежели набора с целями и процедурами: в каком состоянии находится ум, как осуществляется проведение дел прочими предприятиями [2].

Бизнес не может быть реализован с ошибочными партнерскими отношениями. В результате этого теряются экономические выгоды, минимизируется рентабельность компании, наступает ее крах.

Важно понимать наличие ошибок, допускаемых участниками в соответствии с подобными отношениями. Достаточно частая ошибка заключается в том, что владелец не подготовлен к тому, чтобы реализовывать партнерские отношения. Для него характерно чувство власти, а не партнерства и равноправия. Принятие важных решений партнерами осуществляется совместно.

Ведение бизнеса в таком случае не осуществляется так, как прежде. Очередная ошибка также заключается и в том, что отсутствует четкое понимание черт партнера.

Требуется предоставить четкую формулировку собственных требований с выяснением потребности конкретного предпринимателя, какие слабые стороны имеет предприниматель, что он хочет получить для того, чтобы повысить рентабельность предприятия.

Цель процесса, при котором привлекается партнер, заключается в нечто большем, чем просто в извлечении прибыли. Требуется постановка четких целей в подобном сотрудничестве. В результате этого осуществляется определения профиля союзника. Он может предоставлять наличие капитала, интеллектуальной собственности и так далее. Требуется провести разработку стратегии, в соответствии с которой будет реализовано будущее сотрудничество.

Крайне важно определить степень достижения результатов, когда привлекаются определенные ресурсы, знания, которые характерны для партнера.

При этом осуществляется планирование всех организационных нюансов, оформление и заключение подробных договоров, которые направлены на чет всех основных ситуаций, появляющихся в результате подобного союза.

Чтобы максимально эффективно организовать партнерские отношения, крайне важно проработать каждую деталь. Фатальные ошибки исключаются при понимании основных компонентов в соглашении, заключаемом партнерами. Договор структурирован условиями, в соответствии с которыми принимается то или иное решение, он контролирует процесс сотрудничества между сторонами.

Осуществляется формирование сфер, в которых компетентны партнеры, полномочия с особенностями того, как будут достигнуты соглашения в соответствии со спорными вопросами.

Межфирменные взаимоотношения формируются и развиваются, учитывая определенную культурную, историческую и институциональную среду. Когда создаются деловые партнерские отношения, обе стороны должны быть готовы к таким отношениям, с приложением собственных усилий для того, чтобы их поддерживать [1].

Для определения необходимых требований, которыми характеризуются партнеры, требуется провести определение каждой заинтересованной стороны с их соответствующими требованиями. В результате того, что взаимодействуют друг с другом каждый сотрудник организаций, осуществляется повышение эффективности взаимодействия, учитывая организационный и межличностный уровень [3].

В соответствии с деловыми партнерскими отношениями отмечаются универсальные факторы, структурированные данной группой:

- соблюдаются личные договоренности с партнерами, формальные, неформальные правила коммуникации;
- поддерживается открытая коммуникация между каждым партнером, предоставляется честная обратная связь;
- демонстрируется единство с мнениями и способами, чтобы снижать результаты.

Крайне важно, чтобы партнеры гибко реагировали в соответствии с неожиданными событиями, учитывая взаимные интересы. Следовательно, стоит отметить, что для доверия характерно выступать в качестве ключевого фактора, чтобы сформировать деловые партнерские отношения.

На сегодняшний день, учитывая современные экономические условия, любое предприятие, в результате того, что информация открыта и доступна для многих, выступает в качестве объекта внимания прочих экономических субъектов, осуществляющих оценивание положения, которым характеризуются предприятия в соответствии с рынком, учитывая показатели конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Для финансово экономической деятельности любой компании характерно выступать в качестве системы со связанными друг с другом процессами, определяемыми тем, как воздействия разными факторами.

В результате того, что данные факторы непосредственно связаны друг с другом, они характеризуются разнонаправленным воздействием в соответствии с тем, в каких результатах проводится финансово хозяйственная деятельность предприятия. В результате того, что воздействуют отрицательные факторы, осуществляется значительное снижение положительных.

Таким образом, на основании проведенного исследования стоит сделать вывод о том, что на основе факторов, осуществляющих воздействие в соответствии с финансовой устойчивостью, организация регулирует деятельность компании. Разумеется, финансовая устойчивость предприятия достигается достаточно сложно, поскольку здесь необходимо умелое и целенаправленное управление всей системой с факторами, выступающими в качестве руководства в деятельности, чтобы решать управленческие задачи предприятия, учитывая внешнюю пользовательскую отчетность.

Список литературы:

1. Гуриев С. Уроки экономики: Капитализм на доверии / Ведомости: ежедневная деловая газета, №227(1267) // [http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/2004/12/09/84556.](http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/2004/12/09/84556;);
2. Данилина Т.А. Партнерские отношения как потенциал развития дошкольного образования и социально-педагогической среды / [http://www.msnauka.com^M2006/Pedagogica/4dardlina%20t.a.%20\(2\).doc.htm](http://www.msnauka.com^M2006/Pedagogica/4dardlina%20t.a.%20(2).doc.htm);
3. Дугинов Д.Е. Сущность партнерских отношений в бизнесе / <http://www.ibil.ru/index.php?type^revicw&arca=l&p=articles&id=89>.

ПОРЯДОК И ОСОБЕННОСТИ РЕГИСТРАЦИИ БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Миргиястинова Рухсанам Джамалдиновна

магистрант,
Университет Нархоз,
Республика Казахстан, г. Алматы

Каршалова Алма Дамеровна

канд. экон. наук, доцент,
Университет Нархоз,
Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация. В данной статье рассматривается процесс регистрации компаний в Казахстане.

Далее, в этой статье я хотела бы поэтапно разобрать процесс регистрации компании в республике Казахстан и тонкости в налогообложение.

Формы предприятий в Казахстане делятся на:

1. Индивидуальное предпринимательство
2. Товарищество с ограниченной ответственностью (ТОО) LLP
3. Акционерное общество
4. Представительство, филиал

Начнём с первого; индивидуальное предпринимательство.

Согласно ст.3 Закона «О гражданстве», гражданами РК признаются лица, которые:

- постоянно проживают в РК на день вступления в силу Закона «О гражданстве»;
- родились на территории РК и не состоят в гражданстве иностранного государства;
- приобрели гражданство РК в соответствии с Законом «О гражданстве».

При регистрации индивидуального предпринимательства необходимо будет выбрать режим и сдавать налоговую отчетность.

Виды режимов для ИП:

1. Индивидуальное предпринимательство на специальном налоговом режиме на основе патента
2. Индивидуальное предпринимательство на специальном налоговом режиме на основе упрощенной декларации
3. Индивидуальное предпринимательство на основе специального режима применения фиксированного вычета
4. Индивидуальное предпринимательство на общеустановленном режиме (микро, малое и среднее предпринимательство)
5. Индивидуальное предпринимательство на общеустановленном режиме (крупное предпринимательство)
6. Индивидуальное предпринимательство на специальном налоговом режиме розничного налога (Новый режим, был создан в период пандемии для поддержки бизнеса)

1. **Индивидуальное предпринимательство на специальном налоговом режиме на основе патента.** Данный режим подразумевает под собой отсутствие наемных сотрудников и сдача отчёта ФНО 911.00 до истечения срока действия предыдущего патента. Максимальный оборот за год в данном режиме должен быть не больше 10 806 264 тенге на 2022 год (3 528 МРП).

Для работы по патенту, ИП необходимо осуществлять одно из 32-х видов деятельности, которые указаны в 685-ой статьи Налогового Кодекса РК.. В основном это сдача недвижимости в аренду, ремонтные работы и услуги салона. Предпринимателю необходимо заранее просчитать планируемый доход за год или за период в котором он будет выполнять предпринимательскую деятельность, и на этот срок он может выкупить патент оплатив за него налоги до начала деятельности.

2. Самым удобным и распространённым режимом является- специальный налоговый режим на основе упрощенной декларации, иными словами «упрощенка».

Для применения данного режима, необходимо соответствовать определённым критериям:

1. Численность работников- НЕ более 30 человек
2. Отсутствие подразделений и филиалов

3. Оборот за полгода НЕ должен превышать 24 038 МРП. В случае, если компания использует ТИС (трёхкомпонентную интегрированную систему), оборот за полгода может быть выше на 70 048 МРП. $24\ 038\ МРП + 70\ 048\ МРП = 94\ 086\ МРП$ (288 185 418 тг. В 2022 г.)

ТИС (наличие онлайн ККМ, POS-терминала, автоматизированной системы учёта товаров)

4. Сфера деятельности- все, кроме тех, что указаны в пп.3 п.2 ст.683 НК РК. (Производство подакцизных товаров, реализация подакцизных товаров, реализация нефтепродуктов, проведение лотерей, недропользование, сбор и прием стеклопосуды, черных и цветных металлов, бухгалтерские и аудиторские услуги, страховая деятельность, финансовый лизинг, деятельность в области права, юстиции и правосудия.)

Основной налог, который уплачивает ИП – 3% от дохода за налоговый период (6 месяцев).

3. Специальный налоговый режим с использованием фиксированного вычета

Налогоплательщик должен соответствовать следующим условиям:

1. Численность работников не должна превышать 50 человек
2. Доход за налоговый период не должен превышать 441 635 592 тг. (144 184 МРП)
3. Вид деятельности не должен совпадать с перечисленными в пп. 3 п.2 ст. 683 НК РК.

(Производство подакцизных товаров, реализация подакцизных товаров, реализация нефтепродуктов, проведение лотерей, недропользование, сбор и прием стеклопосуды, черных и цветных металлов, бухгалтерские и аудиторские услуги, страховая деятельность, финансовый лизинг, деятельность в области права, юстиции и правосудия.)

Налоговым периодом является один календарный год. Срок сдачи декларации не позднее 31 марта следующего года. Уплата налогов до 10 апреля следующего года. Удобство этого режима в том, что он является что-то между средним между упрощённым и общеустановленным режимом. В данном случае предпринимателю не обязательно ввести бухгалтерский учёт но при этом он может брать на вычет расходы, например такие как приобретение товара, зарплатные расходы, и расходы по уплате налогов. Самая отличительная часть данного режима это наличие фиксированного вычета в размере (до 30% от полученного дохода).

4. Индивидуальное предпринимательство на общеустановленном режим

Данный режим не считается выгодным, его вынуждены использовать предприниматели которые не могут выполнить условия необходимы для упрощенного режима. Ограничения в среднесписочной численности работников за налоговый период или доход за налоговый период.

Налоговым периодом считается календарный год, получается годовым отчетом будет (ФНО 220,00) сдаётся до 31 марта года, следующего за отчетным. Помимо годового отчета ИП сдает квартальный отчеты по зарплате сотрудников (ФНО 200,00) ежеквартально, до 15 мая, 15 августа, 15 ноября отчетного года и до 15 февраля следующего года. Налоговая ставка, которую платит предприниматель на общеустановленном режиме составляет 10% с прибыли (разница между выручкой и расходам).

Также стоит отметить, что индивидуальное предпринимательство на ОУР режиме могут стать на НДС добровольно или обязательно (при достижении лимита) где оборот не должен превышать 20 000 МРП за год.

Для того чтобы ИП встало на НДС, в первую очередь необходимо встать на учёт в налоговой, получить свидетельство о налогоплательщике НДС, оплачивать ежеквартально 12% и сдавать ежеквартальную налоговую отчетность (ФНО 300,00). Что касается налога при рас-таможке товара при импорте, НДС необходимо оплачивать независимо о постановке на учет. При сдаче налоговой отчетности оплаченный НДС уйдет в зачет к начисленному НДС за налоговый период.

5. Индивидуальное предпринимательство на специальном налоговом режиме розничного налога (Новый режим, был создан в период пандемии для поддержки бизнеса)

Данный режим был принят в период пандемии для поддержки малого и среднего бизнеса. Данный режим могут применять налогоплательщики, которые осуществляют один или несколько видов по окэд, они также не должны быть плательщиками НДС и социального налога, налоговым периодом для применения СНР розничного налога является календарный квартал., исчисление КПП (ИПН) производится налогоплательщиком самостоятельно путем применения к объекту налогообложения за отчетный налоговый период ставки в размере 3 %. Но, ИП и ТОО, применяющие СНР розничного налога, по ИПН и социальным платежам обязаны представлять ежеквартально декларацию по ИПН и СН (форма 200.00) на основании п.1 ст. 355 НК РК. Данный режим позволяет налогоплательщикам Заполнять раздел «Корректировка дохода» в налоговой отчетности В строке 913.00.008 «Корректировка дохода в соответствии с п.1 ст.241 НК» В основном это: дивиденды, доход от страховых, доход который получает организация от исламских банков, доход полученный от фондов гарантированного исполнения обязательств, доход от уступки прав требования, инвестиционные доходы и т. д. Виды режимов для Товариществ с ограниченной ответственностью.

Список литературы:

1. Кодекс Республики Казахстан О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2021 г.)
2. "Договор о Евразийском экономическом союзе" (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 01.10.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 05.04.2022)
3. <https://mybuh.kz/useful/osobennosti-vedeniya-ip-po-obshcheustanovlennomu-rezhimu.html>

АВТОМАТИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРИМЕРЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Моргачев Артем Андреевич

магистрант,

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

AUTOMATION OF MARKETING PROCESSES ON THE EXAMPLE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Artem Morgachev

Master,

*St. Petersburg State University of Economics,
Russia, St. Petersburg*

Аннотация. На сегодняшний день внедрение технологий маркетинговой автоматизации (МА) является, пожалуй, одной из важнейших составляющих успеха на рынке. Стоит отметить, что маркетинговая автоматизация – это не только настройка таргетированной или контекстной рекламы, как многие думают. На сегодняшний день в МА входят все точки касания с клиентом на каждом этапе воронки продаж. В основном, технологии МА сегодня внедряют и активно используют крупные фирмы. В данной статье рассматривается пример внедрения технологий маркетинговой автоматизации на примере малого бизнеса, чтобы выяснить, имеет ли вообще смысл использование МА на небольших предприятиях.

Abstract. Today, the introduction of marketing automation (MA) technologies is, perhaps, one of the most important components of success in the market. It is worth noting that marketing automation is not only about setting up targeted or contextual advertising, as many people think. Today, MA includes all points of contact with the client at each stage of the sales funnel. Basically, MA technologies are now being introduced and actively used by large firms. In this article, I will consider an example of implementing marketing automation technologies on the example of small businesses to find out if it makes sense at all to use MA in small businesses.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая автоматизация, продвижение компании, цифровизация.

Keywords: marketing, marketing automation, company promotion, digitalization.

Исследователи Баклин, Леманн и Литтл писали, что роль технологий в маркетинге заключается в переходе от “поддерживающей функции принятия маркетинговых решений к автоматизации принятия решений” к 2020 году [1]. Кроме того, они также предсказали тот факт, что часть маркетинговых решений будет автоматизирована из-за массовой кастомизации, большей производительности и лучшего алгоритма принятия решений. Несомненно, что учёные оказались правы и все их тезисы, высказанные в далёком 1998 году, имеют место быть в 2020. Сегодня автоматизация маркетинга (МА) неуклонно набирает популярность и как бизнес-инструмент, помогающий повысить продажи, увеличить прибыль и как исследовательский феномен.

В литературе предлагаются две основные точки зрения относительно определения МА. Во-первых, МА считается технологией или инструментом, используемым для автоматизации маркетинговых операций. Соответственно, Баттл и Маклан определяют МА как “применение компьютеризированных технологий для поддержки маркетологов и управления маркетинговыми процессами в достижении их рабочих целей”. Аналогичным образом, другие ученые

определили МА как инструмент, используемый для выполнения конкретных задач, таких как автоматическая персонализация и поведенческий таргетинг маркетинговой деятельности [2], [3]. Вторая же точка зрения состоит в том, что МА рассматривается как стратегическая инициатива, которая имеет потенциал для развития и революционизирования организационных структур процессов и культуры поведения маркетинга в целом [4]. Аналогичным образом, МА воспринимается как основной ресурс стратегического маркетинга и определяется как “центральный элемент с точки зрения коммуникационной стратегии компаний и их стратегии привлечения клиентов” [5].

Автор данной статьи определяет МА как технологию, используемую для повышения эффективности и результативности маркетинговых операций посредством автоматизированной, персонализированной и аналитической деятельности. Тем не менее, нельзя не признать тот факт, что преимущества МА во многом зависят от стратегической трансформации организационных структур, процессов и клиентоориентированной культуры, которые определяют использование МА.

Существующие исследования признают, что фирмы могут разрабатывать новые технологии внутри самой фирмы или приобретать технологии на рынках. В данной статье автор ограничивается технологиями маркетинговой автоматизации, приобретаемыми на рынке, так как лишь немногие организации самостоятельно разрабатывают технологии МА по соображениям экономической эффективности.

Рассмотрим основные области внедрения технологий и инструментов маркетинговой автоматизации.

Во-первых, это прогнозная аналитика. С помощью внедрения МА в эту область появляется возможность не только получать данные о клиенте и показывать ему персонализированный контент, но и прогнозировать его поведение в дальнейшем. Основные возможности, которые появятся у бизнеса после автоматизации данной области в бизнесе:

- Создание рекомендаций для клиента на основе аналитики его поведения на сайте или его предыдущих покупок
- Поиск потенциальных клиентов и определение его главных ожиданий от предлагаемого товара/услуги
- Просчет востребованности и жизнеспособности продукта
- Составление прогноза по возможному оттоку клиентов
- Разработка плана продаж на перспективу

Вторая область – это персонализированный или “умный” контент. Возможно, это направление маркетинга нельзя назвать новаторским, однако от этого оно не становится маловажным, ведь оно оказывает огромное влияние на все аспекты современного маркетинга. С помощью внедрения технологий и инструментов маркетинговой автоматизации в данную сферу бизнеса, появляется возможность отслеживать все действия пользователя: области сайта, на которых пользователи задерживают своё внимание, время, проведённое на сайте, самые “кликабельные” ссылки, источник, откуда клиент пришёл на сайт и так далее. Эта информация может быть использована для многих целей, которые в итоге ведут к увеличению продаж. К примеру, для отслеживания самых эффективных рекламных источников или определения наиболее оптимального времени в сутках для направления посетителю нужной и актуальной информации. Передовые технологии автоматизации маркетинга ведут строгий контроль действий пользователя. К примеру, потенциальный покупатель сначала искал какую-то конкретную вещь через запрос, затем ему показывается контекстная реклама. Также примером автоматизации маркетинга в данной области может служить технология автоматической email рассылки клиентам, которые были на сайте, добавили товар в корзину, но не оплатили с напоминанием о выбранном товаре.

В-третьих, нельзя забывать про такую область современного маркетинга, как контекстная реклама, а точнее, управление ставками контекстной рекламы. Искусственный интеллект может определить точную стоимость клика по рекламному объявлению или стоимость лида в каждой рекламной кампании. Рассмотрим алгоритм Albert 2.0., который создан компанией

Albert Technologies. Для проведения рекламной кампании вводятся ключевые параметры, такие как каналы продвижения, целевая аудитория, показатели эффективности и так далее. Далее данный алгоритм самостоятельно подбирает потенциальных клиентов, которые отвечают заданным параметрам, определяет оптимальное время показа рекламных объявлений и показывает их в нужный момент, тем самым увеличивая эффективность проводимой рекламной кампании. Российские компании также идут в ногу со временем. Calltouch внедрил два инструмента в свой личный кабинет — «Рекомендатор» и «Оптимизатор» рекламных ставок. Второй проводит анализ статистики, конверсии ключевых слов и на основании полученных данных способен самостоятельно регулировать ставки в контекстной рекламе — пользователю нужно только лишь обозначить цель оптимизации рекламной кампании и максимальную стоимость целевого действия.

Четвёртая область для внедрения инструментов маркетинговой автоматизации – это речевая аналитика. Голосовой поиск на данный момент занимает второе место среди всех способов поиска информации в интернете: 28% пользователей используют, а 56% применяют запросы голосом при поиске наравне с другими методами. Можно считать, что данный тренд сейчас только набирает обороты и в дальнейшем будет становиться всё более популярным. В связи с этим, такие инструменты аналитики и продвижения, как Google Analytics* и Яндекс Метрика, не будут столь востребованы и актуальны, как сейчас, если не будут модернизированы. Велика вероятность появления новых сервисов аналитики, способных работать с голосовыми запросами.

И в завершении хотелось бы поговорить о такой области, как чат-боты. Возможно, данную технологию нельзя назвать новым трендом в области маркетинга. Однако с каждым годом человек создаёт себе всё новых помощников, которые способны заменить его во всё большем числе сфер. Боты помогают оказывать оперативную круглосуточную поддержку пользователям, принимают и обрабатывают входящие обращения и выполняют ещё многие функции. Для внедрения чат-бота в бизнес, можно создать его самостоятельно с помощью специального конструктора через применение заранее прописанных сценариев. Также можно адаптировать под свой бизнес бота, созданного сторонним разработчиком или изобрести собственного помощника на базе машинного обучения.

**(По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google, является нарушителем законодательства Российской Федерации – прим.ред.)*

Список литературы:

1. R. Bucklin, D.R. Lehmann, J.D.C. Little, From decision support to decision automation: A 2020 vision / Marketing Letters, 9 (3) (1998), pp. 235-246 // <https://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0009243660&partnerID=10&rel=R3.0.0>
2. I. Heimbach, D.S. Kostyra, O. Hinz, Marketing automation / Business & Information Systems Engineering, 57 (2) (2015), pp. 129-133 // <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-84957034703&origin=inward&txGid=46957c6ff2d4a4126ebe96962a257f21>
3. J. Järvinen, The use of digital analytics for measuring and optimizing digital marketing performance / Jyväskylä Studies in Business and Economics, 170 (2016) / https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=The%20use%20of%20digital%20analytics%20for%20measuring%20and%20optimizing%20digital%20marketing%20performance&publication_year=2016&author=J.%20Järvinen*
4. J. Järvinen, H. Taiminen, Harnessing marketing automation for B2B content marketing / Industrial Marketing Management, 54 (2016), pp. 164-175 // <https://www-sciencedirect-com.ezproxy.unecon.ru/science/article/pii/S0019850115300018>
5. S. Del Rowe, New marketing automation hits the mark / Customer Relationship Management (2016), pp. 24-27 // <https://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85076978768&partnerID=10&rel=R3.0.0>

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Симонян Артур Владимирович

студент,

Российский технологический университет,

РФ, г. Москва

Кузовлева Нина Федеровна

научный руководитель,

канд. экон. наук, профессор,

РТУ МИРЭА

РФ, г. Москва

Основными направлениями обеспечения ЭБП считаются:

- поддержание высокой экономической эффективности работы, финансовой устойчивости и независимости предприятия;
- обеспечение высокой конкурентоспособности технического потенциала;
- повышение эффективности менеджмента, поддержание оптимальной и эффективной организационной структуры управления предприятием
- повышение уровня квалификации персонала;
- минимизация негативного влияния на окружающую среду;
- повышение юридической защищенности всех аспектов деятельности предприятия (организации), обеспечение защиты коммерческой тайны;
- эффективная организация безопасности персонала предприятия, его капитала и имущества, а также коммерческих интересов.

Обеспечение безопасности финансовой составляющей заключается в наиболее эффективном использовании предприятием корпоративных ресурсов. Для этого проводится планирование комплекса необходимых мероприятий, а затем реализация запланированных действий в процессе осуществления хозяйствующим субъектом своей экономической деятельности.

Защита интеллектуальной и кадровой составляющей проявляется в развитии высокой ориентированности на работу с персоналом в целях повышения эффективности деятельности всех его категорий, а также в необходимости создании условий для максимального развития интеллектуального потенциала, увеличения профессионального опыта и классификации работников.

Осуществление защиты технико-технологической составляющей проводится благодаря анализу рынка технологий производства продукции аналогичного профиля, анализ информации о предприятиях, производящих аналогичную продукцию. Наиболее подходящим способом осуществления данного анализа можно считать конкурентную разведку, которая занимается легальным сбором и обработкой информации из открытых источников. Один из специалистов в этой области, Н.И. Баяндин определяет конкурентную разведку следующим образом:

«Конкурентной разведкой называется деятельность негосударственной организации по добыванию сведений об имеющихся и потенциальных угрозах ее существованию и интересам при условии соблюдения существующих правовых норм». Другими словами, конкурентная разведка – это сбор и анализ информации о конкурентах и рынке для формирования бизнес-стратегии. Ее цель – узнать все, что нужно о конкурентной среде бизнеса и компаний-конкурентов.

Конкурентную разведку необходимо проводить быстро и этично, она должна быть всеобъемлющей, нужно использовать как опубликованные, так и неопубликованные источники. Конкурентные разведывательные мероприятия могут быть сгруппированы по двум основным типам, тактическим и стратегическим. Тактические являются более краткосрочными и направлены на обеспечение решения таких вопросов, как захват доли рынка или увеличение

доходов. Стратегическое внимание уделяется более долгосрочным вопросам, таким как ключевые риски и возможности, стоящие перед предприятием. Конкурентная разведка отличается от корпоративного или промышленного шпионажа, который использует незаконные и неэтичные методы для получения несправедливого конкурентного преимущества.

К основным задачам конкурентной разведки, осуществляемой в интересах обеспечения экономической безопасности предприятия можно отнести:

- маркетинговые исследования;
- анализ потенциальных клиентов и партнеров;
- поиск рыночных ниш;
- анализ конкурентов;
- подбор кадров;
- систематизация имеющихся информационных ресурсов и поиск новых.

Вторым способом анализа для защиты технико-технологических составляющих в целях обеспечения экономической безопасности предприятия важную роль играют методики оценки финансового состояния для оценки контрагентов. Оценка может быть произведена как по информации, полученной из официальных источников или от самого контрагента (например, финансовая отчетность), так и по информации, полученной в порядке ведения деловой разведки.

Для обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта следует проводить мониторинг состояния и динамики развития предприятия, с целью возможности заблаговременно предупредить грозящую опасность и вовремя принять меры защиты.

Для обеспечения экономической безопасности информационной составляющей необходимо создание внутри предприятия службы экономической и информационной безопасности. К ее основным задачам должны относиться:

- сбор, анализ и защита информации, имеющей отношение к деятельности того или иного предприятия (информация о всех видах рынков, информация о политических событиях и тенденциях макроэкономического развития мировой и национальной экономик);
- прогнозирование различных угроз ЭБ; оценка и понимание существующих опасностей;
- организация работ по устранению угроз;
- создание системы обеспечения экономической безопасности;
- координация деятельности различных подразделений службы.

Сотрудникам этой службы необходимо направлять свою деятельность на защиту персонала организации, охрану материальных и финансовых ресурсов, обеспечивать безопасность информации и интеллектуальной собственности, особенно в части сведений, являющихся коммерческой тайной. Службе безопасности нужно правильно расставить кадры и грамотно распределить права и обязанности между ними, важно разграничить круг полномочий и описать степень их ответственности, нужно постоянно взаимодействовать с правоохранительными органами. Все вышеперечисленное способно обеспечить эффективную работу данной службы. Кроме того, служба безопасности имеет взаимодействие с другими структурными подразделениями фирмы, от деятельности которых зависит состояние экономической безопасности организации.

Необходимо проводить ряд мероприятий, к числу которых относятся: изучение законов Российской Федерации, инструкций, других нормативно-правовых актов и их анализ; анализ информации и сведений о организациях, уже работающих с фирмой или совершенно новых контрагентов; сбор информации о противозаконных структурах и возможности появления их агентов внутри организации; анализ информации о недобросовестных конкурентах и методов их работы.

Служба безопасности на предприятии помимо информационной должна обеспечивать безопасность и с точки зрения физической (силовой) составляющей. Эта защита включает в себя:

- обеспечение физической и моральной безопасности сотрудников фирмы (охрана сотрудников, сбор информации для предотвращения угрозы безопасности);

- обеспечение безопасности имущества и капиталов предприятия (охрана имущества (зданий, сооружений, оборудования, транспорта), охрана перевозок, страхование имущества и рисков, обеспечение безопасности капитальных вложений);
- безопасность информационной среды фирмы (защита от промышленного шпионажа, сбор информации о внешней среде бизнеса);
- обеспечение благоприятной внешней среды бизнеса (превентивные действия по предотвращению угроз, работа с общественностью и прессой).

Реализация направлений обеспечения экономической безопасности предприятия создает условия не только для стабильности его функционирования, но и повышения эффективности его финансово-хозяйственной деятельности, а также способствует повышению экономического потенциала отраслей экономики Российской Федерации и экономики страны в целом. Делая выводы по главе, можно сказать, что экономическая безопасность хозяйствующего субъекта — это состояние защищенности его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых или косвенных угроз. При этом процесс организации этой безопасности — довольно трудоёмкий, включающий в себя очень много различных составляющих в финансовом, организационном, кадровом, правовом, информационном плане. Предметом экономической безопасности является управление экономическими рисками, а объектом считается любой фактор деятельности организации, способствующий повышению эффективности. Нужно понимать, что экономическая безопасность предприятия основана на оптимальном соотношении продуктивности, эффективности, гибкости и приспособленности, что позволяет ему быть устойчивым, адекватно реагировать на вызовы и угрозы, развиваться и совершенствоваться.

На экономическую безопасность предприятия оказывают воздействие определенного количества угроз.

При этом чаще всего они подразделяются на внешние, выражающиеся в давлении со стороны своей страны и иностранных государств, и внутренние, связанные с фирмами конкурентами.

Также не нужно забывать про факторы экономической безопасности, к которым относятся экономическая ситуация в стране, скорость научно-технического прогресса, государственная политика, климатические условия, экономические и финансовые показатели самого предприятия, ассортимент и ценовая составляющая, даже организационная структура и степень мотивации персонала. Экономическую безопасность предприятия можно оценивать с помощью различных критериев, при этом во взаимосвязи с отдельными критериями формируются и конкретные показатели экономической безопасности, которые необходимо рассчитывать и сравнивать с пороговыми значениями, несоблюдение которых приводит к появлению негативных тенденций в системе экономической безопасности отдельного предприятия.

Реализация направлений обеспечения экономической безопасности предприятия создает условия не только для стабильности его функционирования, но и повышения эффективности его финансово-хозяйственной деятельности, а также способствует повышению экономического потенциала отраслей экономики Российской Федерации и экономики страны в целом.

Анализ экономической безопасности предприятия тесно переплетается с его финансовой состоятельностью, положением на рынке, и зависит от тех факторов, которые оказывают влияние на предприятие, поэтому необходимо учитывать множество моментов.

Список литературы:

1. Субботин В.Н. Теоретические и практические проблемы обеспечения экономической безопасности предприятия // Экономическая безопасность бизнеса: актуальные проблемы правового обеспечения: Материалы межвузовской научно-практической конференции в СПбГИЭУ. Санкт-Петербург, 19 января 2005 г. СПб., 2005. С. 7.
2. Экономическая безопасность предпринимательской деятельности: Методическое пособие для предпринимателя/ Сост. Б.Н. Торянников, А.П. Красовский. СПб., 2000. С. 28.

3. Васильев Г.А., Халикова Э.А. Экономическая безопасность предприятия в современных условиях // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. VIII международная. научно-практическая конференция. – Новосибирск: СибАК, 2011
4. Экономическая и национальная безопасность: учебник для вузов / Е.А. Олейников [и др.]. - М.: Экзамен, 2005.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ

Сулейменова Назия Сериковна

магистрант,

Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина,
Казахстан, г. Нур-Султан

Темирова Акмарал Болатовна

научный руководитель,

Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина,
Казахстан, г. Нур-Султан

В настоящее время актуальной проблемой для развития сельскохозяйственного производства является сохранение естественного и повышение экономического плодородия сельскохозяйственных земель, рост продуктивности сельскохозяйственных угодий и животных, рациональное использование водных ресурсов и всей окружающей природной среды.

Относительная обособленность и одновременно открытость сельского хозяйства как некоторой экономической системы, стремящейся к эффективному функционированию, предполагает необходимость увязывать три компонента:

- 1) Эффективное потребление;
- 2) Эффективное производство;
- 3) Эффективное распределение.

Одновременно эти условия могут соблюдаться только в рамках совершенной конкуренции. Вместе с тем, сельскохозяйственное производство объективно нуждается в государственном регулировании, так как в условиях рыночной экономики аграрный сектор наиболее подвержен различного рода факторам нестабильности. Но государственное вмешательство должно быть эффективным, гибким, учитывающим законы рынка. Степень выполнения данного требования характеризует эффективность экономического механизма.

Этот вид эффективности подразумевает:

- эффективное действие установленных закупочных и оптовых цен, налогов, процентных ставок за пользование кредитом;
- бюджетного финансирования;
- системы страхования;
- таможенных тарифов;
- выделяемых целевых инвестиций и субсидий, а также складывающихся рыночных отношений между товаропроизводителями продукции и сырья посредством договорных цен, обоснованного распределения прибыли совместных предприятий, созданных новых производств, приобретаемых и осваиваемых технологий и т. д.

Среди всех проанализированных видов экономической эффективности ни один отдельно взятый не может однозначно раскрыть сущностный характер категории. Поэтому оценка эффективности сельскохозяйственного производства не исключает, а предполагает обязательное рассмотрение результативности функционирования отрасли с разных сторон.

Ожидается, что к 2050 году мировой спрос на продукты питания удвоится, и фермам по всему миру необходимо будет увеличить производство, чтобы удовлетворить этот спрос.

Фермеры также должны работать с повышенной устойчивостью - на сельское хозяйство уже приходится почти 70% мирового потребления воды, а с учетом того, что спрос на воду, как ожидается, вырастет на 55% для удовлетворения этих растущих потребностей в продуктах питания, эффективное и действенное использование этого ограниченного ресурса имеет решающее значение. Фермеры могут оптимизировать свои операции, внедряя цифровую трансформацию, позволяя нашему сельскохозяйственному сектору кормить мир более эффективно и устойчиво.

Пути повышения эффективности и устойчивости сельскохозяйственного производства с помощью цифровой трансформации набирают популярность.

Одним из традиционных препятствий на пути к цифровой трансформации в сельском хозяйстве является отсутствие капиталовложений и существующей инфраструктуры, поскольку средняя ферма не рассчитана на установку крупных локальных программных продуктов. Облачные решения имеют решающее значение для расширения цифровых возможностей фермерских хозяйств - облачное решение позволяет фермерам ощутить преимущества цифровой трансформации без значительных капитальных вложений или больших накладных расходов на информационные технологии. Выбор масштабируемого облачного решения, не зависящего от оборудования, позволяет фермерам легко строить решения на основе существующего оборудования, не беспокоясь о проблемах совместимости.

Фермеры работают в очень чувствительной ко времени среде, где им необходимо быстро реагировать на быстро меняющиеся погодные условия, урожай и рыночные условия. Кроме того, поля и оборудование могут быть удалены друг от друга на много миль, а это означает, что проведение точных оценок на месте требует значительного времени в пути. Фермеры могут получить значительную выгоду от решений цифровой трансформации, которые позволяют им видеть, как работает их оборудование, когда и где бы они ни находились.

Расширенные облачные возможности и возможности мобильности означают, что фермеры могут не только просматривать состояние критически важного оборудования, такого как оросительные узлы, но и контролировать его - прямо со своих смартфонов, планшетов или других мобильных устройств - так что поворотные механизмы можно включать и выключать, а также регулировать подачу воды или чтобы насосы были запущены или остановлены.

Например, ферма Blackhills в Новой Зеландии внедрила решение WaterForce SCADAfarm, созданное Schneider Electric на платформе Microsoft Azure, для мониторинга и управления своими оросительными узлами. Это облачное решение IoT позволило директору фермы Крейгу Блэкберну контролировать и управлять своей системой орошения прямо со своего мобильного телефона. Теперь Крейг проверяет систему орошения примерно 15 раз в день прямо со своего телефона, вместо того, чтобы часами ездить по ферме.

Повышенная прозрачность и контроль, обеспечиваемые цифровой трансформацией, позволяют фермерам более эффективно использовать свои ресурсы, снижая затраты и повышая устойчивость. Например, облачная система IoT позволяет пользователям настраивать свои оросительные узлы в зависимости от уровня дождя, что позволяет фермерам сокращать расходы на воду и электроэнергию. Один фермер сообщил о сокращении затрат на электроэнергию на 50% и снижении расхода воды, протекающей через его счетчики, на 50%, что полностью объясняется улучшенной видимостью, которую обеспечивает облачное решение IoT.

Еще одна крупная плата, с которой сталкиваются фермеры, - это их нормативное бремя, поскольку ужесточаются экологические нормы, требующие обширной документации для подтверждения соответствия. Оцифрованные решения предоставляют обширные архивные хранилища данных, что позволяет быстро извлекать ключевую информацию для лучшего соответствия нормативным требованиям.

Список литературы:

1. Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. Интернет-источник: <http://www.fao.org/3/a-i6188r.pdf>. - дата доступа: 08 июня 2020 года.
2. Кулбатыров Н.Н. Conditions for Access of Kazakhstani. Goods to Foreign Markets// Trade policy. Торговая политика / 2017. No 4/12. ISSN 2499-9415 p.58-73
3. Grafius D.R., Edmondson J.L., Norton B.A., (...), Harris J.A., Warren P.H. Estimating food production in an urban landscape// 2020 Scientific Reports.- 10(1), 5141
4. Ломакин П.Н. Становление и современное состояние сельскохозяйственной политики ЕС// Вестник МГОУ. – 2014.- №2.-С. 21-27.

АКТУАЛИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Тавровский Олег Витальевич

студент

Сибирский институт управления –

филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы

при Президенте Российской Федерации,

РФ, г. Новосибирск

UPDATING THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC

Oleg Tavrovskiy

Student of the Faculty of Economics and Finance

Siberian Institute of Management - branch of RANEPA,

Russia, Novosibirsk

Аннотация. Статья посвящена актуализации развития экономической безопасности предприятий в условиях пандемии коронавируса. Целью статьи является исследование составляющих экономической безопасности предприятия, в особенности налоговой безопасности.

Abstract. The article is devoted to updating the development of the economic security of enterprises in the context of the coronavirus pandemic. The purpose of the article is to study the components of the economic security of an enterprise, in particular, tax security.

Ключевые слова: экономическая безопасность, налоговая безопасность, налоговое планирование, налоговая нагрузка.

Keywords: economic security, tax security, tax planning, tax burden.

Проблема экономической безопасности предприятий в 2020 году приобрела особую актуальность. Пандемия коронавируса отразилась на всех отраслях экономики и показала, насколько важно для хозяйствующих субъектов уметь адаптироваться к условиям политической и социально-экономической неопределенности. Негативный эффект от ограничительных карантинных мер привел к росту инфляции и закрытию предприятий малого и среднего бизнеса в России (рисунок 1) [1].

По оценкам экспертов восстановление экономики России может занять от двух и более лет. Данная кризисная ситуация обуславливает необходимость ведения целенаправленной деятельности в сфере обеспечения экономической безопасности предприятий.

Экономическая безопасность предприятия зависит от большого количества факторов и определяется состоянием, в котором максимально исключены причины, которые могут вызвать нестабильность его функционирования. Основной целью финансовой безопасности является выявление экономических проблем предприятия и их нейтрализация.

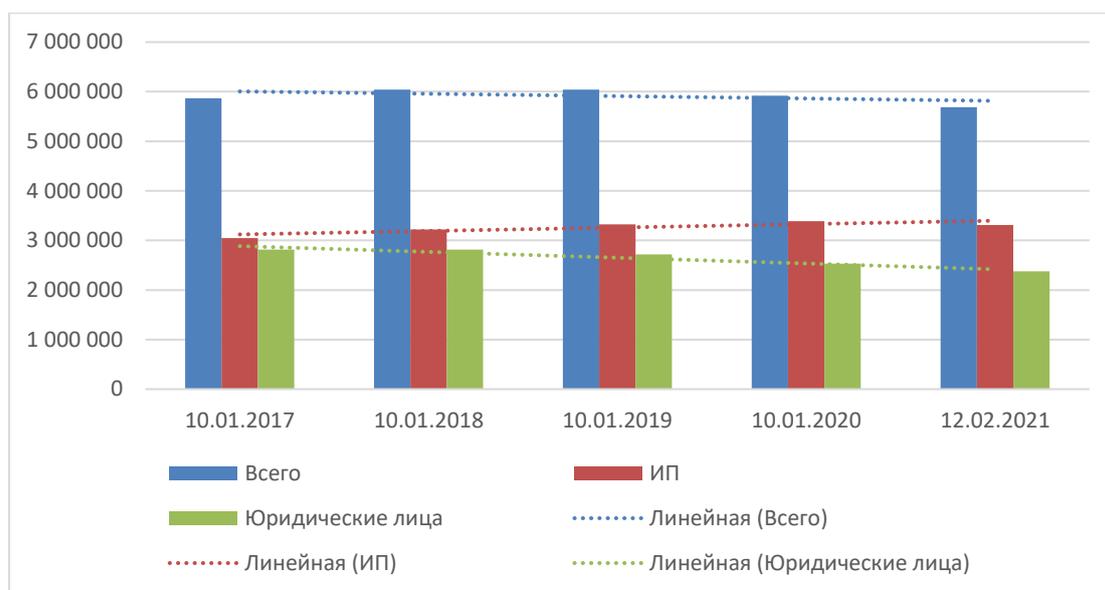


Рисунок 1. Динамика сокращения МСП в России за 2017-2021 гг.

Стоит отметить тот факт, что большинство организаций не уделяют должного внимания экономической безопасности, поскольку экономическая безопасность требует специальных знаний и хорошего аналитического мышления. Существует множество причин, по которым игнорируется данный аспект, а самая главная – достаточно дорогие консалтинговые услуги специалистов, которые не может себе позволить большинство среднего и малого бизнеса. Это подтверждается результатами опроса, представленными на рисунке 2.

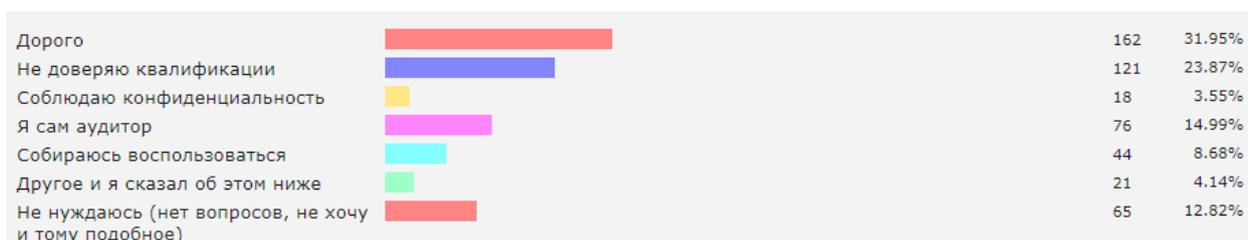


Рисунок 2. Результаты опроса на причину отказа от консалтинговых услуг сторонних фирм (аудит, экономическая безопасность)

В результате этого значительная доля компаний не имеет возможности гибко реагировать на изменения, как в налоговом законодательстве, так и на изменения экономической ситуации по стране в целом, что может привести к ликвидации организации.

Наиболее эффективным подходом к оценке экономической безопасности организации является комплексное исследование всех показателей функционирования бизнеса: финансовых, технико-технологических, кадровых, юридических, экологических и др. Данный подход позволяет выявить негативные тенденции в деятельности предприятия и разработать мероприятия по предотвращению и снижению угроз экономической безопасности организации.

Для оценки своей экономической безопасности предприятие анализирует целую систему показателей, среди которых показатели рентабельности, ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости.

Ликвидность активов – возможность быстрого обмена финансового актива на денежные средства без существенных потерь в стоимости [2]. Различают высоколиквидные, низколиквидные и неликвидные активы. Быстрота обмена актива на денежные средства прямо пропорциональна его ликвидности.

Платежеспособность – возможность организации своевременно погашать свои кредитные обязательства в установленные сроки [3].

Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств.

Кроме того, одним из наиболее эффективных методов оценки экономической безопасности предприятия является SWOT-анализ, который позволяет одновременно проводить факторный анализ внутренней и внешней среды.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, работающий по принципу матрицы, который заключается в исследовании и выявлении сильных и слабых сторон организации [4].

Задачи SWOT – анализа:

1. выявление сильных и слабых сторон компании;
2. развитие основных направлений для улучшения компании;
3. определение угроз стратегического развития компании.

Результат анализа – разработка альтернативной стратегии или внесение корректировок в текущую стратегию организации.

Угрозы финансовой безопасности могут подразделяться на внутренние и внешние, представленные в рисунке 3.



Рисунок 3. Угрозы финансовой безопасности

Налоговая безопасность является составляющей экономической безопасности организации, так как стратегический подход к оптимизации налоговой нагрузки позволяет повысить финансовую устойчивость организации.

По данным на 2021 год, по причине упадка экономического состояния России, предпринимателей все чаще интересует вопрос о том, как оптимизировать налоговую нагрузку предприятия.

Оптимизация налоговой нагрузки осуществляется посредством применения налогового планирования, которое требует глубокого знания: налоговых льгот, порядка формирования налоговой базы, систем налогообложения и других нюансов налогового законодательства.

Важно помнить, что «уменьшать» налоги стоит легальными способами, поскольку за нарушение налогового законодательства предусмотрены серьезные санкции, которые с каждым годом становятся жёстче, поскольку государство стремится вывести бизнес из теневого сектора.

Способ оптимизации налоговой нагрузки зависит от ситуации, в которой находится налогоплательщик, следовательно, каждое предприятие нуждается в индивидуальном подходе при оценке его налоговой безопасности.

Для движения в верном направлении с целью оптимизации налоговой нагрузки стоит уделить особое внимание стратегическому налоговому планированию, что является составной частью экономической безопасности. А именно:

1. Перед тем, как начинать заниматься бизнесом, стоит выбрать оптимальный регион, который по своим налоговым ставкам будет хорошо подходить для выбранной предпринимательской деятельности;
2. Постараться реализовывать товары и услуги, которые облагаются льготными ставками;
3. Применять экспортную деятельность в целях получения прибыли, поскольку экспорт товаров и услуг облагается по 0% ставке;
4. Использовать уменьшение прибыли от убытков прошлых лет, а также комбинировать различные способы списания затрат (создание резервов по сомнительным долгам, ускоренная амортизация и т.д.);
5. Включать расходы на доставку в цену товаров при использовании льготной ставки НДС;
6. Замена зарплаты необлагаемыми выплатами;
7. Привлечение ИП или самозанятых;
8. При выборе УСН использовать ставку 6% со всех доходов, либо с разницей между доходами и расходами по ставке 15% [6].

Идеальным вариантом является сочетание всех перечисленных выше позиций, которое позволит получить достаточно ощутимую экономию денежных средств. Однако на практике сложно совмещать все сразу. Даже если предприятие активно пользуется вычетом затрат, такие вычеты должны быть экономически обоснованы.

Анализируя все выше сказанное, отметим, что оптимизация налоговой нагрузки на предприятии является инструментом обеспечения экономической безопасности, так как основная задача экономической безопасности – это планирование, оценка и выявление различных рисков. Планирование и оценка налоговых рисков в свою очередь является фундаментальной основой планирования.

Таким образом, детальное налоговое планирование является основополагающим элементом развития организации. Понятия экономическая безопасность и оптимизация налоговой нагрузки являются достаточно близкими по своему существу понятиями – оба основываются на таких подходах, как планирование и анализ информации. Целью этих двух понятий является повышение гибкости и устойчивости организаций в условиях непростой экономической ситуации.

Экономическая безопасность в организации является основополагающим элементом развития бизнеса, поскольку в большинстве случаев предопределяет, чем будет заниматься организация, оценивает риски и составляет стратегию развития компании.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 1 (НК РФ ч.1) [Электронный ресурс]: от 31.07.1998 № 146-ФЗ // Доступ из СПС «КонсультантПлюс»
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/>
3. Сигидов Ю.И. Теории бухгалтерского учёта [Электронный ресурс] / Учебное пособие – 2020. – С. 196. – Доступ из НЭБ eLibrary.ru. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44177752&>
4. Панькин П.В. Основы экономики [Электронный ресурс] / Учебное пособие – 2020. – С. 98. – Доступ из НЭБ eLibrary.ru. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42596868>
5. Яркина Н.Н. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс] / Учебное пособие – 2020. – С. 445. – Доступ из НЭБ eLibrary.ru. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42510022>
6. Хит Е.В., Щербак О.Д. Информационно-аналитическое обеспечение процесса принятия решения по оптимизации налога на имущество [Электронный ресурс] / Транспортное дело России, №5, 2019. – С. 28-30. – Доступ из НЭБ eLibrary.ru. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42841335>

МЕСТО МОТИВАЦИИ В КАДРОВОЙ ПОЛИТИКЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Храмова Татьяна Леонидовна

*магистрант,
Московская международная академия,
РФ, г. Москва*

THE PLACE OF MOTIVATION IN THE PERSONNEL POLICY OF THE ORGANIZATION

Tatyana Khramova

*Master student
Moscow International Academy,
Russia, Moscow*

Аннотация. Статья посвящена вопросам выявления проблем формирования мотивационной политики в трудовом коллективе. Проведен обзор литературы по определению понятия кадровой политики, видов и факторов мотивации. Определено, что для построения эффективного мотивационного механизма необходим анализ мотивирующих факторов и уровня их развития, а также определения влияния на результативность деятельности и социально-психологический климат трудового коллектива. Выявлены основные проблемы, с которыми сталкивается руководство при разработке мотивационной политики на предприятии. Предложены основные направления решения наиболее часто возникающих проблем в сфере мотивации сотрудников.

Abstract. The article is devoted to the issues of identifying the problems of formation of motivational policy in the workforce. A review of the literature on the definition of the concept, types and factors of motivation is carried out. It is determined that in order to build an effective motivational mechanism, it is necessary to analyze motivating factors and the level of their development, as well as determine the impact on the effectiveness of activities and the socio-psychological climate of the labor collective. The main problems faced by the management in the development of motivational policy at the enterprise are identified. The main directions of solving the most frequently occurring problems in the field of employee motivation are proposed.

Ключевые слова: персонал, трудовой коллектив, мотивация, методики анализа мотивации, факторы повышения трудовой мотивации

Keywords: personnel, labor collective, motivation, methods of motivation analysis, factors of labor motivation increase

Персонал – это ценные ресурсы каждого предприятия. Успех работы любой организации обеспечивают работники, которые заняты на данном предприятии. Именно поэтому современной концепцией управления организацией предусматривается выделение из достаточно большого числа функциональных сфер управленческой деятельности конкретной, связанной с управлением персоналом компании.

Актуальность проведения анализа и дальнейшего совершенствования системы управления персоналом организации возникает достаточно часто во многих компаниях и обусловлена она тем, что постоянно происходит развитие инфраструктуры рынка, изменение характера выполняемых работ, а также обусловлена содержанием труда на предприятии.

Для достижения максимального эффекта в управлении персоналом современной компании необходима четко отлаженная система развития, в основу которых легли бы различные программы обучения, семинары, методики, пособия, тренинги и так далее.

Чем выше уровень грамотности сотрудников, тем большую производительность труда получает работодатель, тем выше доход предприятия и, соответственно, уровень оплаты труда работников.

Под кадровой политикой понимается целенаправленная деятельность по созданию трудового коллектива, который наилучшим образом мог бы удовлетворять запросы руководства предприятия и достигать целей работников [2].

В настоящее время весьма жесткие требования предъявляются к кадровой политике предприятия. Ниже перечислим некоторые из таких требований:

1. Кадровая политика должна принимать во внимание специализацию и задачи, стоящие перед организацией с целью обеспечения необходимыми кадровыми ресурсами, обладающими нужными навыками для достижения этих задач.

2. Гибкость кадровой политики. Это требования заключается в том, что кадровая политика должна быть не только стабильной, но и динамичной, то есть изменяться одновременно с корректировками планов производственной и экономической ситуации предприятия. Тем не менее, стабильность кадровой политики имеет весомое значения для сотрудников предприятия, поскольку они должны точно знать, чего ждать от работодателя.

3. Экономическая обоснованность кадровой политики отражает текущее финансовое состояние предприятия и перспективные финансовые возможности. Это требования заключается в том, что комплектование высококвалифицированной рабочей силы связано с некоторыми издержками для организации (например, оплата больничных листов, праздничных дней, ежегодных оплачиваемых отпусков и т.д.), поэтому кадровая политика должна быть экономически обоснованной.

4. Обеспечение индивидуального подхода к каждому сотруднику предприятия за счет применения кадровой политики.

Суть кадровой политики заключается в том, что она нацелена на создание такой специфики работы с кадрами предприятия, которая была бы направлена на достижение не только наиболее высокого экономического уровня, но и социального эффекта при соблюдении действующего законодательства. Хорошо спланированная кадровая политика обеспечивает сплоченность в коллективе, а также постоянный обмен опытом между работниками, поддержку, развитие, получение новых навыков, способствующих карьерному росту. Для достижения этого используются следующие инструменты: планирование потребности в персонале; оперативная работа с кадрами; руководство персоналом; мероприятия по его развитию, повышению квалификации; мероприятия по решению социальных проблем; вознаграждение и мотивация.

Мотивацию можно назвать базовым направлением кадровой политики, потому что хорошо замотивированный персонал является залогом успеха для каждой организации. В свою очередь, целью мотивации персонала является эффективный труд, который не только в состоянии покрыть издержки предприятия на оплату труда, организацию производственного процесса, а также позволяющий получить достаточную прибыль.

Мотивация персонала позволяет добиться большего от человеческого ресурса. Она применяется не просто в рамках идеи гуманизма, она служит достижению реального результата в предпринимательстве. Важное значение не только материальной, но и нематериальной, мотивации признается всеми руководителями предприятий, однако большинство из них реализуют мотивационные инструменты бессистемно, ограничиваясь решением локальных проблем. Во многом это связано с тем, что на многих предприятиях не формируется мотивационная политика, как основа эффективной мотивационной деятельности.

Исследования различных аспектов процесса управления и мотивации персонала представлен, в трудах И.В. Артюховой [1], А.Я. Кибанова [7], В.А. Шахового, С.А. Шапиро [9], Г.М. Зущиной, П.Л. Костина, Е.И. Комарова [3], К.А. Тюриной[6] и др.

В результате проведенного анализа литературы, был сделан вывод, что мотивация – это создание таких условий, регулирующих трудовые отношения, в рамках которых у работника появляется потребность самоотверженно трудиться, поскольку для него это единственный путь достижения своего оптимума в удовлетворении потребностей. Ключевую роль в формировании системы мотивации персонала в организации играют стимулы и мотивы. Понимание того, какие мотивы движут человеком, позволяет понять, какие стимулы можно применить для повышения его заинтересованности и вовлеченности.

Изучение мотивации персонала начинается с анализа поведения сотрудников для выявления причин и следствий того или иного выбора, поведения, реакции на события, руководящее или внешнее воздействия, межличностное взаимодействие и т.п. Определение причин, по которым сотрудник в процессе трудовой деятельности делает так или иначе помогает выделить его мотиваторы и подобрать наиболее эффективное стимулирующее воздействие (рис. 1).

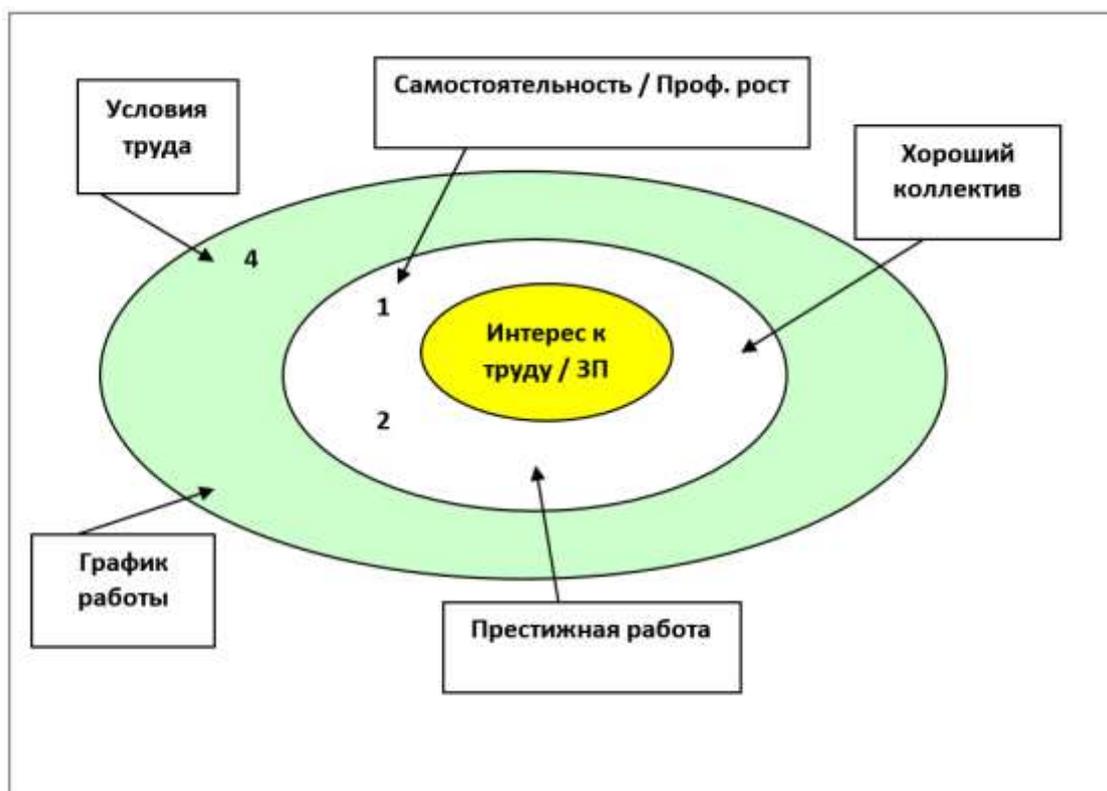


Рисунок 1. Пример мотивационной структуры [10]

Виды мотивации персонала делятся на два вида: материальная и нематериальная[4]:

1. Материальная мотивация направлена на получение материальных благ.
2. Нематериальная мотивация представляет собой самозарождающиеся нематериальные мотивы, влияющие на людей, поддерживающие определенные начинания и побуждающие двигаться в конкретном направлении, заданным самой организацией.

Современные виды мотивации в материальном плане – это, прежде всего, система поощрений.

Для мотивирования персонала за хорошо выполненную работу выплачивается премия за какие-либо достижения (ежемесячная, квартальная или годовая).

Выделяют ряд методик, посредством которых можно анализировать мотивацию человека:

- тестирование,
- методика формулировки открытых вопросов,
- методика кейс-вопросов,
- проективное интервью.

В результате применения данных методов можно получить перечень мотиваторов, характерных для данного человека. Основной задачей здесь будет определение истинности выявленных мотиваторов. Это касается как отдельной личности, так и трудового коллектива в целом.

Трудовой коллектив является не просто суммой нескольких личностей с их характеристиками, он обладает синергетическим эффектом, изменяя мотивы и стимулы отдельных индивидуумов в коллективные. Социально-психологический климат в данном аспекте является основой формирования и поведения членов трудового коллектива, а также средством понимания их побудительных характеристик.

Отношения, которые складываются в команде и функционируют как объективные условия для рабочего взаимодействия и общения, требуют от человека не просто какого-то одного, а очень определенного стиля поведения. Функционирование трудового коллектива немислимо без разнообразных межличностных отношений, сопровождающих как решение групповых задач, так и другие формы деятельности [8]. Возросли требования к психологической интеграции личности в его работу, усложнилась умственная жизнедеятельность людей, постоянно растут их личные желания. При этом коммуникативные связи в коллективе выступают в качестве показателей социально-психологического климата.

Социально-психологический климат представляет собой многофункциональное социально-психологическое состояние трудового коллектива, которое напрямую или косвенно отражается на деятельности самого предприятия.

Как любое сложное образование (система), социально-психологический климат имеет свою структуру, которая формируется из системы межличностных и общественных отношений и коммуникаций, складывающихся в коллективе. К элементам такой системы относятся политические, этические, правовые, производственные, эстетические отношения, статусы и роли всех членов коллектива, организационно-технологические коммуникации, взаимовлияние и взаимопознание на всех уровнях. Элементы структуры социально-психологического климата формируются в процессе трудовой деятельности и взаимодействия членов трудового коллектива, а так же в зависимости от личностных качеств взаимодействующих сотрудников [5].

На формирование социально-психологического климата, его состояния и индивидуальных параметров оказывает влияние факторы как внешней, так и внутренней среды, но на всех этапах развития организации личностная культура ее лидера во многом определяет социально-экономические, психологический климат организации. Это влияние особенно сильно, когда организация находится на начальной стадии, а ее лидер обладает выдающимися личными и профессиональными навыками. Внешняя среда оказывает значительное влияние на организацию, что, конечно, также влияет на ее культуру, причем весьма по-разному. Существует ряд средств формирования, сохранения и изменения социально-психологического климата. Радикальные стратегические преобразования требуют долгосрочной эволюции, взаимной увязки и проникновения культур всех составляющих трудового коллектива в процессе их интеграции в единый образ жизни, «жизненный стиль компании» [2].

Аудит мотивации осуществляется следующим образом.

1. Анализ действующей системы мотивации на предприятии. В рамках данного процесса должны быть получены ответы на наиболее значимые вопросы, такие как:

- наличие и использование программ мотивации (поощрения, вознаграждения) на предприятии, их конкретные формы проявления;
- наличие обратной связи в разрезе оценки качества работы персонала;
- соответствие рабочих мест и рабочих процессов сотрудников принципам мотивации;
- наличие/отсутствие зависимости продукции предприятия, ее востребованности на рынке и мотивации персонала.

Данная информация собирается из внутренней документации предприятия, путем опросов и анкетирования сотрудников разных уровней иерархии, а также по результатам

маркетинговых исследований в части соответствия системы мотивации востребованности продукции на рынке.

2. Определение группы сотрудников для анкетирования.

Очень важный момент в проведении аудита, так как от выбора субъекта исследования во многом зависит применяемый исследовательский инструментарий: формы, виды, методы, методики и даже время проведения необходимых исследований.

3. Разработка анкеты/ опросного листа, проведение анкетирования.

4. Итоговый отчет по результатам анкетирования, в котором суммируются и резюмируются полученные результаты по вопросам методического и нормативно-правового обеспечения, как системы мотивации, так и ее диагностики; конкретные результаты проведенных исследований, возможные пути решения выявленных проблем в системе мотивации и т.п.

Исследование мотивации необходимо проводить периодически, что позволит выявить как общие проблемы, недочеты, так и индивидуальные мотивационные параметры ключевых работников и/или отделов. Результаты исследований за несколько периодов необходимо суммировать и вносить изменения в разработанную систему трудовой мотивации с целью ее улучшения.

Из этого можно сделать вывод, что мотивация - это внутренняя мотивация сотрудника к работе. Поддержка работы человеческих ресурсов - очень важный фактор в эффективном управлении деятельностью сотрудников в различных компаниях. С их помощью можно добиться очень высоких результатов, если применять принципы и методы мотивации и стимулирования на практике. При этом методы и формы мотивации и стимулирования для высококвалифицированных работников достаточно дифференцированы. Основное значение для эффективности мотивационной системы такого персонала будут иметь грамотно выстроенные и используемые мотивационные факторы – мотиваторы, которые можно получить, используя специальные методики, выявляя их в процессе оценки персонала.

Список литературы:

1. Артюхова И.В., Совершенствование системы управления персоналом в рамках развития предприятия // Экономика Крыма. - 2019. - №1. - С. 396-399.
2. Дрыгина А.О. Кодекс корпоративной этики как инструмент управления НК «Роснефть» и АНК «Башнефть» [Текст] / А.О. Дрыгина // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. –2016. – Т.2. –С. 492-494.
3. Комаров Е.И. Стимулирование и мотивация в современном управлении персоналом / Е.И. Комаров/ /Управление персоналом., 2018. – №1.
4. Литвинюк А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в России и за рубежом. Теория и практика: учеб. пособие для вузов / Гончарова С.Ж., Данилочкина В.В. – М.: Издательство Юрайт, 2018 – 398 с.
5. Степанова С.М., Мальцева, Е.С., Родермель Т.А. О некоторых аспектах создания мотивационного механизма в трудовой деятельности // Экономические науки. Сургут. - 2019. - № 2. - С. 87 – 94.
6. Тюрина К.А. Сравнительный анализ российского и зарубежных подходов к мотивации труда// Электронный научный журнал «Вектор экономики». – 2020. - № 4. Режим доступа: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2020/4/economicsmanagement/Turina.pdf>
7. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А.Я.Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. –М. : ИНФРА-М, 2018. – 695 с.
8. Цуканова Ж.А. Этика работ с персоналом и этика деловых отношений // Журнал «Ученые записки Орловского государственного университета». Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – № 1(64). – С. 384–387.

ОСОБЕННОСТИ ДКП В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Шадрина Анна Олеговна

студент,
Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург

Крымова Ирина Петровна

научный руководитель
канд. экон. наук, доцент,
Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург

На данный момент крайне актуальным и важным является изучение и комплексное исследование аспектов денежно-кредитной политики Банка России. Это во многом связано со сложной геополитической обстановкой. Поэтому в сложившихся обстоятельствах Банк России стремится скорректировать денежно-кредитную политику, подчас и посредством применения экстренных мер. Для определения того, насколько успешно мегарегулятор проводит денежно-кредитную политику стоит рассмотреть ее особенности, складывающиеся в условиях возникшего геополитического кризиса.

А для того, чтобы выявить особенности денежно-кредитной политики, первоначально необходимо детально исследовать сложившуюся экономическую ситуацию.

На сегодняшний день Россия переживает достаточно непростой период – кризисный период, который сформировался на основе введенных санкций со стороны западных стран, а также стран Евросоюза из-за ведения специальной военной операции на Украине. Из-за сложившихся условий большой удар приняли на себя крупнейшие системно значимые российские банки. В их число попали Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Альфа-Банк, ФК «Открытие» и другие. Стоит отметить, что такие банки как Совкомбанк, ВТБ, ФК «Открытие» и Промсвязьбанк попали в SDN-лист (specially designated nationals — «специально назначенные лица»), который подразумевает самые жесткие — блокирующие санкции. Иными словами, это означает, что их активы и имущество блокируются, а гражданам и зарубежным компаниям запрещено работать с данными банками и иметь с ними какие-либо экономические отношения. Несколько иные санкции власти западных стран ввели против Сбербанка. Его включили в список CAFTA. Американским контрагентам не запрещаются экономические отношения со Сбербанком, однако банкам США предписано заблокировать его корреспондентские счета с 26 марта 2022 года. Теперь без особого разрешения OFAC американские финансовые институты не смогут открывать и обслуживать корсчета Сбербанка и его дочерних компаний, а также принимать транзакции с их участием.

Помимо этого, банки столкнулись еще с одной проблемой – наплывом клиентов, желающих снять наличные. В некоторых отделениях даже наблюдался недостаток валюты. За день (25 февраля) россияне сняли 111,3 млрд рублей наличными, что стало рекордным всплеском увеличения наличных в обращении с начала пандемии.

Ситуацию также осложняет и то, что были введены ограничительные меры в отношении самого Центрального банка РФ, которые не позволяют ему использовать собственные международные резервы для ослабления воздействия западных санкций. Иными словами, такие меры «заморозили» его транзакции и лишили возможности реализовать свои активы.

Также из-за достаточно большого пакета санкций, с российского рынка ушли или же временно приостановили свою работу многие иностранные бренды. Это привело в свою очередь к тому, что многие продавцы стали массово выставлять продукцию на продажу из-за возросшего спроса. Вследствие этого на многие товары, которые «уходили с рынка» возросла цена до запредельно высоких размеров [3]. Также достаточно важным аспектом в данной ситуации является и то, что некоторые российские банки были отключены от системы SWIFT (ВТБ, Россия, Открытие, Новикомбанк, Промсвязьбанк, Совкомбанк и ВЭБ. РФ).

Отключение России от SWIFT во многом изолирует российскую банковскую систему от международных рынков. Отключение потенциально сказалось на всех сферах экономики, затруднило международные торговые операции РФ.

Платёжные системы Visa и Mastercard также с 10 марта 2022 года приостановили работу своих карт, выпущенных российскими банками.

Операции по картам Visa и Mastercard внутри России проходят через российского оператора — Национальную систему платёжных карт, НСПК. Это значит, что, даже, несмотря на прекращение сотрудничества Visa и Mastercard с российскими банками, платежи по этим картам в нашей стране продолжают работать как обычно.

При этом системы мобильных платежей Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay перестали работать с российскими картами.

Исходя из всего вышеизложенного мы видим, что, действительно, ситуация в Российской Федерации сложилась непростая. И в данных условиях Банк России решал экономические проблемы в стране.

С 28 февраля 2022 года Советом директоров Банка России было принято решение о повышении ключевой ставки до 20% годовых. Внешние условия для российской экономики кардинально изменились. Повышение ключевой ставки позволило обеспечить увеличение депозитных ставок до уровней, необходимых, чтобы компенсировать возросшие девальвационные и инфляционные риски. Это позволило в свою очередь поддержать финансовую и ценовую стабильность и защитить сбережения граждан от обесценения.

На следующем заседании Совета директоров Банка России (18 марта 2022 года) ключевая ставка не менялась. Данное решение Банка России способствовало поддержанию финансовой стабильности в стране и предотвратило неконтролируемый рост цен. Российская экономика вошла в фазу масштабной структурной перестройки.

Депозитные ставки существенно выросли. Это восстановило приток средств на срочные рублевые банковские депозиты, и стабилизировало спрос населения на наличность. Проводимая Банком России денежно-кредитная политика способствовала поддержанию привлекательности депозитов и увеличению склонности населения к сбережению.

Рост кредитных ставок и требований банков к качеству заемщиков на фоне возросшей неопределенности привел к значимому ужесточению условий банковского кредитования. Принятые Банком России меры по стабилизации ситуации на финансовом рынке и регуляторные послабления, а также правительственные программы льготного кредитования будут способствовать поддержке доступности кредитных ресурсов для предприятий, особенно в наиболее уязвимых секторах малого и среднего предпринимательства [2].

Именно для этого Банком России было разработано несколько программ льготного кредитования.

Таблица 1

Льготное кредитование МСП [7]

ПСК «Оборотная» (будет действовать до конца 2022 года) для МСП всех отраслей	ПСК «Инвестиционная» (действует до конца 2022 года) для МСП всех отраслей	ПСК «Антикризисная» (действует до конца марта 2022 года) для МСП из перечня пострадавших отраслей
Ставка: Для малых предприятий – 15 %; Для средних предприятий – 13,5 %.	Ставка: Для малых предприятий – до 15 %; Для средних предприятий – до 13,5 %.	Ставка: До 8,5 %.
Цель: Кредитование оборотного капитала предприятий	Цель: На оборотные и инвестиционные цели	Цель: На оборотные и инвестиционные цели
Срок: До 1 года	Срок: До 3 лет	Срок: До 3 лет

В силу сложившихся стабилизационных условий в экономике страны Совет директоров Банка России с 11 апреля 2022 года принял решение о снижении ключевой ставки до 17,00% годовых. Но, несмотря на это, внешние условия для российской экономики все ещё оставались сложными и значительно ограничивали экономическую деятельность. Риски для финансовой стабильности сохранялись, но они перестали нарастать, в том числе благодаря принятым мерам по контролю за движением капитала. Наблюдался устойчивый приток средств на срочные депозиты. Произошедшее ужесточение денежно-кредитных условий частично было компенсировано программами поддержки кредитования со стороны Правительства и Банка России, но в целом была продолжена работа по ограничению проинфляционных рисков.

29 апреля 2022 года Совет директоров Банка России принял решение о смягчении денежно-кредитной политики – снизил ключевую ставку до 14,00% годовых.

Данное решение отражает изменение баланса рисков ускорения роста потребительских цен, спада экономической активности и рисков для финансовой стабильности.

Внешние условия для российской экономики все еще достаточно сложны. Но риски для ценовой и финансовой стабильности перестали нарастать, что и способствовало созданию условий для снижения ключевой ставки. Прослеживается замедление текущих темпов роста цен за счет укрепления рубля и «охлаждения» потребительской активности. Важными факторами для дальнейшей динамики инфляции с позиции мегарегулятора станут эффективность процессов импортозамещения, а также масштаб и скорость восстановления импорта готовых товаров, сырья и комплектующих.

По сути, проводимая Банком России денежно-кредитная политика способствовала созданию условий для постепенной адаптации экономики к новым реалиям и возвращению в перспективе годовой инфляции к 4% в 2024 году [2].

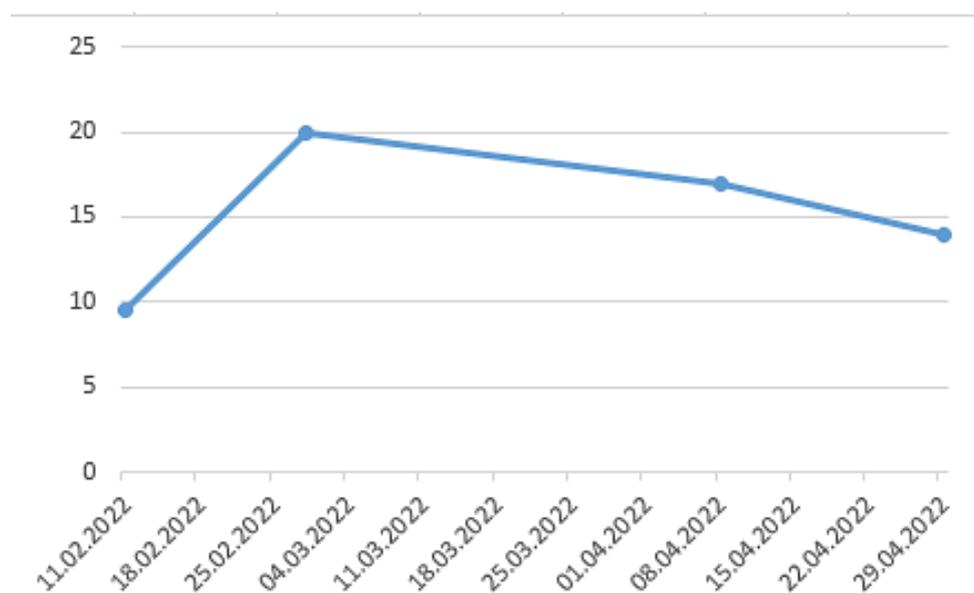


Рисунок 1. Динамика изменения ключевой ставки Банка России в 2022 году [7].

Рассматривая отдельно инфляцию, можно заметить, что наблюдается достаточно резкое ее увеличение в период с февраля по март. Это обуславливается введением достаточно жестких санкций на различные категории товаров, а также санкций в отношении банковской составляющей и др. Недельная же инфляция в России замедлилась с 26 марта по 1 апреля 2022 года. Она достигла уровня – 0,99%. Это значение практически вдвое меньше рекордного значения – 2,22%, которое было зафиксировано с февраля 2022 года. В годовом выражении, уровень потребительских цен по итогам марта достиг 16,7%. Это было максимальным значением с марта 2015 года, но на данный момент оно продолжает увеличиваться и на сегодняшний день составляет 17,83% [1].

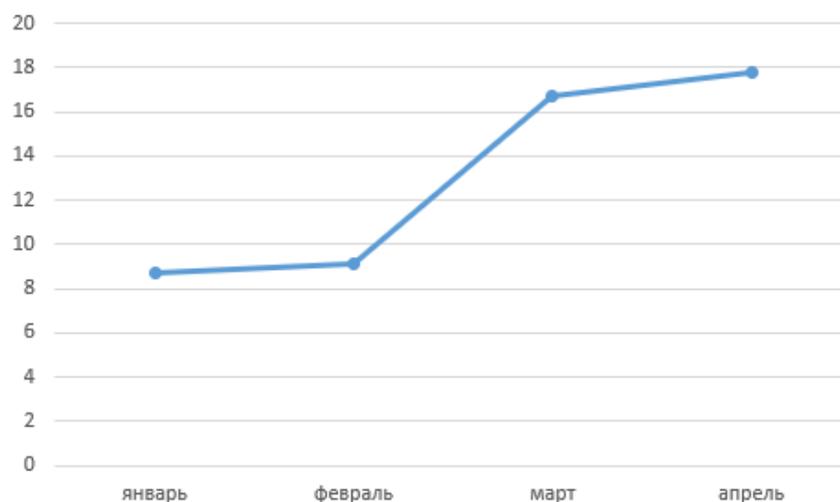


Рисунок 2. Динамики уровня инфляции в 2022 году [7]

Далее для поддержания устойчивости кредитных организаций и сближения ставки RUONIA с ключевой ставкой, Банк России принял ряд оперативных мер. Основные недельные аукционы стали проводиться в форме РЕПО вместо депозитов. Кроме того, ежедневно проводились аукционы «тонкой настройки», чтобы дать возможность банкам привлекать и размещать средства в необходимом объеме по ставке, близкой к ключевой. С 28 февраля по 1 марта аукционы РЕПО проводились без объявления лимита, то есть средства предоставлялись всем участникам в запрашиваемых ими объемах под соответствующее обеспечение. С 1 марта ставка по кредитам под нерыночные активы на сроки от 2 до 90 дней была снижена и приравнена к верхней границе процентного коридора. С 25 марта были введены ломбардные кредиты на сроки от 2 до 90 дней по плавающей ставке, также приравненной к верхней границе процентного коридора, что во многом способствовало решению проблемы дефицита ликвидности в стране. Банк России расширил Ломбардный список за счет включения в него ряда выпусков облигаций с ипотечным покрытием, корпоративных облигаций и еврооблигаций, а также смягчил требования к нерыночным активам, принимаемым в обеспечение по кредитам, и увеличил индивидуальные лимиты банков по кредитам и РЕПО [5].

Кроме того, для повышения гибкости банков в управлении собственными средствами Банк России отменил штраф за невыполнение усреднения обязательных резервов, если размер этого невыполнения не превышал 20% от величины, которую банки должны были поддерживать на корсчетах в этом периоде. Эта мера была эквивалентна оперативному снижению усредняемой части обязательных резервов на 20%, что дало возможность банкам снизить корсчета в условиях резкого оттока ликвидности [6].

В марте – апреле в результате снижения потребности банков в ликвидности ситуация на денежном рынке также стабилизировалась: ставка RUONIA стала формироваться вблизи ключевой ставки с небольшим отрицательным спредом, а обороты в сегменте МБК овернайт приблизились к своему среднегодовому значению.

Рост геополитической напряженности и санкции иностранных государств в отношении российского финансового сектора привели к повышенной волатильности на российском финансовом рынке. Поэтому Банк России принял решения начать интервенции на валютном рынке [4].

Однако в дальнейшем блокировка валютных счетов Банка России сделала это невозможным. В качестве альтернативной меры защиты российской экономики от рисков для финансовой стабильности были введены ограничения на движение капитала. Также были введены и другие меры: приостановка организованных торгов, операции по предоставлению ликвидности, снижение нормативов обязательных резервов, повышение ключевой ставки, которые в совокупности позволили в короткие сроки стабилизировать состояние экономики страны.

Исходя из всего вышеизложенного можно отметить, что действия Банка России при проведении денежно-кредитной политики способствовали структурной перестройке экономики России, не создавая при этом дополнительных проинфляционных рисков. Стабилизация инфляционных ожиданий и рост сберегательных настроений в стране означают, что риски раскручивания инфляционной спирали уменьшились. Денежно-кредитная политика Банка России учитывает процессы адаптации и структурной перестройки экономики.

Таким образом, денежно-кредитная политика Банка России даже в условиях повышенной волатильности денежных потоков позволила в полном объеме удовлетворить потребность банков в ликвидности и компенсировать воздействие внешних факторов. Меры поддержки банков, принятые Банком России, обеспечили непрерывность работы денежного рынка, что свидетельствует о результативности проводимой Банком России в условиях геополитического кризиса денежно-кредитной политики.

Список литературы:

1. Демьяненко В. Инфляция в России: уравнение с семью неизвестными // Экономический разговор – 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://econs.online/articles/ekonomika/inflyatsiya-v-rossii-uravnenie-s-semyu-neizvestnymi/> (дата обращения 13.05.2022)
2. Доклад о денежно-кредитной политике №2 май 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://cbr.ru/Collection/Collection/File/40972/2022_02_ddcp.pdf (дата обращения: 11.05.2022)
3. Касанчук Д. Невозобновляемые торговые связи // Экономический разговор – 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://econs.online/articles/ekonomika/nevozobnovlyaemye-torgovye-svyazi/> (дата обращения 13.05.2022)
4. Меры Банка России по стабилизации ситуации на финансовом рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.cbr.ru/press/event/?id=12710> (дата обращения: 07.05.2022).
5. Пресс-релиз от 24.02.2022 Банк России расширил ломбардный список и снизил рейтинговые требования [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.cbr.ru/press/pr/?file=24022022_184101SUP_MEAS24022022_174318.htm (дата обращения: 12.05.2022).
6. Пресс-релиз от 25.02.2022 Меры Банка России по поддержке финансового сектора в условиях повышенной волатильности [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://cbr.ru/press/pr/?file=25022022_160000SUP_MEAS25022022_155231.htm (дата обращения: 07.05.2022).
7. Центральный банк Российской Федерации – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 07.05.2022).

РУБРИКА

«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

АНАЛИЗ О СОСТОЯНИИ ПРЕСТУПНОСТИ СРЕДИ
НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА ЗА 2021-2022 ГГ.

Донгак Байырмаа Артемьевна

студент

Тувинского государственного университета,
РФ, Республика Тыва, г. Кызыл

Чамыян Анзат Орлановна

студент

Тувинского государственного университета,
РФ, Республика Тыва, г. Кызыл

Куулар Начын Вячеславович

студент

Тувинского государственного университета,
РФ, Республика Тыва, г. Кызыл

Преступность несовершеннолетних представляет собой совокупность преступлений у несовершеннолетних лиц, подлежащих уголовной ответственности. Совершившие преступления на определенной территории (город, район, область, страна). В конкретный период времени (месяц, квартал, год, пять лет и т.д.) с количественно-качественными характеристиками. Таким образом, в категорию несовершеннолетних преступников попадают лица в возрасте от 14 до 17 лет. По данным информационного центра МВД по РТ по итогам 6 месяцев 2021 г. отмечается снижение детской преступности на 31,6% или 104 против 152. Удельный вес совершенных подростками преступлений составил 5%.

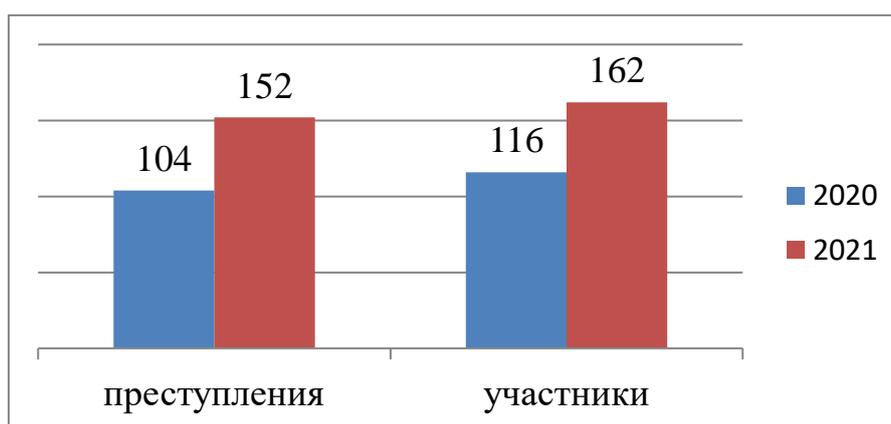


Рисунок 1. Диаграмма

В совершении 104 преступлений участвовали 116 (АППГ/162) несовершеннолетних, снижение на 28,4%.

Рост подростковой преступности произошел в 3 муниципальных образованиях республики: Эрзинский на 100% (2 против 0), Барун-Хемчикский на 38,5% (18 против 13), Каа-Хемский на 50% (3 против 2).

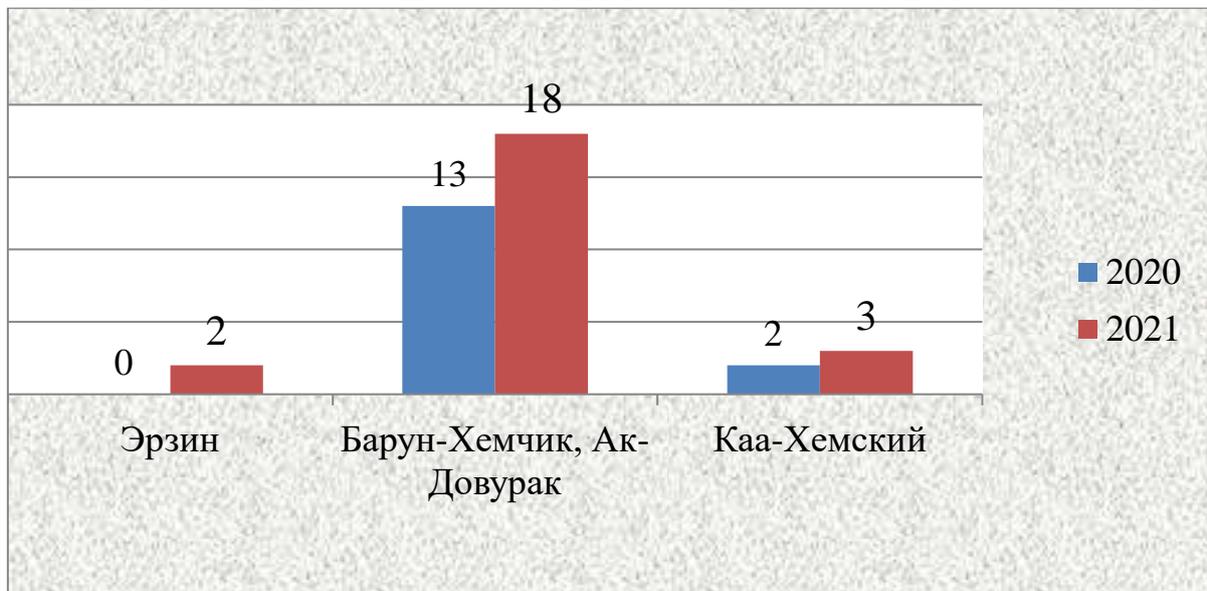


Рисунок 2. Диаграмма

Динамики не наблюдается в Тандинском 2 против 2, Улуг-Хемский 6 против 6.

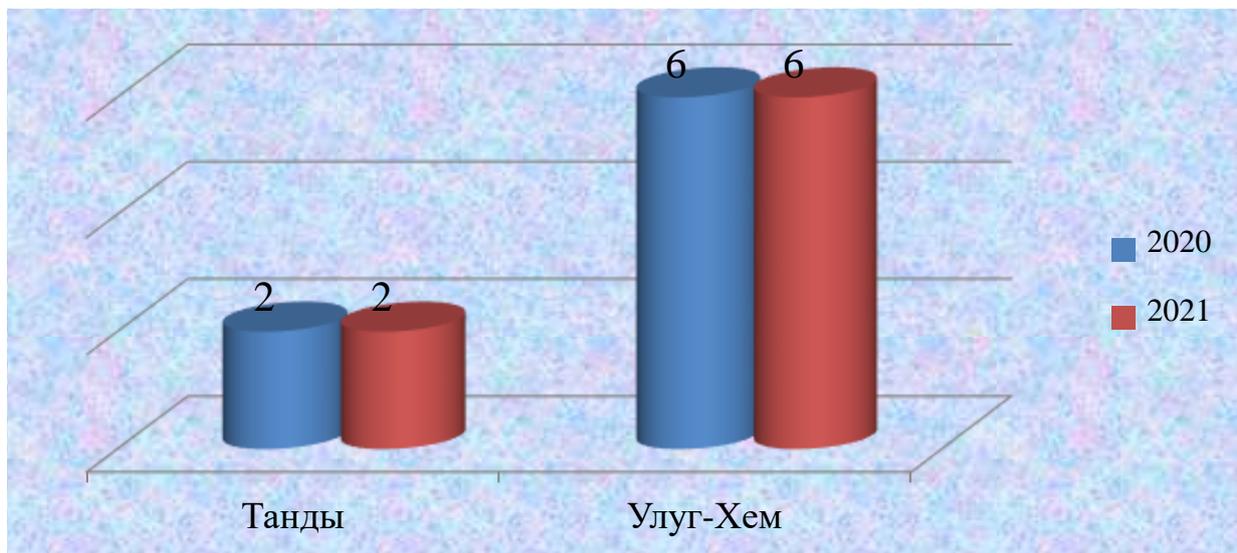


Рисунок 3. Диаграмма

В Тере-Хольском, Овюрском, Чаа-Хольском за 6 месяцев 2021 года **не зарегистрировано**, ни расследовано ни одного преступления.

Отмечается положительная тенденция снижения следующих категорий преступлений:

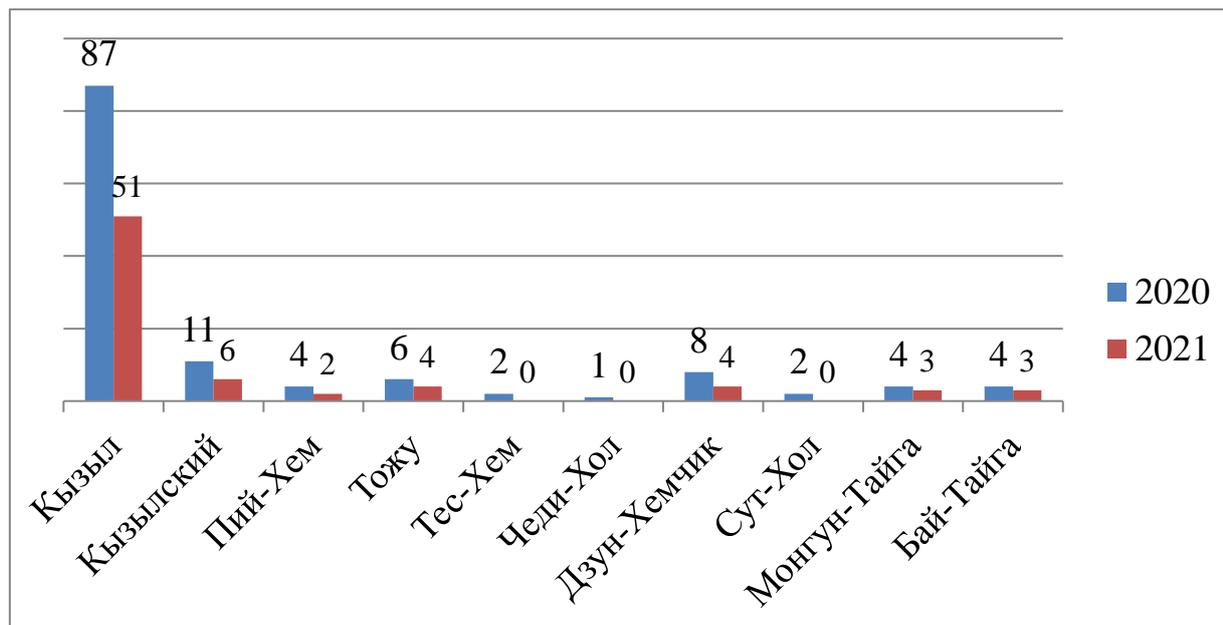


Рисунок 4. Диаграмма

Отмечается положительная тенденция снижения следующих категорий преступлений:

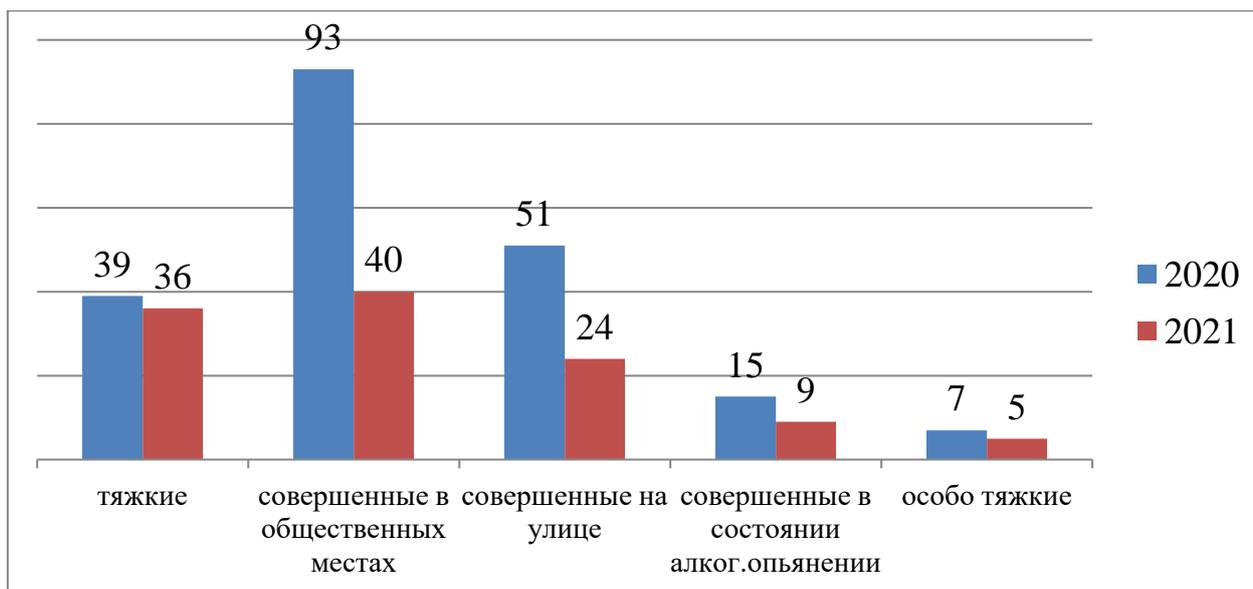


Рисунок 5. Диаграмма

По видам преступлений, наблюдается снижение среди преступлений против собственности:

- кражи (48 против 78),
- грабеж (9 против 30),
- вымогательство (0 против 3),
- неправомерное завладение автомобилем или иным транспортным средством без цели хищения (6 против 7),

Также отмечается положительная тенденция среди преступлений против личности:

- убийства (4 против 0),
- изнасилование (3 против 5).

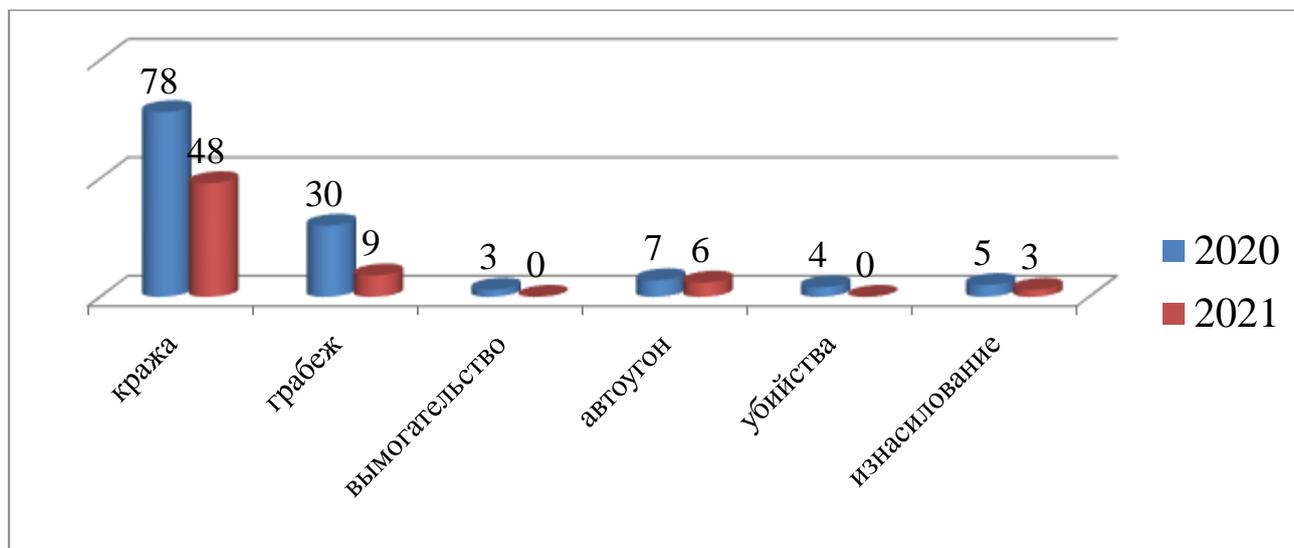


Рисунок 6. Диаграмма

Наблюдается рост среди преступлений против собственности:

- разбой (2 против 0, +100%);

Среди преступлений против личности:

- УПТВЗ (9 против 2, +71%);

Среди преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков (хранение, употребление, сбыт) (20 против 13, +54%).

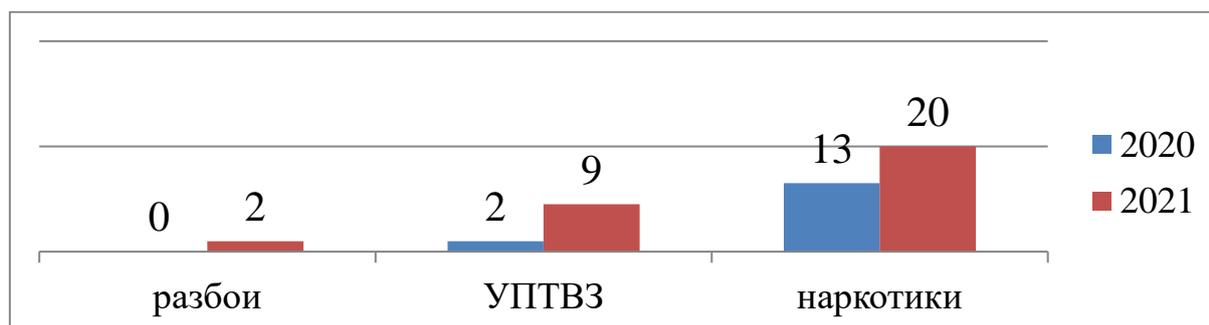


Рисунок 7. Диаграмма

Анализ времени совершения преступлений показал, что с 00-07 совершено 26 преступлений (АППГ/33, снижение на 21,2%), с 08-18 совершено 40 (АППГ/77, снижение на 48%), с 19-24 совершено 13 (АППГ/24, снижение показателя на 45,8%).

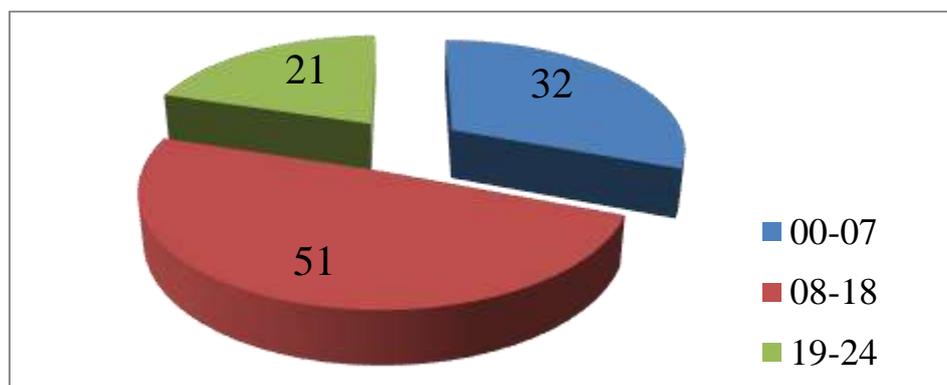


Рисунок 8. Результаты

Таким образом, важнейшей целью предупреждения преступления является социальная защита наиболее уязвимых групп населения. Особенность затрагиваемой проблемы заключается в том, что несовершеннолетние и являются одной из уязвимых групп населения, так как они подвержены психологическому воздействию со стороны представителей криминального мира.

Проблема осложняется тем, что неблагоприятная ситуация в семье порождает бытовое насилие, при этом оно закладывает черты насилия у ребенка или подростка, так как личностные особенности в основном формируются у несовершеннолетних, что позволяет криминальному миру без особых стараний повлиять на ребенка.

Список литературы:

1. Трякшина Ю.В. Роль личности в преступности несовершеннолетних. Причины несовершеннолетней преступности / Ю.В. Трякшина, Е.Н. Ефименко // Вестник Совета молодых учёных и специалистов Челябинской области. – 2021. – Т. 1. – № 1(32). – С. 54-58. – EDN FZRRWI.
2. Министерство образования и науки Республики Тыва <https://monrt.rtyva.ru/>.
3. Куликов Е.А. Аспекты криминологической характеристики насильственной преступности несовершеннолетних и некоторые проблемы её предупреждения / Е.А. Куликов, А.В. Кулаевский // Society and Security Insights. – 2019. – Т. 2. – № 2. – С. 115-127. – DOI 10.14258/ssi(2019)2-5510. – EDN KPЕEYС.

ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОДОХОДНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Войтюк Вероника Игоревна

студент,

*Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск*

Ващук Юлия Анатольевна

студент,

*Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск*

В настоящее время развитие экономических отношений характеризуется повсеместно наблюдаемыми процессами глобализации и интеграции, стимулирующими образование новых экономических союзов. Одним из примеров выступает Евразийский экономический союз (далее – ЕАЭС), образованный в 2014 г. Подписание договора о создании ЕАЭС стало отправной точкой для начала процесса объединения рынков товаров, услуг, капитала и труда, качественное течение которого предусматривает необходимость унификации и гармонизации национального законодательства [1].

Различия в законодательстве, в том числе в сфере подоходного налогообложения физических лиц, мешают процессу интеграции экономик союзных государств и созданию единого экономического пространства союза. Таким образом, задача гармонизации налогового регулирования является одной из самых важных, а исследования в этой сфере представляются очень актуальными.

Целью настоящего исследования является анализ действующего в странах ЕАЭС законодательства по подоходному налогообложению физических лиц и практики его применения, разработка направлений гармонизации и совершенствования системы налогообложения доходов физических лиц в Республике Беларусь и странах ЕАЭС.

Под налоговой гармонизацией понимают процесс систематизации и унификации, координации налоговых систем и налоговой политики страны, входящих в международные группировки и объединения [5, с. 113-120]. Взаимоотношения между государствами ЕАЭС в сфере налогообложения регулируются Договором о Евразийском союзе от 29.05.2014 г., протоколами, многосторонними соглашениями и другими документами [2].

Несмотря на большое число нормативно-правовых актов и научных работ по вопросам гармонизации, необходимо отметить, что в настоящее время отсутствуют единые, согласованные концепции и методы решения проблемы гармонизации как налогового регулирования в целом, так и в части налогообложения доходов физических лиц в частности [3]. На сегодняшний день процесс гармонизации налогообложения (в том числе подоходного) находится на начальном этапе.

В соответствии с Положением о Консультационном комитете по налоговой политике и администрированию унификация налогообложения государств-членов ЕАЭС должна быть направлена на формирование единых подходов в проведении налоговой политики стран-участниц по согласованным направлениям, гармонизации налогового законодательства, совершенствования нормативно-правовой базы ЕАЭС по налогообложению [3]. Опыт Европейского Союза (далее – ЕС) свидетельствует о трудностях формирования унифицированной налоговой политики и налоговой системы вследствие особенностей национальных экономик, интересов и приоритетов экономической политики государств-участников.

Стоит отметить, что состав основных налогов, взимаемых в странах-участницах ЕАЭС, весьма схож, однако одновременно наблюдается значительная разница в величине используемых налоговых ставок. Так, в настоящее время в Республике Казахстан установлены более низкие ставки по НДС и налогу на прибыль, чем в Республике Беларусь, а также иных странах. Более благоприятным налоговым режимом отличается также Казахстан, в рамках

которого закреплена довольно низкая ставка НДС, а также определены невысокие значения НДСФЛ [4, с. 231].

С целью установления положения Республики Беларусь в рамках исследуемых вопросов дополнительно был проведен анализ уровня гармонизации налоговой системы данного государства со странами-членами ЕАЭС. Для анализа были выбраны бюджетообразующие налоги, а именно: НДС, налог на прибыль и налог на доходы физических лиц. Оценка показала среднюю степень сближения налоговой системы страны с налоговыми системами стран-участниц, в рамках которой при установлении в стране налоговых ставок, близких по значению к средневзвешенному уровню, одновременно наблюдается их значительное отклонение от ставок отдельных стран, в особенности в рамках прямых налогов (например, более низкое значение ставки налога на прибыль).

Исходя из вышеизложенного следует:

1) Применяемая в странах ЕАЭС система налогообложения доходов физических лиц, по нашему мнению, является недостаточно эффективной и крайне несправедливой, что требует дальнейшего изучения и внесения изменений в нормативно-правовую базу.

2) Странам ЕС удалось сформировать единое налоговое законодательство (на уровне принятия директив и регламентов) только в отношении косвенных налогов, что обусловлено созданием экономического и валютного союза.

3) При установлении в стране налоговых ставок, близких по значению к средневзвешенному уровню, одновременно наблюдается их значительное отклонение от ставок отдельных стран, в особенности в рамках прямых налогов (например, более низкое значение ставки налога на прибыль).

4) Установление уровня гармонизации налоговой системы Республики Беларусь со странами-членами ЕАЭС и определение направления дальнейших исследований позволяют не только унифицировать законодательство, но и повысить эффективность и справедливость системы подоходного налогообложения.

Для Республики Беларусь эффективно настроенная налоговая система по косвенным и прямым налогам позволит сохранять оптимальный баланс между налоговой гармонизацией и конкуренцией, а также будет содействовать формированию налогового суверенитета в стране в условиях глобализации межхозяйственных связей.

Для налоговой системы и экономики Республики Беларусь важно провести дальнейшую гармонизацию в отношении косвенных налогов и построить модели, позволяющие оценить эффективность реализации и представить предложения по созданию более конкурентной налоговой среды в отношении прямых налогов. Это возможно после проведения комплексного глубокого анализа двух типов налогов.

Список литературы:

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан 29.05.2014 г. в г. Астане) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org> (дата обращения: 09.04.2022).
2. Положение о консультационном комитете по налоговой политике и администрированию (утверждено решением Евразийской экономической комиссии от 15.03.2012 г. № 13) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org> (дата обращения: 12.00.2019).
3. Еременко Е.А. Концепция справедливости в налогообложении и ее влияние на совершенствование национальной налоговой системы: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10. – М., 2018. – 165 с.
4. Петросян Е.Г. Пути гармонизации в странах ЕАЭС // Экономическая политика. – 2016. – № 6. – С. 222-241.
5. Шмелев Ю.Д. О критериях оценки эффективности и справедливости налоговой политики государства // Экономика, налоги, право. – 2017. – № 2. – С. 113-120.

АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Вырвич Виктория Анатольевна

студент,

Белорусский государственный экономический университет,

Республика Беларусь, г. Минск

Климович Дарья Денисовна

студент,

Белорусский государственный экономический университет,

Республика Беларусь, г. Минск

Ладутько Виолетта Константиновна

научный руководитель, канд. юр. наук, доцент,

Белорусский государственный экономический университет,

Республика Беларусь, г. Минск

Основанием для привлечения к административной ответственности за нарушения налогового законодательства является совершение административного правонарушения. В соответствии со ст. 2.1 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее – КоАП) административным правонарушением признается противоправное виновное деяние физического лица, а равно противоправное деяние юридического лица, за совершение которого установлена административная ответственность [2].

Состав административного правонарушения – это совокупность элементов, которые необходимы, чтобы привлечь лицо к ответственности. Отсутствие хотя одного из этих элементов не позволяет рассматривать такое деяние как правонарушение и исключает возможность привлечения к ответственности.

Элементами состава административного правонарушения являются:

1) Объект налогового правонарушения – это охраняемые законом общественные отношения. Непосредственным объектом являются налоговые правоотношения;

2) Объективная сторона налогового правонарушения представляет собой непосредственные действия или бездействия, которые направлены на нарушение норм налогового законодательства;

3) Субъектами налогового правонарушения являются физические лица, обладающие правоспособностью и дееспособностью. Некоторыми составами налоговых правонарушений предусмотрен специальный субъект – должностное лицо, индивидуальный предприниматель, юридическое лицо;

4) Субъективная сторона налогового правонарушения представляет собой психическое отношение субъекта к противоправным действиям или бездействиям и их последствиям, которые проявляются в форме умысла или неосторожности. Вина характеризуется двумя аспектами: интеллектуальным и волевым. Их сочетание образует конкретные формы вины (совершение налогового правонарушения по неосторожности или умышленно) [1, с. 386].

В учебной литературе можно встретить классификацию причин, которые побуждают плательщика уклоняться от уплаты налогов. Так, А.А. Пилипенко выделяет несколько групп причин: политические, экономические, моральные и технические.

Политические причины связаны с тем, что государство использует налоги не только как средство для обеспечения доходов казны, но и как регулирующий инструмент: посредством этого инструмента государство регулирует те или иные общественные отношения. Лица, интересы которых государство при этом ущемляет, проводя такую политику, путём уклонения от уплаты налогов, оказывают определённое противодействие данному процессу.

Экономические причины оказывают наибольшее влияние на плательщика. Если санкция за налоговое правонарушение предусматривает экономические последствия для него в размере меньшем, чем сокрытая им сумма налога, то плательщик заинтересован в уклонении от уплаты налога.

Моральными причинами являются низкая правовая культура, неприязненное отношение к имеющейся налоговой системе и корысть плательщиков налогов.

Технические причины уклонения от налогообложения связаны с несовершенством форм и методов контроля. Налоговые органы не в состоянии контролировать все хозяйственные операции и проверять достоверность всех бухгалтерских документов.

Административная ответственность за правонарушения в налоговой сфере предусмотрена главой 14 КоАП «Административные правонарушения против порядка налогообложения». Данная глава содержит 9 составов правонарушений.

В соответствии со ст. 3.30 Процессуально-исполнительного Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее – ПИКоАП) рассматривать административные дела, а также составлять протоколы по правонарушениям, предусмотренным главой 14 КоАП, вправе уполномоченные на то должностные лица:

- органов Комитета государственного контроля – по всем правонарушениям, предусмотренным главой 14 КоАП;
- таможенных органов – по правонарушениям, предусмотренным ч. 9 ст. 14.4 и ст. 14.8 КоАП;
- налоговых органов – по правонарушениям, предусмотренным ст. 14.1–14.3, ч. 1–8 и 10 ст. 14.4, ст. 14.5–14.9 КоАП [3].

Изучив данный вопрос, возникает необходимость разработать ряд рекомендаций для снижения количества совершаемых налоговых правонарушений:

Во-первых, установить частоту внесения изменений в Налоговый кодекс Республики Беларусь не чаще раза в год, что позволит плательщикам налогов уменьшить вероятность совершения налоговых правонарушений из-за невозможности вовремя отследить изменения.

Во-вторых, реализовать политику по донесению о неотвратимости наказания до резидентов налогового законодательства, как категории наиболее часто совершающих правонарушений в сфере налогового законодательства.

В-третьих, необходимо разработать новые законы для ведения бизнеса в сети интернет. Сейчас особо остро стоит проблема с самовольно открытыми интернет-магазинами без их регистрации в налоговых органах. Также такого рода предпринимательскую деятельность трудно обнаружить, лишь только при постоянном отслеживании денежных переводов на карты. Но сейчас существует большое количество способов оплаты услуг или товаров, к примеру, интернет-кошельки. Налоговой службе Республики Беларусь необходимо разработать ряд методических рекомендаций по профилактике налоговых правонарушений. Так у граждан сформируется правосознание в сфере налогового законодательства, что значительно уменьшит желание совершать такого рода правонарушения.

Таким образом, необходимо предупреждать попытки совершения налоговых правонарушений, так как они вредят экономической безопасности государства в целом. А реализация предложенных выше мер по противодействию налоговым правонарушениям должна значительно снизить вероятность их совершения.

Список литературы:

1. Василевич Г.А. Административно-деликтное право: учеб. пособие. – М.: Адукацыя і выхаванне, 2013 – 648 с.
2. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях: Кодекс Респ. Беларусь, 6 янв. 2021 г., № 91-3: в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.01.2022 г., № 144-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022. – Дата доступа: 03.05.2020.
3. Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях: Кодекс Респ. Беларусь, 6 января 2021 г., № 92-3: в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.01.2022 г., № 144-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022. – Дата доступа: 03.05.2020.

ОБЫСК И ВЫЕМКА В УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ

Габайдулин Эдуард Рашидович

студент,

Тюменский государственный университет (ТюмГУ),

РФ, г. Тюмень

В статье исследуется определение такого следственного действия как обыск и выемка. Данные следственные действия являются одними из самых важных действий в арсенале следователя.

Правильно проведенный обыск и выемка в большинстве случаев predispose положительный исход уголовного дела. Так же рассматриваются вопросы законодательного закрепления, и оценка результатов данного следственного действия.

Ключевые слова: обыск, выемка, преступления, документы, следователь, вещественные доказательства.

В данной научной статье будет рассмотрено такое следственное действие как обыск и выемка, связанное с уголовным процессом.

Обыск и выемка – это следственные действия, схожие в ряде свойств, однако законодательно разделённые в самостоятельные следственные действия, которые имеют ряд отличий и схожих функций.

Целью данного следственного действия является: разграничение понятий «обыска» и «выемки», выявлению некоторых нюансов.

Обыск – следственное действие, принудительное исследование помещений и иных мест, отдельных граждан в целях отыскания и изъятия вещественных доказательств, документов и ценностей, которые имеют значение для расследования уголовного дела.

Важное значение обыска и выемки – свойство доказать определённые факты, условия и другое, имеющее значение для расследования уголовного дела.

Обыск и выемка – принудительные действия, которые производятся по решению суда или постановлению следователя, при наличии определённых оснований.

Так, для обыска необходимо решение суда для производства данного следственного действия, но в случае обстоятельств, которые не терпят отлагательств, то есть существует риск уничтожения вещественных доказательств для расследования уголовного дела, то обыск проводится исключительно по постановлению следователя, с определённым кругом обязанностей после завершения данного следственного действия.

Разграничение обыска и выемки заключается в том, что при обыске заранее известно предполагаемое местонахождение объекта, а при выемке известно точное, конкретное местонахождение объекта.

Также разграничение заключается в условии участия понятых.

При производстве обыска в жилище – необходимо участие понятых в количестве двух человек, а при производстве выемки – по усмотрению следователя, но является обязательным применением технических средств.

В конце следственных действий (обыска и выемки) всё изъятые представляется участвующим лицам и упаковываются при необходимости.

Я считаю, что данные следственные действия являются одними из приоритетных, так как грамотно проведенный обыск и выемка способны предпринять расследование уголовного дела.

Список литературы:

1. "Конституция Российской Федерации".
2. "Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации" от 18.12.2001 N 174-ФЗ.

3. Федеральный закон "Об оперативно-розыскной деятельности" от 12.08.1995 N 144-ФЗ.
4. Комментарий к Уголовно-процессуальному кодексу Российской Федерации (постатейный) / Под общ. ред. О.Г. Ковалева. Т.2. - М.: "Дашков и К", 2008. - 521 с.
5. Бедняков И.Л. Обыск: проблемы эффективности и доказательственного значения. Монография - М.: Юрлитинформ, 2010. - 176 с.
6. Смирнов А.В. Следственные действия в Российском уголовном процессе: учебное пособие / А.В. Смирнов, К.Б. Калиновский. - М.: Альфа, 2006. 73 с.

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СИСТЕМЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Гойко Юлия Викторовна

магистрант,
Институт государственной службы и управления,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Москва

Доронина Ольга Николаевна

научный руководитель,
доцент кафедры государство ведения, канд. юрид. наук, доцент,
Институт государственной службы и управления,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Москва

THE GOVERNMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE SYSTEM OF STATE ADMINISTRATION BODIES

Yuliya Goyko

Master student, Institute of Public Administration and Management,
Russian Academy of National Economy and Public Administration
under the President of the Russian Federation,
Russia, Moscow

Olga Doronina

Scientific director
Associate Professor of the Department of State Studies,
Faculty of State and Municipal Administration,
IGSU RANEPA, PhD in Law, Associate Professor
Institute of Public Administration and Management,
Russian Academy of National Economy and Public Administration
Under the President of the Russian Federation,
Russia, Moscow

Аннотация. Российскому Правительству отводится большое значение среди органов исполнительной власти нашего государства. Проанализировав основные положения Конституции России, а также нормы ФКЗ № 4 «О Правительстве Российской Федерации», автор настоящей статьи выявляет основные особенности положения Правительства РФ в системе органов государственной власти. В заключении статьи анализируются последние изменения законодательства в отношении новых и уточненных компетенций Правительства России.

Abstract. The Russian Government is given great importance among the executive authorities of our state. After analyzing the main provisions of the Constitution of Russia, as well as the norms of the Federal Law No. 4 "On the Government of the Russian Federation", the author of this article identifies the main features of the position of the Government of the Russian Federation in the system of state authorities. In conclusion, the article analyzes the latest changes in legislation regarding new and updated competencies of the Government of Russia.

Ключевые слова: государственное управление, исполнительная власть, орган государственной власти, Правительство Российской Федерации, компетенция Правительства РФ.

Keywords: public administration, executive power, state authority, Government of the Russian Federation, competence of the Government of the Russian Federation.

В 2020 году были внесены существенные поправки в конституционное законодательство нашей страны. Одним из основных нововведений является появление института публичной власти. При этом, изменения коснулись положений органов исполнительной власти и Правительства России, в частности, его некоторых компетенций. В данной связи, цель настоящей статьи заключается в комплексном теоретико-правовом анализе положения российского Правительства в системе органов государственного управления, с учетом современного законодательства.

На основании положений Конституции РФ, Правительство является представителем исполнительной власти (ст. 110) [1]. В соответствии с Основным законом, основной целью Правительства РФ является руководство за направлением деятельности федеральных органов исполнительной власти, находящихся вне подчинения Президенту РФ. Таким образом, Правительство России реализует государственную политику в экономической, культурной, образовательной, экологической областях, а также в области социального обеспечения и здравоохранения. Непосредственная характеристика Правительства РФ, как коллегиального органа, состоит в том, что он подчиняется Президенту России.

При этом, ст. 114 Конституции РФ определяет функции Правительства в сфере общественной жизни. Данные компетенции устанавливаются в различных формах (например, реализуются посредством разработки, обеспечения, осуществления, содействия, создания и т.п.).

Следует также отметить, что нормы ФКЗ № 4 «О Правительстве Российской Федерации» от 06.11.2020 года [2], устанавливают политико-правовую связь Правительства с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Приведенный закон о Правительстве устанавливает, что деятельность данного органа направлена: на обеспечение взаимодействия, единства и координации органов системы исполнительной власти; на осуществление контроля за деятельностью данных органов; на устранение возникших разногласий. При этом, руководствуясь определенными соглашениями, Правительство может передавать органам исполнительной власти субъектов России часть полномочий и принимать на осуществление их полномочия соответственно.

ФКЗ № 4 «О Правительстве Российской Федерации» также закрепляет ряд полномочий данного публичного органа, направленные на поддержку гражданского общества. В данном направлении поддержку получают некоммерческие неправительственные компании по развитию социально-значимых проектов, проектов по защите прав и свобод граждан. Также Правительством РФ поддерживается деятельность на добровольных началах (волонтерство), благодаря которой решаются значимые социальные задачи и развивается дело мира. Кроме того, благодаря компетенции Правительства развивается предпринимательство и частная инициатива, через реализацию целей и задач, поставленных Президентами РФ.

Существует и определенная правовая связь между Правительством РФ и органами местного самоуправления, которая детализируется в современном законодательстве. К примеру, Закон Российской Федерации о поправке к Конституции РФ [3] устанавливает возможность органов государственной власти участвовать в процессе решения вопросов местного самоуправления. В рамках названного закона предусмотрено и делегирование отдельных государственных полномочий на местах. В данной ситуации финансирование реализации государственных функций осуществляется из средств государственного бюджета, или из бюджета субъектов РФ, через предоставление местному бюджету субвенций. При этом, программу совместных мероприятий и ее финансирование составляют федеральное Правительство РФ и Правительство субъектов [4, с. 120].

Следует отметить, что на Правительство РФ перечень прав и обязанностей устанавливают многие действующие нормативные-правовые акты. Например, Правительство наделено полномочием о возможности внесения главе государства предложений о том, чтобы приостановить действие акта органов исполнительной власти субъектов РФ, в случае,

если данный акт не соответствует Основному закону, международному договору, либо иному федеральному закону. При этом, каждый год Правительству РФ необходимо предоставлять отчет Парламенту РФ о результатах и итогах своей деятельности [5, с. 48], что также свидетельствует о взаимодействии данных органов государственного управления.

Правительство РФ – это также один из субъектов по законодательной инициативе. Государственной Думой Российской Федерации рассматриваются и обсуждаются проекты федеральных законов, которые, в свою очередь, разрабатываются Правительством. Так, на конституционном уровне разработка федерального бюджета как социально-значимого проекта федерального закона возложена на Правительство РФ.

Таким образом, поправки в Конституции РФ привнесли ряд изменений в отношении положения Правительства РФ в системе государственных органов. Неизменным остается факт, что российское Правительство – это главный инструмент, участвующий в процессе управления государством. В результате постоянных изменений, как экономических, так и общественных, на Правительство РФ накладывается ряд новых обязанностей, основная сложность при этом, заключается в том, что не всегда имеется потенциал и ресурсы для должного управления.

Проанализировав систему государственного управления в нашей стране, можно заключить, что Правительству РФ в ней отводятся разные роли. Прежде всего, российское Правительство – это орган, осуществляющий контроль и регулирование за исполнительной властью в социально-экономической сфере. Также Правительство является посредником, с помощью которого происходит взаимодействие с системой федеральных органов исполнительной власти РФ. И третья роль заключается в том, что Правительство РФ – это непосредственный субъект в области управления за деятельностью органов исполнительной власти субъектов РФ.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Российская газета. – 1993. – № 237.
2. Федеральный конституционный закон от 06.11.2020 № 4-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2020. – № 45. – Ст. 7061.
3. Закон Российской Федерации о поправке к Конституции Российской Федерации от 14 марта 2020 года № 1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2020. – № 11. – Ст. 1416.
4. Кобзарь-Фролова М.Н. Правительство Российской Федерации в системе органов публичной власти: политико-правовые связи правительства // Правовая политика и правовая жизнь. – 2021. – № 2. – С. 116-126.
5. Шувалова О.Ю. Роль Правительства Российской Федерации в системе органов государственного управления // Актуальные исследования. Международный научный журнал. – 2021. – № 37. – С. 46-49.

Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 19 (198)

Май 2022 г.

Часть 4

В авторской редакции

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 66232 от 01.07.2016

Издательство «МЦНО»

123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74

E-mail: studjournal@nauchforum.ru

16+

