

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

**ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И ПОЛИТИКА:
ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ ПРАКТИКИ
И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Материалы ежегодной Всероссийской
студенческой научно-практической конференции
19–23 апреля 2021 г.

ТВЕРЬ 2021

УДК 330.1(082)
ББК У01я43
Э40

Э40 Экономика, управление и политика: проблемы теории практики и взаимодействия: материалы ежегодной Всероссийской студенческой научно-практической конференции 19–23 апреля 2021 г. / под ред. М.В. Цуркан. – Тверь: Издательство Тверского государственного университета, 2021 – 152 с.

Представлены тезисы докладов Всероссийской студенческой научно-практической конференции по проблемам экономики, управления и политики, проходившей в Институте экономики и управления Тверского государственного университета с 19-23 апреля 2021 года. В сборнике материалов особое внимание уделено вопросам развития российской экономики, экономики предприятий и отраслевых рынков, финансового, налогового учета и аудита, управленческого учета и анализа, математики, статистики и информационных технологий в экономике и управлении, управления социально-экономическими системами, персоналом организаций, социально-экономическим развитием региона и социальной сферой территории, органов государственной власти и механизмам государственного управления, политических процессов в современном мире, современных международных отношений и гендерных исследований политики. Для студентов, аспирантов, а также преподавателей вузов.

© Авторы статей, 2021

© Тверской государственный университет, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

Алексеева М. А., Бородин Д.А. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА НА ФРИЛАНСЕ	7
Алехина Ю.Д. ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЁТА ЗАТРАТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ 30-Х СЧЕТОВ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА	10
Амрахова Д.Б. ПРОЕКТ «ЗАЯВИ О СВОЕМ ТАЛАНТЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ДОЛГОСРОЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА МОЛОДОГО ПЕРСОНАЛА И КОМПАНИИ В ООО ЛЕРУА МЕРЛЕН (Г. ТВЕРЬ)	13
Андроник В.И. МОДЕЛЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ АКТИВА К ВОЛАТИЛЬНОСТИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ О ДОЛГОСРОЧНОМ ИНВЕСТИРОВАНИИ	16
Арутюнян Г.Ф. МЕХАНИЗМЫ РАЗРЕШЕНИЯ ТРУДОВЫХ СПОРОВ И КОНФЛИКТОВ	19
Басова К.О., Гринь Е.И. РАЗВИТИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	21
Башилова Е.М., Вьюгина Т.А. ВНЕДРЕНИЕ «ERP-СИСТЕМ» КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА	24
Березина Л.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КРИПТОВАЛЮТ И ИХ ЦИФРОВИЗАЦИИ	27
Близнюк К.Н., Садовская Д.А. ВЫХОД ИЗ КРИЗИСА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	31
Богданова К.А., Першина А.С., Тропина А.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	34
Бородкина А.В., Песикова П.Д. ИНСТАГРАМ КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	37
Васильева А.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	41

Василькова Д.М. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ ВНОВЬ ПРИНЯТЫХ СОТРУДНИКОВ ООО «ТБК» В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОЙ РАБОТЫ	44
Верчук М.О. ИСТОРИЧЕСКИЙ ПЕРЕЛОМ ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ	47
Виноградов П.М. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	50
Воеводова Ю.Н. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКЕ ПЕРСОНАЛА СОТРУДНИКОВ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ (ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ)	53
Волкова А.С. ОЦЕНКА УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СИСТЕМОЙ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ООО УО «ЖИЛИЩНОЕ ХОЗЯЙСТВО ВОЛОКОЛАМСКОГО РАЙОНА»	55
Голубев Д.А. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ	58
Гудий К.С., Ширенкова А.Е. ПОДБОР УДАЛЁННЫХ СОТРУДНИКОВ	60
Гусева Е.А. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ВУЗА: АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ	63
Дельцов А.А., Королёв Я.М. АНАЛИТИКА BIG DATA В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	66
Джлавян З.Д. ОЦЕНКА УРОВНЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ООО «БМК-СЕВЕР»	69
Долгих А.С. РОЛЬ КСО В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИМЕРЕ КОНАКОВСКОЙ ГРЭС	71
Ермакова А.А. АНАЛИЗ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ИХ УВЕЛИЧЕНИЯ	75
Калинцева А.Д. ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ УНИВЕРСИТЕТА	77

Константинова А.Р., Бовтик В.А. УДАЛЁННАЯ РАБОТА КАК НОВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА	80
Костанян А.А. ИЗМЕНЕНИЯ В УЧЕТЕ ЗАПАСОВ В 2021 ГОДУ	83
Кочегарова Е.М. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ КОРРУПЦИИ КАК ОСНОВА КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	87
Кривцанов К.С. ПРОБЛЕМА ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	90
Курова В.С., Телегина К.В. ЭТИКА ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА	99
Лужнева Е.В. ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ: ОПЫТ РОССИИ – ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	102
Мамонтова Д.С. УЧЕТ СОКРАЩЕННОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	105
Михайлова М.А. ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССОВ ПОДБОРА И ОТБОРА КАНДИДАТОВ НА ВАКАНТНЫЕ ДОЛЖНОСТИ КАДРОВЫМ АГЕНТСТВОМ	108
Михайлова Ю.А. АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА: ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ	111
Муравьёва Д.А., Бабошин П.К. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: СУЩНОСТЬ, КОНЦЕПЦИИ, ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИИ	114
Наджарян А.Ю. ПРОГНОЗ ВОСТРЕБОВАННЫХ И УМИРАЮЩИХ ПРОФЕССИЙ РЫНКА ТРУДА	117
Николаев В.Д. ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА	120

Николаева П.С. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИМ СОЗНАНИЕМ	124
Петросян Т.С., Котов Р.Э. ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ	127
Саражакова А.С. РУССКАЯ ПРЕССА КАК КАНАЛ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ: ИСТОРИЧЕСКАЯ РЕТРОСПЕКТИВА	131
Смирнов Б. УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РЕГИОНЕ	134
Спичак К.Д. ПРОБЛЕМЫ СБЛИЖЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА	136
Хомутильников А.И. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ	140
Чжан Цзиньхуэй СИСТЕМА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	143
Чуркина Е.М. ФАКТОРЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	146
Шарафетдинова В.Д. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ООО «ЭлектроЛайтинг»	149

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА НА ФРИЛАНСЕ

Алексеева М.А., бакалавриат, 2 курс; Бородин Д.А., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Комарова Е. В.

Тверской государственный университет, Институт экономики и управления

Обычно возникновение фриланса связывают с появлением Интернета. На самом же деле этот вид деятельности зародился задолго до появления Глобальной сети.

Джек Ниллес, ученый Южнокалифорнийского Университета, в 1972г. предложил новый способ организации труда – телеработу. Суть заключалась в том, что сотрудникам не нужно находиться на рабочем месте весь день, ведь они вполне могут выполнять задачи и дома. Поддерживать связь между работниками предлагалось благодаря телефону.

С развитием интернет-технологий термин «телеработник» был практически вытеснен более звучным термином «freelancer». Данный термин подразумевает под собой специалистов «дистанционных профессий», то есть тех людей, чья работа связана с Интернетом и компьютерными технологиями. Со временем список таких профессий только расширяется [1].

Так, во время пандемии коронавируса на рынке труда часть привычных людям профессий тоже перешла на дистанционный формат. Если работать дома по свободному графику для многих людей было нововведением, то для большинства маркетологов это давно стало привычным образом жизни. Маркетологи одни из первых ушли в онлайн сферу, однако до сих пор не все люди понимают в чем заключаются особенности маркетинга на фрилансе.

Работа маркетолога-фрилансера сравнима с работой обычного интернет-маркетолога, но имеет ряд своих особенностей. Маркетолог-фрилансер – это творческий специалист, который работает на себя, самостоятельно выбирает какую работу ему выполнять, устанавливает график работы и сам ищет клиентов.

Типичными клиентами фрилансеров являются владельцы небольших стартапов, для которых важно оценить возможности заработка от запуска товара на определенной нише. Также клиентами маркетологов-фрилансеров являются владельцы малого бизнеса, у которых нет больших средств для содержания отдела маркетинга. Хорошо зарекомендованным фрилансерам доверяют и крупные проекты.

Традиционным способом поиска заказчиков для маркетолога-фрилансера является биржа фриланса. Там публикуются заказы разной сложности, поэтому каждый может найти заказ себе по душе. Другой путь – поиск заказов через каналы и чаты в Telegram. Еще одним способом поиска клиентов является развитие личного бренда с помощью социальных сетей. Можно вести личный блог, в котором нужно будет отражать свои успешные проекты, писать статьи о маркетинге, участвовать в обсуждениях в профессиональных сообществах. Это позволит маркетологам-фрилансерам найти новых заказчиков и повысить лояльность существующих клиентов. Фрилансеры, которые развивают личный бренд, зарабатывают значительно больше, чем те, кто этим не занимается.

Если говорить относительно стоимости проектов, маркетологи-фрилансеры сами устанавливают цену за их реализацию. Поэтому в теории специалисты могут заработать сколько угодно. Однако практика показывает, что один маркетинговый проект в среднем стоит чуть меньше 17 тысяч рублей (табл. 1).

Таблица 1

Средняя стоимость проекта в категориях *

Категория проекта	Средняя стоимость проекта в категориях, руб.
Мобильная разработка	78 415
Программирование	36 717
Архитектура и инжиниринг	24 983
Работа с клиентами (консалтинг)	22 718
СЕО и маркетинг	16 718
Дизайн/Арт	8 295
Системное администрирование	7 381
Аудио/Видео	6 478
Работа с текстами	3 937
Переводы	3 804

* Рассчитано по данным: [2].

В отличие от интернет-маркетолога фрилансер должен постоянно думать о том, как рекламировать свои услуги, ведь от этого напрямую зависит его заработок. Однако и здесь есть свои особенности. То густо, то пусто – это норма существования фрилансеров. Иногда бывает много хорошо оплачиваемых заказов, иногда совсем ничего. Неважно, много заказов или мало – в любом случае необходимо вести документооборот и бухгалтерию. Фрилансер должен понимать, что значит каждое слово в договоре, должен уметь отчитываться перед налоговой и вести учёт прибыли. Если зарегистрироваться как самозанятый, делать всё станет намного проще [3].

Каждый маркетолог-фрилансер должен обладать некоторыми навыками. В первую очередь ему необходимо уметь делать несложные сайты и создавать продающую страницу такой, чтобы люди хотели купить товар. Также нужно уметь настраивать рекламу в социальных сетях и поисковых системах. Уметь обрабатывать фотографии и делать элементарную вёрстку в Photoshop. Также необходимо уметь работать с таблицами в Excel и Google Docs. Маркетолог должен знать все тонкости работы в программах и уметь пользоваться всевозможными формулами для того чтобы анализировать результаты своей работы. Это далеко не весь список навыков, которыми должен обладать маркетолог-фрилансер, но с этими умениями уже можно искать своих первых клиентов.

Перед маркетологом-фрилансером рано или поздно встает выбор дальнейшего пути развития: в глубину или в ширину. Путь в глубину позволяет стать фрилансеру экспертом в области маркетинга, дает возможность брать наиболее высокооплачиваемые и сложные заказы. Выполнение одного такого заказа может занимать более одного года. Второй путь развития фрилансера – в ширину,

подразумевает под собой увеличение численности заказов одинаковой сложности. Такой путь дает возможность брать несколько заказов в месяц, что позволяет зарабатывать не на сложности заказов, а на их количестве.

Таким образом, профессия маркетолога-фрилансера имеет как целый ряд преимуществ, так и ряд своих особенностей, которые могут вызвать затруднения в работе.

Для того, чтобы работа фрилансера была наиболее успешной, необходимо, на наш взгляд, соблюдать следующие рекомендации: эффективно владеть навыком самоорганизации, правильно выстраивать свой рабочий день, качественно изучать конъюнктуру рынка, укреплять собственный имидж и быть проактивным человеком, который готов брать ответственность на себя.

Список использованных источников

1. Как, когда и где появился фриланс [Электронный ресурс] – URL: <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/freelance.html/> (дата обращения 07.04.21)
2. Статистика цен на услуги фрилансеров [Электронный ресурс] – URL: <https://freelancehunt.ru/statistics/rates/> (дата обращения 07.04.21)
3. Кто такой маркетолог-фрилансер [Электронный ресурс] – URL: https://skil-lbox.ru/media/marketing/kto_takoy_marketolog_frilanser/ (дата обращения 07.04.21)

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЁТА ЗАТРАТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ 30-Х СЧЕТОВ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

Алехина Ю.Д.

*Научный руководитель: ст. преп. кафедры бухгалтерского учета
Крутикова С.В.*

Тверской государственной университет, г. Тверь, juli_al7@mail.ru

Изучение аспекта затрат для организации является одним из важнейших условий для успешной и прибыльной деятельности. Каждая организация заинтересована, чтобы выручка от продаж была как можно выше производственных затрат. Для более детального рассмотрения затрат по элементам расходов приказом Минфина разрешено вести учет на счетах «отражающих» - 30-39 счета.

Ключевые слова: *учёт затрат, «отражающие» счета, 30-39 счета, классификация по элементам расходов.*

Как известно учет затрат на производство продукции (работ, услуг) является одним из самых трудоемких и ответственных участков бухгалтерского учета, именно поэтому на данный участок постоянно нужны специалисты.

Согласно приказу Минфина от 31 октября 2000г. № 94н счета затрат относятся к III разделу Плана счетов «Затраты на производство». Информация, которая будет накапливаться на данных счетах, является информацией о расходах компании по обычным видам деятельности (сфера бизнеса, например, производство товаров и предоставление услуг), расходы на продажу (счет 44 «Расходы на продажу», раздел IV «Готовая продукция и товары») [2].

Организация ведет учёт затрат на счетах 20-29, однако параллельно он может вестись на «отражающих» счетах 30-39. Состав и методика использования счетов 20-39 устанавливается организацией исходя из особенностей деятельности, структуры, организации управления на основе соответствующих рекомендаций Министерства финансов Российской Федерации.

Минфином в Плане счетов предусмотрены свободные синтетические счета для отражения расходов по статьям, местам возникновения и другим признакам, а также исчисления себестоимости продукции. Так счета 30-39 предусмотрены для учёта расходов по элементам расходов.

По *элементам* расходы группируются на: [1]

1. материальные затраты;
2. затраты на оплату труда;
3. отчисления на социальные нужды;
4. амортизация;
5. прочие затраты.

Таким образом, организация может открывать 30-е счета для каждого элемента затрат, например:

- сч.30 «Материальные затраты»,
- стоимость израсходованных на производство материалов, покупной энергии, выполненных подрядными организациями работ производственного характера и пр.
- сч.31 «Затраты на оплату труда»,
- отражаются суммы начисленной заработной платы, а также начисления в резервы предстоящей оплаты отпусков, на выплату вознаграждений по итогам года и т.п.
- сч.32 «Отчисления на социальные нужды»,
- отчисления в Фонды медицинского, социального и пенсионного страхования.
- сч.33 «Амортизация»,
- расходы организации на амортизацию, начисленные в установленном порядке.18
- сч.34 «Прочие затраты»,
- Расходы, которые не нашли отражения на других счетах по учету расходов по элементам, так как они не относятся ни к одному из них.

- сч.35 «Отражение общих затрат». [4, с. 5]

При *интегрированном учёте* (сч.20-39) – счета управленческого и финансового учета, отражающие затраты на производство ведутся в единой системе бухгалтерского учёта без обособления калькуляционных счетов в систему управленческого учета:

На счетах 30-39 отражаются данные по элементам расходов:

- Дт30 Кт10,16,60 (Σстоимости израсходованных материалов, энергии, работ);
- Дт31 Кт70,96 (Σзатрат на оплату труда);
- Дт32 Кт69 (Σстраховых взносов);
- Дт33 Кт02,04,05 (Σамортизации);
- Дт34 Кт60,71,76 (Σпрочих расходов).

Ежемесячно счета по учету элементов затрат закрывают в отражающий счет Дт35 Кт31,32,33,34. Собранные на счете 35 суммы распределяют между калькуляционными счетами и записывают в Дт20,23,25,26,29,44. [4, с. 10]

Выделение специальных счетов способствует обособленному учету затрат по элементам и позволяет заполнить Приложение № 3, которое рекомендовано оформлять как пояснения к бухгалтерскому балансу и отчёту о финансовых результатах и использовать при подготовке пояснений в табличной форме. [3] Тем самым, обеспечивается двойной контроль.

Таким образом, организация определяет все расходы за отчетный период. Это необходимо для установления сметных и фактических затрат в целом по организации при разработке бизнес-планов, определении фонда оплаты труда, объема закупок материальных ресурсов, амортизации, при анализе материалоемкости, фондоёмкости, трудоёмкости и др., контроля расходов в соответствии с их

целевым назначением. Обычно «отражающие» счета открывают и активно используют в своей деятельности организации с большой номенклатурой затрат и наличием территориально удаленных филиалов.

Список использованных источников

1. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99: приказ Минфина РФ №33н: от 6 мая 1999 г. (с изм. и доп.). URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/12115838/paragraph/12306:1> (дата обращения 08.04.20)

2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению". URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=107972#07311257953071901> (дата обращения 08.04.20)

3. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 19.04.2019) "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023) (с изм. и доп., вступ. в силу с отчетности за 2020 год). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/68417818f4defa2316ccef1b337a235428004046/ (дата обращения 09.04.20)

4. Формирование системы счетов для управленческого учёта деятельности предприятия. URL: http://sisupr.mrsu.ru/2009-1/pdf/30_Pichynova.pdf (дата обращения 08.04.20)

ПРОЕКТ «ЗАЯВИ О СВОЕМ ТАЛАНТЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ДОЛГОСРОЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА МОЛОДОГО ПЕРСОНАЛА И КОМПАНИИ В ООО ЛЕРУА МЕРЛЕН (Г. ТВЕРЬ)

Амрахова Д.Б., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Актуальность темы долгосрочного сотрудничества компании и персонала обусловлена, с одной стороны, дефицитом квалифицированного персонала на рынке труда, с другой стороны, необходимостью найма в организацию молодых специалистов с высоким потенциалом. [1, с. 87] Без взаимовыгодного и плодотворного сотрудничества руководителя и сотрудника развитие и процветание компании почти невозможно. Но менять сотрудника, или покинуть компанию из-за расхождения интересов – дорогое удовольствие для обеих сторон.

Эффективным способом привлечения и удержания молодых специалистов является предоставление сотрудникам относительной свободы при решении поставленных задач для повышения их ответственности и возможностей проявления своих способностей. Для этого необходима эффективная система построения деловой карьеры молодых сотрудников.

Леруа Мерлен (Leroy Merlin) – французская компания-ритейлер, которая специализируется на продаже товаров для строительства, отделки и обустройства дома, дачи. Город Тверь стал первым городом в масштабном проекте компании «Завоевание Российских провинций» (2013 г.). С 2015 года Леруа Мерлен Тверь становится донором персонала для открывающихся магазинов компании в других регионах России; в 2021 году планируется открыть еще 22 магазина.

Численность персонала Леруа Мерлен Тверь с 2018 по 2020 гг. увеличилась на 11,5 % (45 чел.), при этом численность сотрудников, работающих в компании от 1 года увеличилась на 35,8% (53 чел.), а сотрудников, работающих от 3 до 5 лет, уменьшилось на 17% (18 чел.). Это свидетельствует о высоком уровне текучести персонала магазина, который за два последние года повысился на 28%.

Проводимые исследования в Леруа Мерлен Тверь свидетельствуют о снижении мотивации и вовлеченности сотрудников в деятельность компании. По утверждению «Я получаю адекватное признание (помимо оплаты труда) моих достижений и вклада в работу» индекс внутреннего NPS в 2019 году составил 67%, а в 2020 г. – 51%. На утверждение «Организация предоставляет мне ресурсы для воплощения в жизнь идей, которые будут способствовать успеху компании» индекс внутреннего NPS в 2019 году составил 71%, а 2020 году – 59%. И по утверждению «Новые идеи, способствующие успеху компании в будущем, находят отклик и берутся в разработку» индекс внутреннего NPS в 2019 году составил 61%, а в 2021 году – 48%.

Материальное и нематериальное стимулирование в Леруа Мерлен построено так, что чем дольше сотрудник работает в компании, тем больше привилегий ему становятся доступны. К примеру: после 1 года работы сотрудник может выбрать в кафетерии социальных льгот 1 льготу, через 2 года может выбрать уже 2

льготы и т.д. Или выбрать денежную компенсацию 1 год- 20 000 тыс., 2 год – 30 000 тыс. и т.д.; после 3-х лет работы, сотруднику становится доступно софинансирование ипотеки от компании и многое другое.

В Леруа Мерлен сильная система наставничества и стажировки, поэтому компания берет на работу сотрудников без опыта работы и необходимого образования и растит в них специалистов. Но менеджеров высшего, среднего и низшего звена набирают «со стороны», вместо того, чтобы развивать уже имеющихся сотрудников компании.

Таким образом, автором был сделан вывод, что основной причиной повышения текучести молодых сотрудников персонала является отсутствие возможности реализовать себя, развиваться, строить свою карьеру в рамках данной компании. Сотрудникам не хватает инструментов для аккумуляции и реализаций своих идей о развитии магазина и оптимизации процессов. Они хотят влиять на процессы и процедуры компании, что на данный момент невозможно. Также важно отметить, что система внутреннего продвижения непонятна молодым сотрудникам, а менеджеров высшего, среднего и низшего звена набирают «со стороны».

Для решения указанных проблем автор разработал и внедрил Леруа Мерлен Тверь проект «Заяви о своем таланте» (ЗОСТ), который позволит молодым, активным сотрудникам проявить свой потенциал и лидерские способности, реализовать идеи и влиять на процессы компании. Целью проекта является создание инструмента эффективного построения деловой карьеры молодых и амбициозных сотрудников. В качестве первоочередных задач выделены следующие: снижение уровня текучести персонала, развитие долгосрочного сотрудничества персонала и компании, повышение уровня его вовлеченности, формирование кадрового резерва, создание платформы для передачи, аккумуляции и реализации идей молодых сотрудников, формирование прозрачной системы внутренних продвижений.

В настоящее время реализация проекта «Заяви о своем таланте» в Леруа Мерлен Тверь проходит в несколько этапов:

1. Подача заявки на участие, обсуждение с руководителем темы проекта.
2. Разработка проекта и его защита на совете директоров.
3. Создание команды единомышленников (3-5 человек), которые помогают в реализации проекта.
4. Реализация проекта, в т.ч. проведение промежуточных встреч с экспертами.
5. Оценка результатов проекта. Проводится «собрание потенциалов», на котором по количественным и качественным показателям по проекту, а также роли участника в нем, проявления его компетенций т.д. принимается решение о включении участника в пул потенциалов, для дальнейшего повышения.

Реализация проекта «Заяви о своем таланте» в Леруа Мерлен Тверь началась с декабря 2020 года. В настоящее время в проекте принимают участие 7 молодых сотрудников, среди которых: специалисты по продажам; продавцы-консультанты; кассиры-консультанты; менеджер по продажам.

Например, менеджер по продажам, претендующий на должность «руководитель сектора», реализует проект «Внедрение активных продаж через персона-

лизацию клиентов в отделе ЛМ для бизнеса», целью которого является: увеличение годового товарооборота по закрепленным клиентам на 20%; увеличение среднего чека на 15%; активности клиентской базы не менее 80%, тем самым увеличится доля товарооборота отдела Леруа Мерлен для бизнеса.

Также, кассир-консультант, претендующий на должность «менеджер сектора касс», реализует проект «Увеличение привлекательности омниканального магазина в секторе касс», целями которого является: оптимизация рабочих процессов; удовлетворение потребности клиента в комфортном и качественном обслуживании; снижение количества допускаемых ошибок на 50%; прохождение обучения 100% сотрудников.

В апреле 2021 года в Леруа Мерлен Тверь были подведены итоги первой реализации проекта «Заяви о своем таланте» и на финальном собрании было принято решение о включении участников проекта в «пул потенциалов» и их дальнейшем повышении в должности.

Таким образом, ежегодное проведение в Леруа Мерлен Тверь проекта «Заяви о своем таланте» позволит сократить текучесть персонала, удержать и закрепить молодых специалистов в компании; сформировать прозрачную и понятную всем систему продвижения; эффективно использовать готовый инструмент для сбора и внедрения идей сотрудников, аккумулируя и внедряя предложенные идеи. Все это будет способствовать повышению общего уровня вовлеченности и удовлетворенности персонала компании.

Список использованных источников

1. Абдуллина, А.Д., Рабцевич, А.А. Управление карьерой работника в современных организациях / А.Д. Абдуллина, А.А. Рабцевич // Гуманитарные научные исследования. 2019. № 3. С. 87-89

МОДЕЛЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ АКТИВА К ВОЛАТИЛЬНОСТИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ О ДОЛГОСРОЧНОМ ИНВЕСТИРОВАНИИ

Андроник Вадим Игоревич

Научный руководитель: к. э. н., доцент Костюкович Н.В.

Тверской государственный университет, г. Тверь, andronnikovvv@gmail.com

Аннотация. Автор рассматривает динамику курсов акций с использованием математической модели, показывающей устойчивость цен с учетом волатильности. Приводятся примеры различной динамики цен акций конкретных банков, демонстрирующие применение модели устойчивости для оценки их инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: волатильность, математическая экономика, моделирование, долгосрочное инвестирование, акции, банки, принятие решений, дифференциальные уравнения, динамическая система.

В связи с удручающей динамикой капитализации российских компаний, которая, судя по индексу РТС, не превышает уровень 2008 г., актуальным является вопрос: как может быть обеспечена положительная динамика курсов акций российских банков, как центров управления отечественным корпоративным бизнесом? Подход к этому вопросу предполагает прояснение ситуации с использованием математических моделей, отражающих объективные тенденции в динамике акций крупных российских банков, таких, в частности, как Сбербанк, Московский кредитный банк, ВТБ.

Такого рода модели нужны вкладчикам и инвесторам, учитывая, что коммерческие банки аккумулируют большую часть сбережений населения и финансовых ресурсов хозяйственных организаций, определяя во многом состояние общества и воспроизводственные процессы. Простая экономико-математическая модель может представлять зависимость будущих цен на актив, в конкретные моменты времени, от произведений предыдущих цен на величины спроса на этот самый актив, с учетом волатильности цены в зависимости от прошлой цены по времени. [1] Математическая формулировка модели выглядит так:

$$\dot{x}(t) = x(t) * S(t) \pm \delta(t) * x(t),$$

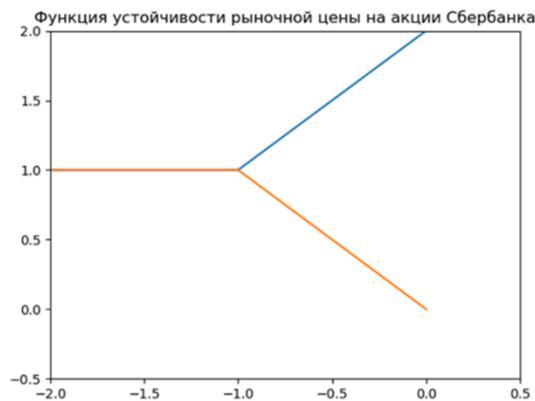
где $\delta(t)$ – волатильность, $S(t)$ – величина спроса (далее – спрос). При этом спрос классически определяется как дифференциальное уравнение второго порядка:

$$\delta(t) * \ddot{S}(t) = \bar{p} * \dot{S}(t) + \varepsilon * S(t), \bar{p} - \text{средняя цена, } \varepsilon - \text{последняя цена [5, 6].}$$

В итоге получаем общий вид решения данного дифференциального уравнения:

$$x(t) = C e^{(\int S(t) dt)} \pm e^{\delta(t)t}. [2][4][7]$$

Подобным образом можно составить системы для конкретных активов, в том числе, для акций банков. Используя этот подход, представим графически данные о волатильности акций Сбербанка (рис. 1):

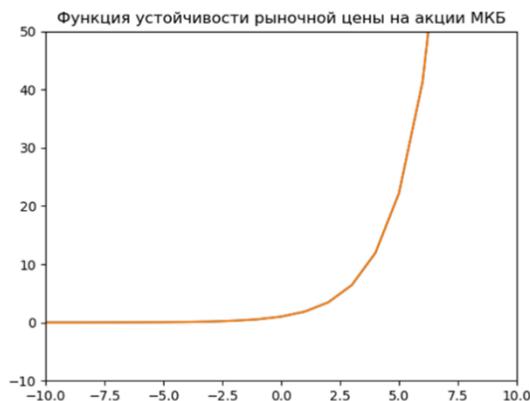


[3]

Рис. 1. Функция устойчивости рыночной цены на акции Сбербанка
Источник: составлено автором.

Можно заметить, что функция устойчивости рыночной цены на акции Сбербанка расходится на сколь угодно большом дискретном промежутке. Из этого следует, что волатильность со временем будет давать всё больший «разброс». Дать сколько-нибудь обоснованный долгосрочный прогноз для данного актива практически невозможно, так как с течением времени колебания цен на него будут становиться всё сильнее.

Принципиально иная графическая картина характерна для акций Московского Кредитного Банка, частного банка, который сравнительно недавно вошел в десятку крупнейших банков нашей страны. Функция устойчивости рыночной цены его акций представлена на рис. 2.

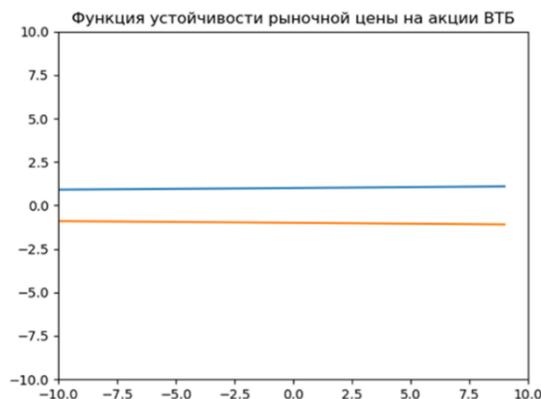


[3]

Рис. 2. Функция устойчивости рыночной цены на акции МКБ
Источник: составлено автором.

Для акций МКБ, как показывает модель, характерен медленный экспоненциальный рост. Теоретически и как правило, практически это говорит о перспективе устойчивого роста акций и привлекает внимание инвесторов. Волатильность в данном случае, неизбежная в современных российских условиях, фактически не оказывает влияния на положение рыночной цены актива. Что касается

акций ВТБ – крупного российского банка с большой долей государства, то анализ волатильности курсов с помощью функции устойчивости (рис. 3) даёт основание для другого вывода.



[3]

Рис. 3. Функция устойчивости рыночной цены на акции ВТБ

Источник: составлено автором.

Можно заметить «коридор» между графиками. Его наличие говорит о том, что волатильность значительна, но не настолько критична как у Сбербанка. У ВТБ она растет не так быстро, поэтому можно четко прогнозировать рост или снижение курса акций банка на некоторую, в основном, краткосрочную перспективу. Такие акции годятся для спекуляций, но на длительный срок, ради стратегических целей их приобретать не стоит.

По мнению автора, представленная экономико-математическая модель дает возможность, используя данные о волатильности цены, оценить качество не только акционерного капитала, но и иного актива.

Список литературы.

1. Маршалл А. Принципы экономической науки., т. II. – М.: Прогресс, 1993 – 310 с.
2. Федорюк М.В. Обыкновенные дифференциальные уравнения: Учебное пособие. Изд. стереотип. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2017. – 448с.
3. Грас Д. Data science. Наука о данных с нуля: Пер. с англ. – СПб.: БХВ-Петербург, 2020. - 336 с.: ил.
4. Райтман.Ф Прикладная теория дифференциальных уравнений в частных производных: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019. – 204с.
5. Босс В. Лекции по теории управления. Т. 2: Оптимальное управление. Изд. стереотип. – М.: ЛЕНАНД, 2016. – 208 с.
6. Арнольд В.И. Теория катастроф. – М.: наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1990 – 128 с.
7. Неймарк Ю.И., Коган Н.Я., Савельев В.П. Динамические модели теории управления – М.: Наука. Глав. ред. физ.-мат. лит., 1985. – 400 с.

МЕХАНИЗМЫ РАЗРЕШЕНИЯ ТРУДОВЫХ СПОРОВ И КОНФЛИКТОВ

Арутюнян Г.Ф., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Чегринцова С.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Актуальность исследования обусловлена современными экономическими условиями, сформированными под воздействием финансовых кризисов, санкционных ограничений и пандемии COVID-19, выступающими важным фактором, неизбежно приводящим к трудовым спорам, повышающим уровень конфликтности между работниками и работодателем, играющим неоднозначную роль в деятельности каждой организации.

Проблема трудовых споров и конфликтов является объектом повышенного внимания в разных отраслях научного знания, где её рассматривают не только в качестве дисфункции деятельности организации, но и в качестве неотъемлемого элемента функционирования организации, эффективное управление которым способно преодолеть конфликтное противостояние и снизить негативные последствия.

Трудовое законодательство РФ не рассматривает понятия «трудовой конфликт», однако в науке можно встретить разные мнения учёных. При этом большинство авторов, рассматривая сущность трудового конфликта и трудового спора, считают их не синонимичными.

Трудовой конфликт - это более широкое понятие, которое кроме столкновения в области трудовых правоотношений, включает столкновения интересов. При этом трудовой спор регулируется нормами трудового законодательства, а трудовой конфликт не только правовыми, но и не правовыми средствами. Отличия трудового спора и трудового конфликта заключаются в конфликтном взаимодействии субъектов социально-трудовых отношений:

– при определении сущности трудового спора данное взаимодействие основано на различии экономических интересов, обладает характером торга, в ходе которого ни одна из сторон не подразумевает уничтожение соперника или нанесение ему ущерба;

– при определении сущности трудового конфликта данное взаимодействие вызвано действительным или мнимым нарушением права одного из субъектов, ущемлением или нарушением установленных норм и правил поведения.

Среди основных, применяемых на практике методов разрешения трудовых конфликтов, можно выделить:

- метод планирования процессов трудового конфликта;
- метод организации процессов трудового конфликта;
- метод мотивации процессов трудового конфликта;
- метод контроля процессов трудового конфликта.

Указанные методы объединяют в себе все действия, связанные с целенаправленным воздействием на процесс трудового конфликта, что формирует эффективную систему их управления. Методы по управлению процессами трудовых конфликтов используются изолированно или в системе. В каждом отдельном случае они зависят от специфики организации, процесса трудового конфликта и др.

Планирование процессов трудового конфликта не предполагает активного воздействия, но позволяет рассмотреть его в будущем, сформировать и оценить степень влияния применяемых технологий. Планирование процесса трудового конфликта оказывает положительное влияние на эффективность управления.

Практический метод организации процесса трудового конфликта предполагает определенный род воздействия. В его рамках используются технологии, которые направлены на изменение процесса трудового конфликта. Объектом воздействия выступают участники и непосредственно процесс трудового конфликта. Он также подразумевает активное целенаправленное воздействие.

Использование мотивации в процессе трудового конфликта происходит в рамках целенаправленного воздействия на участников, где областью воздействия выступает мотивационная составляющая психики человека. Мотивационная составляющая представлена причинами, которые побуждают сотрудников к участию в процессе трудового конфликта. Они определяют не только факт существования конфликтной ситуации, но и ее протекание.

Контроль процесса трудового конфликта основан на использовании критериального анализа, когда определяется эталонная модель, критерии. Поскольку эталонная модель отличается объективностью и адаптированностью, следует учитывать динамику процесса трудового конфликта. Соотнесение с реальным состоянием процесса трудового конфликта осуществляется посредством отобранных критериев. От объективности и своевременности контроля зависит эффективность управления процессами трудовых конфликтов.

Таким образом, можно сделать вывод, что трудовой конфликт является предельным вариантом обострения экономических, организационно-управленческих и психологических противоречий, выраженных в противоборстве субъектов трудовых отношений, обусловленном различием интересов, ценностей, целей и мотивов. Понятие является более широким, так как кроме столкновения в области трудовых правоотношений, включает столкновения интересов. Трудовой спор возникает как следствие разногласий между работником и работодателем, касающихся вопросов применения законодательства о труде, выполнения условия трудового договора. Трудовой спор регулируется нормами трудового законодательства, а трудовой конфликт не только правовыми, но и не правовыми средствами.

Список использованных источников

1. Абайдельдинов, Т.М. Понятие «Трудовой конфликт» и его особенности / Т.М. Абайдельдинов // Вестник Института законодательства и правовой информации Республики Казахстан. - 2020. - № 1 (59). – С. 149-153.

2. Ан, Ю.Н. Современные научные подходы к сущности понятия «Трудовой конфликт» / Ю.Н. Ан // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. - 2018. – С. 1-5.

3. Афанасьев, М.А. Трудовое право / М.А. Афанасьев, Т.Ю. Голубева. - М.: Проспект, 2019. - 160 с.

4. Божукова, Е.М. Управление трудовыми конфликтами в организации / Е.М. Божукова // Инновации и инвестиции. - 2019. - №8. – С. 70-74.

РАЗВИТИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Басова К.О., Гринь Е.И., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Лояльность персонала один из самых важных показателей для отдела по управлению персоналом и всей компании в целом. Уровень лояльности влияет на эффективность работы сотрудников, имиджи организации на рынке труда, экономическую сторону и т.д. При низком уровне лояльности увеличивается текучесть кадров, что тоже негативно сказывается на компании.

Лояльность – это доброжелательное, корректное, искреннее, уважительное отношение к руководству, сотрудникам, иным лицам, их действиям, к компании в целом; осознанное выполнение сотрудником своей работы в соответствии с целями и задачами компании, а также соблюдение норм, правил и обязательств, включая неформальные, в отношении компании, руководства, сотрудников и иных субъектов взаимодействия.

Объект исследования – ООО «Маркстим». Основным видом деятельности ООО «Маркстим» является дополнительное образование детей и взрослых. В частности, онлайн-подготовка школьников к сдаче ОГЭ и ЕГЭ, подготовка к перенесенным олимпиадам, изучение испанского, французского, английского, немецкого и китайского языка. В организации работает 116 сотрудников. Средний возраст сотрудников 21 год. Можно предположить, что для сотрудников работа в ООО «Маркстим» является одной из первых. Поэтому привязанность к первому месту работа выше. Особенно, если условия работы нравятся сотруднику, и он видит себя и дальше членом компании.

В октябре 2020 года руководитель отдела по управлению персоналом принял решение провести исследование по оценке лояльности персонала ООО «Маркстим». Социологический опрос был создан в Google Forms, который состоял из 2 разделов. На основании проведенного исследования и анализов результатов были выявлены следующие слабые стороны:

1. размер материального стимулирования;
2. возможность карьерного роста;
3. возможность обучаться;
4. возможности для общения с другими коллегами.

По результатам социологического опроса одной из самых слабых сторон оказалось размер заработной платы. Сотрудники считают, что размер оплаты труда и количество работы не соответствуют друг другу. На такой резкий спад лояльности повлияло недавнее понижение заработной платы в период кризисной ситуации в организации и высокая вероятность кассового разрыва. Понимание, что заработная плата уменьшится привело к недовольствам и снижением уровня лояльности.



Рис. 1. Слабые стороны ООО «Маркстим»
(по мнению опрошенных сотрудников)

По результатам социологического опроса одной из самых слабых сторон оказалось размер заработной платы. Сотрудники считают, что размер оплаты труда и количество работы не соответствуют друг другу. На такой резкий спад лояльности повлияло недавнее понижение заработной платы в период кризисной ситуации в организации и высокая вероятность кассового разрыва. Понимание, что заработная плата уменьшится привело к недовольствам и снижением уровня лояльности.

Мы рекомендуем финансовому отделу и отделу по управлению персоналом провести переговоры со сотрудниками. Объяснить объективную причину понижения заработной платы, показать доказательства плохой экономической ситуации и предложить переждать экономическую нестабильность, чтобы организация выжила. После выхода на более высокие финансовые показатели пообещать вернуть прежний размер заработной платы. Если сотрудники будут понимать истинные причины понижения оклада, а не только «на словах», то это может поднять лояльность. При первой же возможности повысить оплату труда.

Второй слабой стороной оказался фактор «возможность карьерного роста». Сотрудники не понимают на какие позиции они могут перейти по горизонтальной и вертикальной карьере. Поэтому считают, что единственным выходом видят уйти из организации.

Мы рекомендуем донести до каждого сотрудника пути перехода не только внутри одного отдела, но и способы перехода в другие отделы. Тогда текучесть будет снижена, а лояльность будет расти.

Третьей слабой стороной оказалось недостаточное количество корпоративного обучения. Сотрудникам не хватает единого обучения раз в год. Поэтому рекомендуем внедрить на постоянной основе ежемесячные семинары на разные

темы для расширения компетенций и поднятия эмоционального состояния сотрудника. Это в накопительном формате приведет к повышению лояльности.

Последней слабой стороной является небольшое количество возможностей общаться в коллективе. Это связано с тем, что в ООО «Маркстим» работают сотрудники на удаленной работе. Поэтому все общение происходит дистанционно. Необходимо внедрить раз в 3 месяца в крупных городах России живые организованные встречи сотрудников с интерактивной программой. Это позволит сильнее сплотить коллектив, удовлетворить потребность в общении и повысить лояльность персонала.

Таким образом, на уровень лояльности персонала влияет множество факторов, которые не сразу можно и выявить. Для этого мы провели социологический опрос сотрудников ООО «Маркстим», по результатам которого выявили слабые стороны. Для увеличения уровня лояльности персонала необходимо пересмотреть политику оплаты труда, уровень осведомленности сотрудников о возможности карьерного роста, политику корпоративного обучения и каналы коммуникации персонала.

Список использованных источников

1. Батурина, О. Лояльность сотрудников: причины и преимущества. – Begin Group.
2. Харский, К. Любого человека можно сделать лояльным / К. В. Харский. // Отдел кадров. - 2014. - № 11. - С. 98-101.
3. Семенова, В. В. Управление персоналом: основные технологии: практикум / В. В. Семенова, И. С. Кошель, В. В. Мазур. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2020. - 84 с.
4. Сотникова, С. И. Управление персоналом: деловая карьера: учеб. пособие / С.И. Сотникова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 328с.
5. Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / Ю.Н. Лапыгин. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 208с.

ВНЕДРЕНИЕ «ERP-СИСТЕМ» КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Башилова Е.М., Вьюгина Т.А., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Фомина О. Б.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Актуальность. Актуальность исследования заключается в том, что управленческий учет находится на той степени эволюции, когда можно наблюдать усиление глобализации и конкурентоспособности бизнес – структур, именно это и определяет необходимость создания и реализации на практике результативной системы управленческого учета, которая позволила бы кратчайшим путем достигнуть поставленных целей организациям.

Цель. Основная цель исследования заключается в изучении ERP-систем, которые выступают информационно – технологическими ресурсами для возможности упрощения, структурирования, а также минимизации затрат при сборе фактов хозяйственной жизни предприятия.

Ключевые слова: трансформация управленческого учета, ERP-система, внедрение ERP-системы.

Объединяя различные трактовки определения управленческого учета, можно сказать, что управленческий учет представляет собой интегрированную информационную систему планирования, учета, контроля, анализа и регулирования, которая предоставляет многофункциональную и оперативную информацию о хозяйственной деятельности организации и позволяет формировать вектор развития бизнес – структуры [2, с. 12].

Для того чтобы была возможность реализовать цели организаций при достаточно высоком уровне конкуренции, указом президента РФ от 7 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» был принят национальный проект «Развитие Цифровой экономики». Необходимостью внедрения данного проекта является то, что все структуры бизнеса, на данном этапе развития экономики и управления, используют информационно-технологические ресурсы, одним из которых является ERP-система [5].

«ERP» (Enterprise Resource Planning) – это многофункциональная стратегия трансформации производства, операций и всех видов управления, которая ориентируется на постоянный мониторинг и оптимизацию использования ресурсов организации при помощи интегрированного пакета, приобретенного организацией программного обеспечения (ПО).

В основе каждой ERP-системы лежит единая база данных для возможности координации специалистов всех служб предприятия [1, с. 47].

Современная «ERP-система» состоит из 3 уровней:

- Платформа, в которую включаются: база с минимальными возможностями и среда, в которой будут функционировать надстроенные элементы.
- Контроль над деньгами. Здесь хранится база данных, учитываются методы хранения и обработки массивов, лежат инструменты для интерпретации, программное обеспечение для работы.
- Модули, представляющие собой компоненты, которые подключаются по желанию пользователей.

Процесс внедрения «ERP-системы» на предприятие можно условно разделить на 6 этапов:

I этап начинается с определения цели и задач внедрения ERP на предприятии.

II Этап предполагает проведение обследования бизнес-процессов предприятия для точного определения сроков и стоимости внедренческих работ.

III этап предусматривает внедрение ERP-решений по одному из 4-х сценариев: абонентское обслуживание, технология быстрого результата, поэтапная технология внедрения и разовые вызовы.

IV этап определяет функциональные требования к ключевым модулям системы, потребности в загрузке начальных данных и настройке обмена с уже используемым программным обеспечением.

На V этапе ПО устанавливается на рабочие места сотрудников. Осуществляется настройка прав доступа и отчётов. Производится выгрузка рабочих данных из старой системы.

На VI этапе завершается процесс автоматизации и происходит обучение ключевой группы пользователей, разработка инструкций по работе в системе [6].

Если же рассматривать внедрение ERP-систем по отраслям, то по состоянию на декабрь 2020 года, согласно данным базы TAdviser, чаще всего ERP-системы внедряются в сфере торговли, а также в такие сферы, как машиностроение, строительство, пищевая промышленность и медицина [4].

Но в качестве конкретного примера применения ERP-системы можно представить холдинг «Брис – Босфор», занимающийся производством и поставкой обуви. До внедрения данной системы организация имела следующие проблемы: каждое из подразделений, в силу своего территориального нахождения, работало в обособленной информационной базе данных; применялась система управления адресным складом, при том, что документы по поступлению и отпуску готовой продукции заполнялись вручную; у менеджеров при обработке заказов не было достоверной информации об имеющихся запасах на складах при отпуске материалов в производство и закупку новых; руководство не получало достоверной аналитической информации для планирования производства и расчета себестоимости.

После же внедрения ERP-системы мы можем наблюдать следующие результаты:

- менеджеры могут получать достоверную информацию о складских запасах;
- количество неучтенной продукции и полуфабрикатов на складе переупаковки достигло 10% от общего объема запасов, а запасы склада переупаковки сведены к нулю;
- осуществляется оперативное планирование загрузки мощностей производства;
- минимизированы дублирующие закупки материалов, т.е. расходы на них сократились на 10%, а себестоимость готовой продукции также снизилась на 5% [3, с. 45-46].

При этом если рассматривать результаты внедрения ERP-систем в общем случае, то в рамках управленческого учета мы сможем получить следующие преимущества: повышение достоверности и оперативности полученной отчетности

по локальным и международным стандартам; интегрирование всех данных в единое информационное поле; повышение финансовой стабильности и способности адаптироваться к воздействию внешних факторов.

Но, несмотря на то, что этот удобный процесс позволяет оптимизировать множество рутинных и тяжелых задач, он имеет ряд недостатков: базовые ERP-модули не могут дать компании возможности достижения поставленных целей; данные системы достаточно требовательны к оборудованию; у компаний появляется необходимость в дополнительной защите своей информации, так как вся информация хранится в облаке; ERP-системы в большой степени зависят от энергообеспечения, т.е. при любом сбое сети, компания может потерять необходимую информацию для дальнейшего нормально функционирования.

Таким образом, все больше организаций понимают, что для успешной работы следует научиться грамотно распределять ресурсы между всеми подразделениями фирмы, объединять задачи в одно высокопроизводительное ПО, управление которым даст руководителям основания и информацию для принятия взвешенных эффективных решений.

Список использованных источников

1. Аверина, И. Н. Цифровизация бюджетирования на основе ERP-систем / И. Н. Аверина // Информационные технологии в современном мире: состояние и перспективы развития: материалы II Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 25 апреля 2018 г. / отв. за выпуск С. Ю. Шашкин, Т. Ф. Шитова, С. Ф. Молодецкая – Екатеринбург, Изд-во УИУ – филиал РАНХиГС, 2018. – С. 40–49. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37297848>

2. Бережной, В. И. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие / В.И. Бережной, Г.Е. Крохичева, В.В. Лесняк. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 176 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006808-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1067582> (дата обращения: 19.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Ощепков В.М., Лохматова В.А. ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ERP НА ПРЕДПРИЯТИЯХ // Научное обозрение. Экономические науки. – 2019. – №2. – С.44-48 // URL: <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=1005> (дата обращения: 19.04.2021).

4. «Отраслевая специфика проектов ERP в России» // Обзор TAdviser «Российский рынок ERP в 2017 г.» - 2019 // [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Отраслевая_специфика_проектов_-ERP_в_России

5. Информационный портал «КонсультантПлюс», [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297432/

6. «Этапы внедрения ERP-системы» Информационный портал «Софтэксперт». 2018 // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sfx-tula.ru/news/infoblog/8374/>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КРИПТОВАЛЮТ И ИХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Березина Л.А., бакалавр

*Научный руководитель: к. э. н., доцент кафедры экономической теории
Новикова Н.В.*

Тверской государственной университет

Аннотация: в статье рассматривается понятие и история денег, особое внимание уделяется криптовалюте и цифровой валюте, которые медленно приходят в нашу жизнь из-за цифровизации современного мира; сравнивается государственное отношение разных стран к криптовалютам; рассматривается история денег.

Ключевые слова: деньги, блокчейн, криптовалюта, биткоин, цифровая валюта, транзакция, блок.

Но слово «криптовалюта» все чаще звучит вокруг нас: в СМИ появляются актуальные материалы, экономисты говорят о возможных перспективах.

Уже с уверенностью можно сказать, что у обладателей крупного количества ресурсов есть сбережения в биткоинах или других криптовалютах. На данный момент понимание понятия криптовалюты и принципов ее функционирования необходимо. Прогнозы экономистов говорят, что криптовалюты или их альтернатива (цифровые валюты) войдут в наш обиход уже в ближайшие годы.

Во многих странах значительно сокращается оборот наличных. Так, например, в странах Скандинавии на магазине можно увидеть надпись «no cash», что означает «наличные деньги не принимаются». Для того чтобы разобраться в криптовалютах, мы должны ответить на первый вопрос: что же такое деньги?

Деньги - универсальное средство обмена.

Рассмотрим кратко историю денег:

1. Около 3 тыс. до н.э. стали появляться общепризнанные эквиваленты обмена, в роли которых выступали реальные товары: домашние животные, продукты, украшения и т.п.

2. Для удобства средством товара обмена были сделаны металлы: сначала железо, потом медь и бронза, олово и свинец. Позже люди нашли универсальные металлы для осуществления товарообмена – золото и серебро – свойства которых были оптимальны для таких функций: долговечность, износостойкость, небольшой размер, стабильность, количественная ограниченность и сложность в добыче.

3. Вначале люди просто взвешивали золото при обмене его на товар. Потом упростили задачу, проставляя на металл клеймо, подтверждающее определенный вес. Наконец, слиткам стали придавать определенную форму – форму монет. А суммой выступала цифра, обозначенная на монете.

4. Когда металлы начали заканчиваться и их использовать стало неудобно, в Китае придумали бумажные деньги. Постепенно бумага вытеснила монеты.

5. Переход на бумажные деньги имел свои нюансы. Например, в Швейцарии в 1661 году первый банк Юхан Пальмструк выпустил так много бумажных денег, что поменять их на золото и серебро стало сложно, они обесценились. Пришлось изымать часть из оборота.

6. Чтобы деньги из бумаги не теряли своей покупательской способности в 19 веке Великобритания ввела “золотой стандарт”, то есть каждая купюра имела золотое обеспечение. Все страны стремительно стали переходить на этот стандарт, национальные валюты стали крепкими и надежными, им люди доверяли. К примеру, 20 долларов можно было обменять на одну унцию (31,1 грамм) золота.

7. Окончательный отказ от золотого стандарта произошел в 1944 году. Из-за военной разрухи деньги во многих странах обесценились. Только США могли предложить доллар, как мировую валюту. Он был надежно обеспечен золотом в пропорции 35 долларов за унцию. Такой курс продержался до 1971 года.

8. Со временем у государства начала появляться потребность в более жестком контроле оборота. И когда настала эра интернета, такая возможность появилась.

9. В 1973 году была основана международная система Свифт. Ее учредителями выступили более 200 европейских и американских банков. В настоящее время к системе подключено более 10 тыс. крупных банков и небанковских организаций, представляющих практически все страны мира. Счёт транзакций, совершаемых в системе SWIFT за одни сутки, идёт на миллионы. С технической точки зрения система представляет собой международную корпоративную сеть, к которой подключены участники (банки и другие пользователи) и которая управляется системными ресурсами (региональными процессорами и операционными центрами).

10. Но к началу 21 века над реформированием денег задумались программисты и инженеры. Их задача состояла в том, чтобы создать деньги с равномерной эмиссией, предсказуемой и ограниченной, которые можно было бы переводить между участниками, при этом переводы должны быть безопасны, доступны для всех и самое главное - децентрализованны. Так появилась технология блокчейн.

Итак, термин блокчейн появился в 1991 и означает: децентрализованный глобальный код, открытый для всех.

Особенность блокчейна, в том, что он безопасен и обмануть его практически невозможно. Блоки информации идут друг за другом и имеют универсальные коды, как отпечатки пальцев, - хэши (64 символа, всегда разные) и нонсы (случайное число, которое генерирует сеть), работающие в цепочке, то есть если вырвать одно из звеньев или заменить его, то это сразу будет заметно. Поэтому система является безопасной.

Кроме связи кодов в цепи имеется механизм proof of work, замедляющий создание новых блоков. В случае с биткоином создание нового блока занимает 10 минут, что почти исключает возможность подделки блока.

Вместо использования центра управления (ведь сеть никому не принадлежит) блокчейн использует p2p сеть, к которой может присоединиться каждый человек, получив копию полной цепочки блоков. Узел сети может это использовать для безопасности и проверки цепи. Что делает систему максимально безопасной.



Ответ прост - напрямую. Биткоин и другие криптовалюты – это цепочки блоков, в которых записано, откуда и куда переводятся биткоины.

31 октября 2008 под псевдонимом Сатоши Накомото была опубликована статья «Bitcoin: A Peer-to-Peer electronic Cash System», в которой описаны все правила: децентрализация- отсутствие центрального управленческого элемента нет, дефляция - ограниченность эмиссии, защищённость - чем больше участников в сети, тем сложнее ее обмануть, анонимность - каждый пользователь получает номер кошелька, который никак не связан с его личностью.

В январе 2009 появилась биткоин-сеть с выпуском первого клиента с открытым исходным кодом биткоинов и выпуском первых монет, а Сатоши Накомото добыл первый блок биткоинов (известный как блок генезиса), который получил награду в 50 монет.

Как достать биткоин? Конечно, сейчас его можно купить. Но есть и другой способ - майнинг.

При совершении транзакции для ее блока нужно подобрать хэш, участники сети занимаются этим и за это получают награду в виде какой-то доли биткоина - это и есть майнинг. Одним из первых сторонников и вкладчиков в биткоин, а также получатель первой биткоин-транзакции был программист Хэл Финни. Финни загрузил программное обеспечение биткоинов в тот день, когда он был выпущен, и получил 10 биткоинов от Nakamoto в первой биткоинской сделке в мире. Курс биткоина появился в тот момент, когда кто-то захотел его как сувенир, но не захотел подбирать коды для его добычи.

5 октября 2009 года опубликован первый курс Биткоин по отношению к доллару на бирже: \$1 = 1,309.03 BTC. Торги были запущены на бирже New Liberty Standard. Компании разрешали сделки на биткоинах, а за это получали пиар в СМИ и ажиотаж вокруг них. Биткоин же получал большее распространение и возможность реального применения.

Первый бум биткоина пришёлся на 2017 год: Биткойн получает больше легитимности среди законодателей и унаследованных финансовых компаний.

Например, Япония приняла закон о принятии биткойна в качестве метода юридического платежа, Россия объявила, что будет легализовать использование криптоконверсий, таких как биткойн, крупнейший в Норвегии интернет-банк Skandiabanken объединяет счета биткойнов. А позже на основе открытого исходного кода начали и появляться другие криптовалюты. На момент 29 ноября в 2017 году цена биткойнов превышает 10 000 долларов США. Но уже 2018 обозначил собой так называемую «зиму». Она была связана с жестким политическим регулированием. В Южной Корее было принято запрещающее анонимную торговлю биткойнами постановление, в соответствии с которым все торговцы биткойнами раскрывают свою личность. Комиссия по ценным бумагам США также запросила регистрацию цифровых активов в качествах бирж. Facebook, Google и Twitter запретили людям полностью рекламировать биткойн и другие криптоконверсии. В ноябре 2018 г. стоимость биткойна падает больше чем на 50% и становится 4000\$. Но к 2019 году биткойн не просто оставался стабильным, но и стабильно рос. 2020 г. стал ещё одним бумом биткойна, что связано прежде всего с принятием его на Законодательном уровне многими государствами.

Мы видим, что государства относятся к криптовалютам по-разному. Это обусловлено минусами валют.

Давайте рассмотрим их:

1. Риск потери денег. В случае потери ключа доступ к кошельку теряется и его невозможно восстановить. Пример подобного случая: Программист из Сан-Франциско забыл пароль от кошелька с биткойнами на 240 миллионов долларов. В таком случае он имеет право на 10 попыток входа, а после кошельки автоматически блокируются и доступ к нему уже не вернуть.

2. Отсутствие правовой основы, и поэтому полное отсутствие гарантий.

3. Атака 51%. Безопасность любой криптовалюты заключается в децентрализации вычислительных мощностей. В том случае, если один человек или группа лиц получит доступ над 51% ресурсов сети, это позволит вносить любые изменения в работу блокчейна. Однако, чем больше вычислительной мощности у криптовалюты, тем сложнее реализовать этот план.

4. Биткойном управляет только конкуренция. Из-за отсутствия регуляции можно наблюдать либо стагнацию, либо резкие скачки, которые никто не контролирует.

Но главным минус для государства – анонимность, делающая невозможным отслеживание операций с криптовалютой и взимание налогов. Анонимность открывает дорогу нарушению законов: нелегальной торговле недвижимостью, наркотиками, человеческими органами и т.д.

Таким образом, можно сделать определенные выводы. Ценность криптовалюты определяется уровнем доверия пользователей. Чем больше людей ее использует, тем выше стоимость и спрос на новые монеты. Их популярность объясняется недоверием к власти и традиционным деньгам. Люди начали разочаровываться в денежной политике, поэтому прибегли к использованию децентрализованной платежной системы. Невыгода государства в криптовалютах, противоположна выгодной физических лиц в свободе и анонимности.

ВЫХОД ИЗ КРИЗИСА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Близнюк К.Н., Садовская Д.А., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Старшинова Т.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Кризис повлиял на управление организациями самым существенным образом. Руководители различных уровней вынуждены действовать в новых условиях, которые ставят перед ними сложные задачи. Управление часто переходит из разряда антикризисного в разряд экстремального. Приходится выстраивать нестандартные схемы управления производством, финансами, маркетингом, продажами, персоналом. Эта статья посвящена именно особенностям управления персоналом, который является основой деятельности любой организации.

Слово «кризис» происходит от греческого *crisis*, которое означает «приговор», решение по какому - либо вопросу или в сомнительной ситуации". Кризис – это переломный момент в экономике, когда потребитель и рынок не могут жить по-старому, а руководители и предприниматели не знают, как работать по-новому. Кризис персонала предприятия – ситуация, в которой отсутствуют экономические и личные выгоды удовлетворения, вызванные внутренними и внешними причинами, которые привели фирму к банкротству. Причины кризиса персонала многообразны и могут создавать процессы цепной реакции, ухудшающие положение сотрудников компании. Выделяют следующие основные причины кризиса персонала:

- неопределенность в дальнейшем функционировании фирмы и её персонала;
- столкновение старых и новых ценностей;
- разрушение установленной и отсутствие новой культуры управления;
- недостаточная социальная защита сотрудников и уменьшение количества квалифицированных работников;
- устранение сотрудников от управления фирмой;
- отсутствие действенной системы мотивации труда;
- недостаток знаний в области психологии у руководящего состава;
- отсутствие у руководителей способности прогнозировать тяжелое экономическое положение компании и умения эффективно с ним справляться.

Именно эти причины, в основном, служат предпосылкой появления состояния неплатежеспособности организации, основными факторами, существенно влияющими на деятельность компании в целом.

Существует множество видов кризиса: технологический (производственный); финансовый (социально-управленческий); социальный; организационный; информационный; биржевой.

Предприятию в условиях кризиса необходимо наличие резервов для своевременного принятия мер, соотносимых со сложившейся ситуацией. Результаты

кризиса могут быть различными по степени критичности для дальнейшего функционирования или, даже, существования предприятия. В условиях экономического спада усилия компании обычно бывают направлены на улучшение финансовых показателей: увеличение объемов продаж, рентабельности, сокращение издержек, повышение оборачиваемости. Перед руководством компании стоят следующие основные задачи при проведении антикризисной программы в области управления персоналом:

- удержание и вовлечение в процесс выхода из кризиса одних сотрудников;
- минимизация рисков возникновения конфликтных ситуаций при увольнении других.

Трудовой коллектив делится на группы: те, кто продолжит работать в компании и те, кто подлежит увольнению. Распределение сотрудников по группам зависит как от общих планов компании по выходу из кризиса, так и от выбранных направлений развития. Для успешного решения указанных задач требуется разработка и реализация следующего комплекса мер:

- Обеспечение адекватного понимания всеми сотрудниками текущей ситуации и перспектив ее развития в соответствии с планами руководства по преодолению кризиса.

- Мотивирование сотрудников на необходимые компании действия (работа в прежней или иной должности) или, в случае необходимости, увольнение.

Во время кризиса компании необходимо уделить особое внимание межличностным процессам, протекающим внутри коллектива. Во время трудного периода фактором, который может удержать работников, является не заработная плата, а их приверженность к компании, готовность людей работать, несмотря на сложившуюся ситуацию. В ситуации неопределенности человек чувствует себя некомфортно, ощущает себя потерянным. А особенно, когда эта определенность связана с местом, где происходит основной доход, такая ситуация может вызвать у работников «ступор». В таком состоянии сотрудникам нужна организационная и информационная поддержка со стороны руководства. Скорее всего, будет происходить сокращение штата. Даже если пройдет незначительное сокращение, увольнение части работников нарушает социально-психологический климат в коллективе. Поэтому необходима активная политика, направленная на восстановление внутрикорпоративного климата, принятие решений относительно взаимодействия и организации труда оставшихся работников. Наиболее предпочтительными будут выступать коллективные формы труда, т.к. они помогут переключить внимание работников с самих себя, со своих мыслей о сложившейся ситуации и сконцентрироваться на групповом процессе. Такой метод помогает сотрудникам чувствовать себя частью коллектива и ощущать поддержку со стороны коллег.

В кризисные периоды следует уделять особое внимание квалифицированному персоналу, так как такие работники в кризисных ситуациях легко смогут поменять место работы, найти более выгодное. Руководству компании необходимо своевременно принять комплекс различных мер, с помощью которых

можно будет минимизировать риски, связанные с уходом квалифицированного персонала, особенно в трудное для предприятия время.

В мероприятиях по сокращению персонала на предприятии, обычно, принимают участие все управленческие службы. Однако, основная ответственность ложится на специалистов, которые непосредственно отвечают за разработку и реализацию кадровых решений. Специалисты кадровых служб и руководители подразделений, непосредственно работающих с персоналом, в период реорганизации или сокращения штатов, зачастую, сами испытывают чувство неопределенности и эмоционального дискомфорта. В связи с этим им также необходимо внимательное отношение, поддержка со стороны высшего руководства. Данных специалистов очень важно обеспечивать своевременной и достоверной информацией, поскольку от них зависит ее дальнейшее донесение и подача остальному персоналу.

В период кризисной ситуации, на этапе ее преодоления, руководству организации часто приходится принимать непопулярные решения о различных изменениях и нововведениях. В большинстве случаев это встречает противодействие персонала.

Список использованных источников

1. Егоршин, А. П. Основы управления персоналом. Учебное пособие / А.П. Егоршин. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 352 с.
2. Зайцев, Г.Г. Управление человеческими ресурсами: учебник. Зайцев Г.Г. / Г.Г. Зайцев. - Москва: РГГУ, 2016. - 187 с.
3. Захаров, Н. Л. Управление настроем персонала в организации / Н.Л. Захаров, Б.Т. Пономаренко, М.Б. Перфильева. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 288 с.
4. Знаменский, Д. Ю. Кадровая политика и кадровый аудит организации. Учебник / Д.Ю. Знаменский, Н.А. Омельченко. - М.: Юрайт, 2019. - 366 с.
5. Карташова, Л.В. Управление человеческими ресурсами: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 236 с.
6. Шекшня, С.В. Управление персоналом современной организации. Учебно-практическое пособие. Изд. 5-е, перераб. и доп. (Серии "Библиотека журнала «Управление персоналом») - М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2012. - 368с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

**Богданова Кристина Алексеевна, Першина Анна Сергеевна,
Тропина Анастасия Алексеевна, бакалавриат, 3 курс**

Научный руководитель: к. э. н., доцент Козлова Т.М.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Трудовой потенциал работника – совокупность врожденных и приобретенных психофизиологических качеств, умение их применять в практической деятельности, наличие квалификационных характеристик, личностных качеств, таких как способность к новаторству, а также способность к непрерывному повышению своих трудовых навыков [1, с. 339].

Трудовой потенциал организации в целом - показатель, отражающий предельную величину возможного участия работников в достижении результатов деятельности с учетом их психофизиологических особенностей, уровня профессиональных знаний и накопленного опыта.

В экономической литературе выделяют следующие направления анализа процесса развития трудового потенциала [6, с. 166]:

1. Количественное (направлено на результативность труда),
2. Качественное (направлено на компетентность);
3. Структурное (направлено на оптимизацию структуры).

Определяют следующие группы факторов, влияющие на развитие трудового потенциала организации: экономические, социальные, психологические, экологические, технологические, организационные.

Элементы трудового потенциала: совокупность личных составляющих трудового потенциала, ресурсная составляющая трудового потенциала, условия реализации трудового потенциала.

В экономической литературе существует группа методик, предполагающих оценку трудового потенциала организации с помощью одного обобщающего объемного показателя [3; 4; 5; 7, с. 98].

В. В. Адамчук, О. В. Ромашов и М. Е. Сорокина предлагают для оценки величины трудового потенциала организации использовать показатель совокупного потенциального фонда рабочего времени Фп в человеко-часах, определяемый следующим образом: $Фп = Фк - Т_{нп} = R * Д * Т_{см}$, где $Т_{нп}$ – нерезервообразующие неявки и перерывы, ч; R – численность работающих, чел.; Д – количество дней работы в периоде; $Т_{см}$ – продолжительность рабочего дня, ч. [3]

М. И. Бухалков делает акцент на производительности труда персонала. Для оценки трудового потенциала ТП предлагается следующая формула: $ТП = РВ * ПТ * R$, где РВ – рабочее время; ПТ – производительность труда в исследуемом периоде, руб./чел. [4]

Ю. Г. Одегов предлагает следующую формулу для оценки трудового потенциала: $ТП = R * РВ * ПТ * K_t * K_z * K_{вн}$, где K_t – коэффициент интенсивности труда; K_z – коэффициент занятости работников; $K_{вн}$ – коэффициент выполнения норм выработки [5].

Качественная оценка трудового потенциала организации проводится на основе показателей: образовательного уровня работников, квалификационного уровня работников; трудовых навыков и умений работников; показателей состояния здоровья; личностных характеристик персонала.

Обобщая источники экономической литературы, можно выделить следующие проблемы качественной оценки трудового потенциала организации:

1. Значительное количество компонентов трудового потенциала организации; нет единого мнения среди исследователей о его структуре;
2. Отсутствие единой методики расчета показателей;
3. Сбор информации для оценки качественных характеристик трудового потенциала является трудоемким процессом и требует дополнительных исследований.

Предлагаем проводить интегральную оценку трудового потенциала организации на основе следующей системы показателей.

1. Показатели, характеризующие обеспеченность кадрами и профессионально-квалификационные качества работников: степень обеспеченности предприятия кадрами, обеспеченность квалифицированными кадрами, степень использования рабочего времени.

2. Показатели, характеризующие эффективность и результативность труда: коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста средней заработной платы; уровень доходности труда.

3. Показатели, характеризующие социокультурную составляющую трудового потенциала организации: средний возраст работников; средний стаж работы в данной организации; уровень образования – это среднее количество лет обучения, приходящееся на одного работника, определяется как средневзвешенная величина; коэффициент состояния здоровья – как отношение невыходов по болезням к общему фонду рабочего времени; коэффициент инновационной и творческой активности; коэффициент нравственного климата – оценка может производиться экспертным путем по балльной системе.

4. Показатели, характеризующие мотивационную составляющую трудового потенциала организации: отношение среднего уровня оплаты труда в организации по категориям работников к среднерыночному показателю оплаты труда по данному виду деятельности в регионе; коэффициент текучести кадров; процент увольнений по инициативе работников.

Для получения интегральной оценки трудового потенциала организации можно использовать один из следующих методов: метод балльной оценки компонентов; метод кластерного анализа; метод индексов; интегральный метод [2; 1, с.340].

Эффективное функционирование предприятия в современных условиях во многом зависит от наличия и использования трудового потенциала.

Помимо количественных характеристик, большое значение имеют качественные параметры трудового потенциала. Это усиливает актуальность проблемы изучения факторов, которые оказывают влияние на формирование и развитие трудового потенциала организации. Изучение факторов формирования и развития трудового потенциала выступает теоретической и информационной основой анализа, в результате которого формируется всесторонняя и объективная оценка трудового потенциала организации.

Список использованных источников

1. Чернышова Л.И. К вопросу оценки трудового потенциала транспортного предприятия // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 10. – с. 339 – 343
2. Хадасевич Н.Р. Оценка трудового потенциала: подходы и методы // Интернет-журнал «Наукovedение». – 2014. – № 6 URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/202EVN614.pdf> (дата обращения 29.03.2021).
3. Адамчук В. И. Экономика и социология труда: учебник для вузов/В. В. Адамчук, О. В. Ромашов, М.Е. Сорокина. – Москва: ЮНИТИ, 2001. – 407 с.
4. Организация и нормирование труда: учебник/ М. И. Бухалков. – 4-е изд. испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 380 с.
5. Одегов, Ю.Г. Экономика труда: учебник для академического бакалавриата/ Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко. – 3-е изд., перераб. и доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 387 с.
6. Токарь Е.В., Гапо И.А., Иовлева О.В. Особенности формирования и развития трудового потенциала предприятия //Белгородский университет кооперации, экономики и права. – 2021. – № 1. – с. 158 – 171
7. Потуданская В. Ф., Трункина Л. В. Оценка трудового потенциала персонала предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. – № 4(17). с. 96–101

ИНСТАГРАМ КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Бородкина А.В., Песикова П.Д., бакалавриат, 2 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Комарова Е.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В последнее время люди всё чаще используют социальные сети как инструмент для развития и продвижения бизнеса. В условиях пандемии COVID-19 этот инструмент получил ещё большее развитие в связи с тем, что огромная часть мира перешла на удаленную работу, IT-компании столкнулись с нагрузками, на которые они не рассчитывали. Увеличивается популярность не только таких площадок, как Microsoft Teams, Zoom, Skype, Discord, позволяющих оказывать услуги или проводить встречи по видеосвязи, но и любых других платформ, которые способствуют организации удаленной работы. Главная перспектива данного направления заключается в том, что в ближайшее время многие компании осознают, что часть рабочих процессов можно эффективно перенести в онлайн, а пользователи и клиенты сформируют определённые традиции и привычки, которые будут для удобны и от которых уже не захочется отказываться.

В современном мире, когда люди тратят около 1/8 части своего времени на просмотр социальных сетей, буквально «погружаясь» в интересный контент, иметь страницу, на которой человек будет рассказывать о том, что занимается определённым видом деятельности – это большая точка роста.

По данным исследований учёных Калифорнийского университета, в наши дни человек получает и обрабатывает 34 Гб информации, что в 5 раз больше, чем 30 лет назад [1]. Ежедневно люди видят около 3 000 рекламных сообщений: на остановках, на баннерах, по телевидению, на радио, в Интернете, и эта реклама стала настолько приевшейся, что многое пропускается мимо, и лишь 10 рекламных сообщений человек может запомнить за день.

Возникает ключевая проблема: как тогда продвигать свои продукты, чтобы люди не проходили мимо, запоминали полученную информацию, и у них возникло желание приобрести какой-либо товар, работу или услугу?

Необходимо быть в тренде: постоянно следить за обновлениями, иметь дело с актуальными источниками информации, развивать насмотренность – визуальный опыт. Сегодня социальные сети – это не просто площадка для игр, развлечений и общения, сегодня это платформа для реализации товаров, работ и услуг. И в данной статье будет рассмотрена одна из самых популярных социальных сетей во всём мире и действенная рекламная площадка – Инстаграм.

Почему именно Инстаграм, когда существуют и другие социальные сети, у которых аудитория намного шире, например, Фейсбук – в масштабах по миру и ВКонтакте – в масштабах по России? На этот вопрос могут ответить данные статистики: активность на одного подписчика в Инстаграм в 58 раз больше, чем на Фейсбук; ежедневное количество активных пользователей превышает 500 миллионов; ежемесячный охват пользователей из России в мае 2020 года составил 59,4 млн; за последние несколько лет база пользователей выросла более чем на 300% [2].

Инстаграм позволяет быстрее и легче продвинуть бренд, и на то есть три причины:

Во-первых, люди быстрее улавливают зрительные образы, а Инстаграм – это площадка, где используется мультимедиа-контент. С помощью образов бренд может передавать свои ценности и миссию аудитории. В среднем пользователи проводят в социальной сети 26 минут в день. Почти $\frac{2}{3}$ пользователей заявляют, что их интерес к бренду повысился после просмотра его историй – коротких вовлекающих видео или фото. Каждую секунду в Инстаграм загружают около 1 000 фотографий [3].

Во-вторых, выводя продажи в онлайн, предприниматели привлекает больше покупателей, так как не у всех есть желание тратить время на просмотр товаров в офлайн-магазинах, а Инстаграм даёт возможность просмотреть товары в любое время и в любом месте, получить обратную связь с консультантом – достаточно написать в Директ, внутренний мессенджер Инстаграм, – тут же оплатив товар и совершив покупку онлайн. 80% пользователей следят за бизнесом в Инстаграм. 72% пользователей отмечают, что купили товар, который они видели в приложении. Доходы Инстаграм от рекламы в 2020 году составили \$13,86 млрд.

В-третьих, изначально Инстаграм создавался для устройств Apple, а владельцы данных устройств – это люди со средним и выше среднего доходом, следовательно, большая часть аудитории является платёжеспособной. В Инстаграм преобладают пользователи со средним (39,3%) и выше среднего (32%) доходом. Среди пользователей преобладает возрастная, следовательно, платёжеспособная категория «25-34 года» [4].

Насколько же большим может быть число потенциальных клиентов среди такого огромного числа ежедневных пользователей Инстаграм?

В ходе исследования был проведён опрос среди 70 респондентов, одним из вопросов которого был вопрос «Бывали ли ситуации, когда, увидев ранее товар какого-либо бренда офлайн, Вы перешли на его страницу в Инстаграм и поменяли своё решение о покупке как в положительную, так и в отрицательную сторону?». Более 70% пользователей выбрали вариант ответа «Да». На решение повлияли контент и качество фото и видео, а также отзывы других покупателей. Кроме того, почти 90% респондентов просматривают страницу бренда в Инстаграм перед совершением покупки.

К сожалению, просто завести страницу и выкладывать контент без какой-либо стратегии и понимания цели – это шаг в никуда. Начинающие предприниматели зачастую не понимают алгоритмов Инстаграм и способов воздействия на аудиторию, именно поэтому, когда самостоятельно начинают продвигать бизнес на этой платформе, сталкиваются с тем, что полученные результаты не оправдывают построенных надежд. Здесь на помощь приходит SMM-специалист.

Для начала, SMM (Social Media Marketing) – это не про финансовые пирамиды, сетевой маркетинг, это не просто выложить пост, написать текст, загрузить истории на 15 секунд. Прежде всего – это про продажи и работу с клиентами, это понимание потребностей потребителей и донесение максимальной

пользы. Работа SMM-специалиста – это работа на результат, которая складывается из таких действий, как: а) постоянное взаимодействие с заказчиком; б) разработка стратегии развития и продвижения; в) работа над самим проектом; г) обновление информации о проекте; д) предоставление отчётности о проделанной работе. Задача SMM-специалиста – помочь упаковать продукт так, чтобы заинтересовать подписчика и превратить его в потенциального клиента.

Как работают алгоритмы Инстаграм, как и почему люди покупают здесь?

Во-первых, люди с бóльшей вероятностью купят продукт на хорошо упакованной странице, где есть понятная и лаконичная шапка профиля, где есть «актуальные», которые упрощают навигацию в профиле, где приятное визуальное оформление.

Во-вторых, люди покупают у людей: если в аккаунте не говорится ни о владельце, ни о сотрудниках, нет отзывов, то вряд ли это вызовет доверие к бренду.

В-третьих, продвигать профиль необходимо для развития бизнеса, выхода на более широкую аудиторию, используя различные способы, например, таргетированную рекламу – инструмент, который позволяет специалистам показывать свои рекламные объявления строго определенной категории пользователей. Человек захотел приобрести новые кроссовки определенной фирмы и определенной модели: он либо ищет их в Интернете, либо пишет сообщение о своём желании кому-либо, а алгоритмы Инстаграм очень быстро обрабатывают запросы (рис. 1). Правильно настроенная реклама приведет к хорошему спросу и новым клиентам.

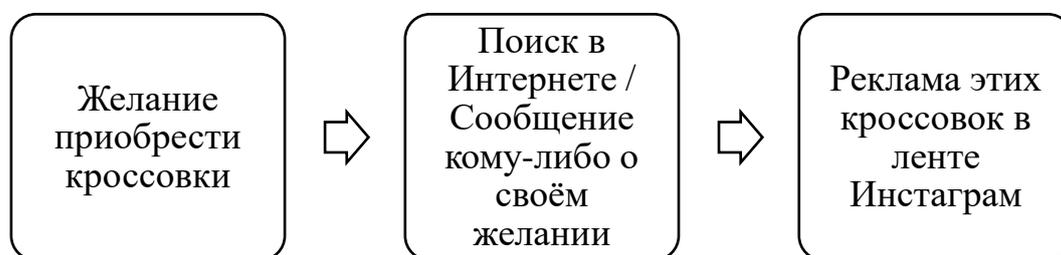


Рис. 1. Схема работы алгоритмов Инстаграм

Наконец, люди покупают эмоции и решение проблемы, поэтому важно найти свою целевую аудиторию, чтобы вложенные деньги на рекламу не были вложены зря и не на те результаты.

Проведённые исследования позволяют сделать вывод о том, что Инстаграм – это отличная площадка для развития своего бизнеса, а аккаунт в Инстаграм – это определённо *must have*, так как из лояльных подписчиков можно сделать реальных клиентов с помощью всех отмеченных инструментов. Благодаря этой социальной сети можно продвинуть что угодно: начиная от товаров, заканчивая инфопродуктами. Это можно сделать быстро, довольно эффективно и без лишних затрат. Однако развитие и продвижение в Инстаграм – это сложная система,

так как изначально нужно установить доверие, выстроить долгие и крепкие отношения с аудиторией, чтобы в дальнейшем превратить подписчика в клиента. И именно в руках опытного специалиста это является очень сильным инструментом, который воплотит желаемое в действительное.

Список используемых источников

1. [Электронный ресурс]: Tech 21 Century. – URL: <https://www.tech21century.com/the-human-brain-is-loaded-daily-with-34-gb-of-information/> (дата обращения 03.04.21)
2. [Электронный ресурс]: Website Hosting Rating. – URL: <https://www.websitehostingrating.com/ru/instagram-statistics/> (дата обращения 03.04.21)
3. [Электронный ресурс]: Marketing University. – URL: https://marketinguniversity.ru/socialnye_seti-2021 (дата обращения 03.04.21)
4. [Электронный ресурс]: ppc.world. – URL: <https://ppc-world.turbopages.org/ppc.world/s/articles/auditoriya-shesti-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2020-godu-izuchaem-insayty/> (дата обращения 03.04.21)
5. Манелова, Д. Как зарабатывать в Instagram / Дарья Манелова. - Москва: Альпина Пабlishер, 2019. - 216 с.
6. Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях: практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва: Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Васильева А.А., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Актуальность рассматриваемых проблем не вызывает сомнений. Наличие в компании действенной системы обучения персонала выступает важнейшим фактором увеличения ее конкурентного потенциала. Наличие и непрерывное совершенствование системы обучения персонала является залогом успешной работы компании в целом.

В рамках исследуемой темы автором было рассмотрено предприятие АО «514 Авиационный ремонтный завод», которое находится в г. Ржеве Тверской области. АО «514 АРЗ» - крупное предприятие, в настоящее время осуществляющее ремонт и модернизацию самолетов МиГ-31, Су-24, МиГ-29 российских ВВС, их комплектующих и съёмного оборудования.

Система обучения на данном предприятии была рассмотрена в рамках обучения руководителей, ИТР и специалистов. Целями обучения персонала АО «514 АРЗ» являются: обеспечение качественной и непрерывной профессиональной подготовки, переподготовки, повышения квалификации персонала организации, работа которого связана с техническим обслуживанием и ремонтом воздушных судов и их деталей, а также персонала, который отвечает за процессы обеспечения деятельности организации; обеспечение соблюдения требований, которые предъявляются к персоналу предприятия деятельность которого связана с техническим обслуживанием и ремонтом авиационной техники, а также с другими процессами обеспечения деятельности организации; совершенствование методов по контролю проведения обучения, подготовки, переподготовки, повышения квалификации персонала и итоговых результатов данных процессов; управление документацией по профессиональному обучению.

Для сотрудников, относящихся к данным категориям на предприятии предусмотрены такие виды обучения, как подготовка, переподготовка, повышение квалификации. Данные виды обучения осуществляются в учебных заведениях гражданской авиации, в учебно-технических центрах, на заводах промышленности и предприятиях разработчиков авиационной техники по утвержденным программам данных учебных заведений на основе заключения с ними договора на оказание образовательных услуг. Ниже представлены данные по обучению руководителей и специалистов за 2018-2020гг.

На основании анализа системы обучения персонала АО «514 АРЗ» автором были выявлены следующие проблемы: отсутствие подготовки резерва руководящих кадров, отсутствие внутриорганизационного обучения, редко используются инновационные технологии обучения.

Динамика сотрудников АО «514 АРЗ», прошедших обучение (2018-2020 гг.)

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Повышение квалификации руководителей и специалистов, в т.ч.	113	113	113
- в институтах повышения квалификации, в центрах развития персонала	104	102	102
- подготовка резерва руководящих кадров	0	0	0
- целевое обучение на предприятии (в среднем специальном учебном заведении)	9	11	11

Совершенствованию системы обучения персонала организации будет способствовать реализация ряда мероприятий. Среди них важно отметить:

1. Пересмотр содержания учебных программ с точки зрения соответствия их современным требованиям и стратегии развития организации [1, с. 437].

2. Использование инновационных технологий обучения сотрудников, например, бизнес-стимуляция, метод кейса, ролевая игра, коучинг, баддинг.

3. Внедрения технологии LMS (LearningManagementSystem), преимущество которой заключается в том, что сотрудники через одну точку получают всю доступную информацию об обучении в организации. Данная система также связана с автоматическим переходом с должности на должность в рекрутменте, они обмениваются между собой данными. Учитываются тренинги, которые прошел сотрудник и если какие-то не пройдены, то человек не может претендовать на следующую должность. Всю эту информацию могут узнавать коллеги, занимающиеся переводом с должности на должность, так будет происходить внутренний обмен данными [4, с. 116].

4. Активное использование цифровых технологий в процессе обучения работников предприятия, например, общение в рабочих чатах, проведение виртуальных встреч, конференций.

5. Формирование внутреннего резерва руководящих кадров. Данное мероприятие будет являться решением проблемы, которая заключается в неожиданном увольнении сотрудников. Также, такая ситуация относится к сотрудникам пенсионного возраста, которых достаточно много на предприятии, так как, по ТК РФ, работники, достигшие пенсионного возраста, имеют право уволиться, не отработав двух недель. Из-за чего предприятию необходимо во избежание простоя производства и потери финансовых средств в скорейшее время заместить освободившуюся должность. Так же для подбора персонала на освободившуюся должность, при отсутствии кадрового резерва, потребуются дополнительные финансовые затраты. Кадровый резерв позволит в кратчайшие сроки произвести замещение должности и поддерживать производительность труда на прежнем уровне, при этом затратив как можно меньше денежных средств.

6. Создание внутриорганизационного центра обучения сотрудников, который в дальнейшем позволит значительно сократить финансовые затраты на обучение. Внедрение внутреннего обучения и развития персонала приведет к повышению производительности и эффективности работников, а также даст толчок к саморазвитию сотрудников.

Таким образом, совершенствованию системы обучения в АО «514 АРЗ» будут способствовать рассмотренные выше меры, которые позволят сделать данный процесс более эффективным и современным.

Список использованных источников

1. Ильина, А.П. Обучение персонала: значение и развитие / А.П. Ильина, Т.Е. Лебедева, М.П. Прохорова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 5. – С. 437-442.

2. Кислая, Т.Н. Анализ системы управления персоналом компании и разработка мероприятий по ее совершенствованию / Т.Н. Кислая // Экономика. Менеджмент. Инновации. – 2018. – № 3. – С. 33-39.

3. Лазутина, А.Л. Современные подходы к развитию персонала в условиях глобализации / А.Л. Лазутина, Т.Е. Лебедева // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 5. – С. 193-198.

4. Щипулина, П.И. Обучение и повышение квалификации персонала в условиях развития цифровой экономики / П.И. Щипулина // В сборнике: Формирование общекультурных и профессиональных компетенций финансиста Москва, – 2018. – С. 115-122.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ ВНОВЬ ПРИНЯТЫХ СОТРУДНИКОВ ООО «ТБК» В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОЙ РАБОТЫ

Василькова Д.М., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Изменения внешней среды влияют на требования к компаниям и условия конкурентоспособности. Все большую распространенность приобретает формат дистанционной работы, при этом не теряют актуальности базовые организационные потребности, в том числе развитие и обучение персонала.

Объект исследования – ООО «ТБК», российский межрегиональный холдинг, действующий с 2012 года, специализирующийся на предоставлении услуг в области таможенного дела и транспортной логистики. Основной вид деятельности компании – деятельность в области права. Компания имеет свои подразделения в различных регионах России: Москва, Санкт-Петербург, Псков, Выборг, Тверь, Брянск, Смоленск, Владивосток, Новороссийск. Центральный офис находится в г. Тверь. Общая численность сотрудников ООО «ТБК» на 01.01.2021 составила 43 человека, динамика численности персонала за последние три года показывает абсолютный прирост общей численности персонала на 23%.

В 2020 году в связи с экономическим локдауном, вызванным пандемией Covid-19, с целью сокращения издержек руководством ООО «ТБК» было принято решение о переводе всех структурных подразделений, за исключением административного сектора, в условия дистанционной работы, в том числе и отдел продаж. Однако, компания продолжила реализацию стратегии развития, деятельность по привлечению кадров. В 4 квартале 2020 года в штат были приняты менеджеры по продажам в количестве двух человек. Несмотря на наличие у специалистов опыта работы в сфере продаж, они нуждались в разъяснении и усвоении специфики сферы таможенно-брокерских услуг. По времени протекания совпали процесс адаптации, процесс обучения и прохождение испытательного срока.

При стандартной форме работы было возможным организовать рабочие места новых сотрудников непосредственно под наблюдением руководителя, теперь же возникла потребность в построении и реализации системы взаимодействия и обучения в условиях дистанционной работы. Отсутствие постоянного контроля позволяет дистанционному работнику распоряжаться рабочим временем по собственному усмотрению, руководителю гораздо сложнее оценить трудоспособность и деловые качества сотрудника без непосредственного наблюдения.

Обучение проектировалось в соответствии с определенными в компаниях целями и стратегиями. Цель проекта – организация эффективного обучения и адаптации вновь принятых сотрудников ООО «ТБК» при дистанционном формате работы. На этапе определения потребностей в обучении и развитии автором тезисов были сформированы требования к организации процесса обучения в рамках дистанционной работы, которые нашли отражение в задачах проекта:

- Предложить методы и инструменты обучения, реализация которых возможна в условиях дистанционной работы без информационных и логических потерь;
- Организовать коммуникацию и координацию между руководителями и подчиненными нивелируя эмоциональное и иное субъективное искажение информации при дистанционном формате взаимодействия;
- Учесть специфику обучения начинающих сотрудников: временные затраты на адаптацию, градация нагрузки (от малой к усиленной), оперативность обратной связи, лояльность со стороны организации.

На основе должностной инструкции менеджера по продажам, действующей в организации, автор разработал тест оценки базовых знаний для специалистов данной категории в электронном формате. Результаты оценки (максимум 30 баллов): сотрудник 1 – 19,2 балла, сотрудник 2 – 13,5 балла.

На этапе разработки планов обучения и развития автор построил индивидуальные образовательные траектории (ИОТ) для новоизбранных сотрудников, в качестве примера приведены некоторые элементы ИОТ одного из них:

1. Формируемые компетенции: знание таможенных терминов, географическое представление основных логистических маршрутов и др.

2. Вид обучения: обучение на рабочем месте посредством общения с коллегами и руководителями по видеосвязи.

Основа методов обучения: практики неформального подхода.

– Коучинг. Коуч – коммерческий директор компании. Формат: коуч-сессии по 30 минут 1 раз в неделю. Цель: задать вектор развития, донести цели и ценности компании, процесса продажи.

– Групповой менторинг. Ментор – заместитель коммерческого директора. Формат: 3 раза в неделю (по 1 ч.) в течение испытательного срока (3 месяца). Формируемые компетенции: знание базовых аспектов таможенного законодательства, ориентация в нормативно-правовых актах и информационных ресурсах, актуальных для менеджера по продажам таможенных услуг и др.

– Наставничество. Наставник – ведущий менеджер по продажам. Ежедневное оперативное взаимодействие с начинающими сотрудниками. Формируемые компетенции: знание способов и правил работы с используемыми в организации СУБД, внутриорганизационной системы взаимодействия.

3. Критерий прохождения испытательного срока: заключение договора с клиентом и оформление клиентом не менее двух поставок с использованием услуг ООО «ТБК» не позднее периода окончания испытательного срока.

На этапе составления бюджета были определены финансовые затраты. Действующим в организации Положением об оплате труда закреплена доплата за совмещение в размере 10 000 рублей и почасовая ставка за выполнение сверхурочной работы, определяемая как оклад работника, поделенный на норму его рабочего времени в месяц в часах.

Доплата коммерческому директору:

$(70\,000 \text{ (оклад коммерческого директора)} / 168 \text{ н. ч.}) * 2 = 833,2 \text{ руб.}$ – доплата коммерческому директору.

Доплата заместителю коммерческого директора:

$(54\,000 \text{ (оклад)} / 168 \text{ н.ч.}) * 12 = 3857,14 \text{ руб.}$ – доплата заместителю коммерческого директора.

Доплата ведущему менеджеру по продажам – фиксированная доплата за совмещение в размере 10000 рублей.

Закупка и подключение оборудования (три ноутбука, три станции IP-телефонии) – 130000 рублей.

Суммарно экономические затраты составили 14690,34 руб./месяц, соответственно, 44071,02 рублей за срок обучения (три месяца). Стоимость оборудования включается в стоимость основных фондов организации, так как оборудование является собственностью ООО «ТБК» и выдается сотрудникам во временное пользование. Определены временные затраты – 252 рабочих часа, сроки формирования компетенций – три месяца, равные испытательному сроку.

В рамках подготовки программ обучения и развития был пропущен этап поиска компаний провайдеров, произошел переход на этап создания базы обучения внутренними силами и ресурсами компании. На момент написания тезисов (март 2021 г.) протекает этап реализации образовательного плана, программ обучения и развития. Этап оценки эффективности программ обучения и развития назначен на начало июня 2021 г.

Прогнозируемый результат: формирование у начинающих сотрудников требуемых компетенций в соответствии со спецификой продаж таможенных услуг.

Прогнозируемая экономическая эффективность: увеличение эффективности работы менеджеров по продажам, рост количества привлеченных компаний, рост выручки, чистой прибыли, рентабельности фирмы.

Список использованных источников

1. Соловьёв, Д. П., Илюхина Л.А. Обучение и развитие персонала [Текст]: учеб. пособие. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2019.

2. EduTech – журнал об инновационных образовательных технологиях по материалам семинара EduTech Корпоративного университета Сбербанка // Сбер-Университет URL: https://sberbank-university.ru/upload/iblock/e89/EduTech_35_web.pdf (дата обращения: 03.04.2021).

ИСТОРИЧЕСКИЙ ПЕРЕЛОМ ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ

Верчук М.О., бакалавриат, 1 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Мохов И.А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Курский филиал)

В течение последних 30-ти лет человечество второй раз входит в фазу глобального переустройства: от двухполярного мира через мир однополярный к миру, основанному на принципах многополярности. Переход к многополюсному укладу, вызванный объективным развитием исторического процесса, осуществляется при активном сопротивлении Соединённых Штатов. Это обстоятельство задаёт главный нерв и определяет основную проблематику взаимоотношений глобальных игроков на международной арене: США, России, Китая и Индии. Если последние три, обладая суверенитетом в решении подавляющего большинства политических и экономических вопросов, готовы выстраивать отношения с учётом интересов друг друга, то США – суверен абсолютный, и вся деятельность государственных институтов последние десятилетия направлена на подчинение мира своей воле.

В этой связи возникает вопрос: какими мотивами оперируют Соединённые Штаты в проведении агрессивной политики и достаточно ли материальных и силовых ресурсов для восстановления гегемонии?

Ключевой проблемой здесь является американский менталитет, сформировавшийся на идее «избранности», связанной с кальвинистским учением о предопределении [1, ч.5]. В Колониальный период, когда переселенцы расширяли ареал своего существования, идея «избранности» трансформировалась в идею «исключительности», а во времена войны за независимость от британской короны (1775-1783) и провозглашения республики переросла в концепцию исключительности политической. Эта концепция довлеет над американским правящим классом по сей день и мешает адекватно оценивать изменившуюся геополитическую ситуацию.

В пользу безоговорочного лидерства американским истеблишментом выдвигаются следующие основные аргументы [2]:

1. Победа в «холодной» войне.

Контраргумент: руководство Советского Союза добровольно вышло из борьбы в надежде на примирение с США, обретение Европой суверенитета, которой она утратила по результатам II Мировой войны, и создание общеевропейского пространства безопасности и торговли.

2. Совершенная политическая система управления государством – демократия, стимулирующая развитие гражданского общества и благосостояние граждан. Все страны должны построить демократию.

Контраргумент: политическая система США – чистая олигархия, окончательно сформировавшаяся после Гражданской войны в XIX веке, а демократические институты – это инструмент управления (точнее, манипулирования) населением. «Демократизация» стран по-американски есть процесс насаждения внешнего управления.

3. Мощь вооружённых сил.

Контраргумент: в сегодняшней системе координат сила армии определяется не количеством вооружений, а наличием новейших комплексов, включая ядерные заряды и средства их доставки, позволяющих преодолевать оборонительные системы противника. США в таких видах вооружений отстали на несколько лет не только от России, но даже от Китая и Индии.

4. Контроль мировой финансовой системы, включая МВФ, Мировой банк, ВТО, что позволяет устанавливать правила, в рамках которых должны действовать все государства.

Контраргумент: действительно, серьёзный инструмент давления на конкурентов, однако, в последние годы США явно злоупотребляют этими возможностями в свою пользу. Мир это видит, и миру это не нравится. Китай, например, вплотную занимается созданием цифрового банковского юаня, а в случае с Россией – это, скорее, стимул, чем рычаг торможения, достаточно проанализировать динамику развития сельскохозяйственного сектора экономики за последние 10 лет.

Отдельно следует остановиться на финансовых возможностях США. В течение последних десятилетий США осуществляли политику накачки экономики эмиссионными долларами, при этом госдолг рос в геометрической прогрессии – с \$5,6 трлн в 2000 году до \$28 трлн в 21-м. Но проблема заключается не в долгах и станке, а в том, что нет проектов сверхдоходных вложений долларов в развивающиеся рынки вне США, вследствие чего, минуя экономику, они поступают на фондовые рынки и скапливаются в виде завышенной стоимости обращающихся активов.

После публикации в марте 2021 года доклада Центра стратегических и международных исследований (CSIS, Washington) «Климатическое лидерство США в G20» [3] обозначился план мероприятий, связанных с повсеместным внедрением «зелёных» технологий и направленных на достижение следующих целей:

1. Запуск нового контура глобализации, в который необходимо включить не только ближайших союзников и партнёров, но и страны, пока не попавшие в сферу влияния Китая. Все они должны быть жёстко привязаны к политике США выданными под климатическую повестку кредитами [4].

2. Создание надёжных финансовых инструментов для выведения из-под неминуемого обвала некоторой части активов своего фондового рынка, которая будет направлена в третьи страны как инвестиционный ресурс в «чистые» проекты. Приоритетная задача – ужесточение некоторых финансовых правил в части защиты третьими странами внешних инвестиционных вложений. Для этого

планируется усилить существующие институты, определяющие мировую экономическую политику и находящиеся под управлением США – Всемирный банк, МВФ, ВТО, некоторые структурные подразделения ООН; мобилизовать все возможные кредитные организации такие как Экспортно-кредитное агентство, Финансовый институт развития, Банки реконструкции и развития; согласовать общие стандарты выдачи кредитов и определить пул получателей. Интересная деталь. В докладе предлагается выдавать «зелёный» кредит в обмен на беспроцентную (либо под самый низкий процент) реструктуризацию имеющегося долга, что по прогнозу на 20-30% увеличит количество стран-участников проекта.

3. Формирование системы протекционизма, скрывающейся за климатической повесткой и направленной на сдерживание всех развивающихся стран, в первую очередь Китая и России.

22 апреля текущего года в онлайн-режиме стартует инициированный США климатический саммит, который, вероятно, обозначит сторонников и противников сомнительной с научной точки зрения «зелёной» энергетики, во всяком случае в интерпретации, которую продвигают США, и запустит очередной виток противостояния глобальных держав.

Кроме того, никто не отменял десуверенизацию государств через засилье транснациональных корпораций и внутреннюю хаотизацию. И то обстоятельство, что пандемия ограничила активную деятельность в этом направлении, а также вернула в политический дискурс понятие «национальные интересы», не должно успокаивать правящие круги стран, сделавших ставку на государственный суверенитет.

Китай, Индия и Россия – общности исторические, традиционные и социокультурные, опирающиеся на опыт многих сотен поколений предков и находящиеся на очередном витке цивилизационного подъёма. А вот справится ли с историческими вызовами молодая и агрессивная нация, впервые в своей недолгой истории столкнувшаяся с системным государственным кризисом, увидим в ближайшие несколько лет.

Список использованных источников

1. Вебер Макс. Протестантская этика и дух капитализма [Электронный ресурс]: Библиотека по философии – URL: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000297/st004.shtml> (дата обращения 28.03.2021)
2. Куликов Д. Е., Сергейцев Т. Н. Мировой кризис. Восток и запад в новом веке // Изд: Литагент, 1 редакция, 2017 [Электронный ресурс]: ЛитРес – URL: <https://www.litres.ru/dmitriy-kulikov-8555126/mirovoy-krizis-vostok-i-zapad-v-novom-veke/> (дата обращения 01-09.04.2021)
3. CSIS [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/210330_Ladislaw_Climate_Strategy.pdf?kQwUjstPUmgRT38gaamad8FJryJkrMkl (дата обращения 12.04.2021)
4. Перкинс Джон. Исповедь экономического убийцы [Электронный ресурс]: Сайт Ebooks-Free.net – URL: <https://ebooks-free.net/kniga/ispoved-ekonomicheskogo-ubiycy.html> (дата обращения 11-16.04.2021)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Виноградов П.М., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Актуальность и практическая значимость исследования определяются тем, что почти каждое предприятие сталкивается с проблемой низкой эффективности проводимой деловой оценки персонала. Изучение опыта многих предприятий дает понять, что эффективная система деловой оценки выступает в качестве обратной связи с руководством, по результатам которой можно оценить, в том числе, эффективность реализуемой кадровой политики, системы управления персоналом в целом.

Современные источники литературы представляют деловую оценку персонала как отдельную функцию в системе управления персоналом. В трудах М. Магура под деловой оценкой персонала понимается один из инструментов, необходимых для того, чтобы привлечь человеческие ресурсы, мотивировать их на работу в интересах компании. О. С. Виханский деловую оценку персонала описывает как процесс оценки эффективности выполнения сотрудником своих должностных обязанностей, осуществляемый его непосредственным руководителем. Оценка персонала позволяет провести эффективную диагностику уровня развития необходимых компетенций, сопоставить индивидуальные результаты со стандартными и/или экспертными требованиями (по уровням и специфике должностей), наметить перспективы развития карьеры, как для отдельных сотрудников, так и для всего персонала организации.

Выбор методов оценки персонала для каждой конкретной организации является уникальной задачей, решить которую может только руководство самой организации (возможно с помощью профессиональных консультантов). Система оценки должна учитывать и отражать ряд факторов: стратегические цели организации, состояние внешней среды, организационную культуру и структуру, традиции организации, характеристики занятой в ней рабочей силы.

Организационными рекомендациями по совершенствованию системы деловой оценки могут стать следующие:

1. Руководству четко определить и сформулировать цели проведения оценки работников. Целями могут быть:

- оценить потенциал для продвижения и снижения риска выдвигания некомпетентных сотрудников; – снизить затраты на обучение;
- поддерживать у сотрудников чувства справедливости и повышать трудовую мотивацию;
- организовать обратную связь сотрудникам о качестве их работы;
- разрабатывать кадровые программы развития персонала.

2. Организовать эффективную систему оценки результативности труда работников. Для этого необходимо:

- установить стандарты результативности труда для каждого рабочего места и критерии ее оценки;
- выработать политику проведения оценок результативности труда (когда, как часто и кому проводить оценку);
- обязать определенных лиц производить оценку результативности труда;
- вменить в обязанность лицам, проводящим оценку, собирать данные о результативности труда;
- обсудить оценку с работником;
- документировать оценку.

3. Четко определить этапы оценки труда для каждого конкретного рабочего места. Они могут предполагать:

- описание функций;
- определение требований;
- оценку по факторам (конкретного исполнителя);
- расчет общей оценки;
- сопоставление со стандартом;
- оценку уровня сотрудника;
- доведение результатов оценки до подчиненного.

4. Определить и выбрать наиболее эффективные методы оценки труда, имеющие минимум недостатков. К ним можно отнести:

- оценка результата;
- оценка поведения;
- рейтинги успешности;
- процедуры ранжирования;
- анкетирование;
- метод оценки по решающей ситуации.

5. Регулярно проводить опросы сотрудников на предмет понятности методов оценки их труда, приемлемости и эффективности.

Обязательно нужно понимать, что оценка персонала имеет прямые и косвенные результаты. Прямой результат это информация в той форме, в которой хочет получить ее руководитель. Косвенный результат, это импульс к профессиональному саморазвитию тех сотрудников, которые участвовали в проводимых мероприятиях. После же получения обратной связи о результатах (как правило, проводится индивидуальная беседа) работник начинает лучше понимать свой текущий уровень профессионального развития, осознает, каких именно качеств ожидает от него организация, каким образом они должны проявляться и как их можно развивать на рабочем месте.

Внедрение данных рекомендаций позволит исследуемому предприятию повысить эффективность системы деловой оценки персонала, что позволит в целом улучшить общий процесс управления персоналом предприятия.

Список использованных источников

1. Роечко Н.О. Совершенствование системы деловой оценки персонала в торговой организации / Н.О. Роечко // Молодой ученый. 2016. № 10. С. 838–845.
2. Магура М. Оценка работы персонала / М. Магура, М. Курбатова. 2-е изд. М.: Интел-Синтез, 2010. 305 с.
3. Могилёвкин Е.А. Нестандартные методы деловой оценки персонала / Е.А. Могилёвкин, А.С. Новгородов // Управление человеческим потенциалом. 2011. № 2. С. 128–134.
4. Теоретико-прикладные аспекты управления персоналом в малом и среднем бизнесе: колл. монография / Н.Н. Богдан, О.В. Горшкова, М.Ю. Дикусарова, М.Г. Масилова, Е.А. Могилёвкин, А.С. Новгородов, З.В. Якимова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. 240 с.
5. Кибанов А.Я. Управление персоналом: теория и практика. Оценка экономической и социальной эффективности управления персоналом организации: учебно-практическое пособие / под ред. А.Я. Кибанова. М.: Проспект, 2012. 48 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКЕ ПЕРСОНАЛА СОТРУДНИКОВ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ (ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Воеводова Ю.Н., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н. Гайдукова Н.С.

Тверской государственный университет, Институт экономики и управления

С недавних пор главной задачей управления персоналом заключалась в рациональном разделении труда, его функций и контроле, для получения наибольшей эффективности их деятельности. В наше же время простое преобразование форм и использование традиционных методов руководством, не является достаточным для дальнейшего выполнения поставленных целей и задач. Современная действительность требует новых взглядов на процесс оценки персонала. Поэтому необходимо понимать, что персонал – это один из важнейших элементов, который влияет на успех любой компании.

Деловая оценка персонала – это процесс установления соответствия характеристик индивида, требованиям должности или рабочего места, а также количественных и качественных результатов труда целевым показателем [1, с. 8].

Повышение эффективности управления человеческими ресурсами напрямую зависит от оценки персонала, что, несомненно, является фактором повышения производительности труда и качества выполняемых услуг. Деловая оценка персонала, является началом для дальнейшего планирования личного развития сотрудников, его личностно-ориентированной системы стимулирования, оценки и анализа ситуации, т.е. выявление причин, вследствие которых не были достигнуты поставленные результаты, а также определение способов для их дальнейшего устранения.

Хотя существует разнообразное количество систем деловой оценки персонала, каждая из них имеет свои недостатки и достоинства, до сих пор ни в России, ни за рубежом не существует универсальной методики для решения всех задач, связанных с оценкой кадров [2, с. 3]. Поэтому при оценке персонала Многофункциональные центры Тверской области, используется только три метода оценки персонала.

Первый метод – это анализ полученных документов таких как: автобиография, резюме и анкета кандидата. Данная методика показывает необходимую личную информацию о данном индивидууме (образование, место жительства, навыки, знания и т.д.). Но, несмотря на положительную сторону, данный метод оценки персонала несет в себе один недостаток, кандидат на вакантную должность может приукрасить свое резюме и автобиографию, а также не полностью заполнить анкету. Другими словами, данный метод не даст нам полной картины о личности кандидата.

Второй метод – это собеседование или интервью, обычно оно происходит только тогда, когда необходимо выбрать человека на вакантную должность, но из-за большой текучести кадров, (на 2020 г. составляет 23%) собеседование несет в себе только номинальный характер, что только ухудшает ситуацию. Принятый на должность человек часто сам понимает, что не готов работать на данной должности по индивидуальным особенностям (не развиты коммуникативные навыки, не может быстро обучаться, трудно работать с людьми т.д.) или из-за нехватки знаний.

Например, на должность делопроизводителя (коэффициент текучести, которого составляет 23,22%) была принята на работу сотрудница, которая уволилась через полгода из-за того, что не смогла справиться с должностными обязанностями. На эту должность требовался человек, который бы быстро ориентировался в услугах и знал какие документы необходимо собрать и в какие государственные органы их предоставить. С этой задачей, было, сложно справиться новой сотруднице из-за ее медлительности, хотя эту ее особенность невозможно было выявить на собеседовании. Такую же большую текучесть кадров можно увидеть на должности администратора (32,05%), здесь нужны люди, обладающие коммуникативными навыками, соблюдающие этикет и умеющие обслуживать клиентов, а принятая на работу на первый взгляд уверенная и спокойная девушка, оказалась вспыльчивой, поэтому она не смогла работать с клиентами (на нее поступило очень много жалоб).

Третий метод, деловой оценки персонала – это метод оценки результативности: оценка КРІ. Данная система позволяет определить эффективность сотрудников, работающих в филиалах, но из-за того, что эта система недавно введена в ней официально утверждены только два показателя: время ожидания клиента (не менее 15 минут на филиал) и удовлетворенность получаемой услуги. Если первый критерий, оценивается руководителем, то результаты второго критерия зависят от клиентов. В данной системе есть небольшой недостаток в том, что результатом оценки, больше влияющей на заработную плату сотрудников, является деятельность всего филиала. При этом индивидуальные критерии учитываются в меньшей степени, следовательно, персонал не видит никаких значимых изменений в своей заработной плате зависящих от общих усилий коллег, что приносит непонимание сложившейся системы оценки персонала и системы стимулирования роста эффективности труда.

Можно сделать выводы, что из-за отсутствия систематизированной и целенаправленной деловой оценки персонала в ГАУ «МФЦ», отсутствия правильно подобранных методик и их недобросовестного выполнения, приводит к «искаженной» оценке персонала, вследствие чего возникают проблемы эффективного использования человеческих ресурсов. В частности, неправильно может происходить подбор персонала, формирование условий дальнейшего профессионального роста, обучение и стимулирования, что может сказаться на выполнении поставленных целей в ГАУ «МФЦ» Тверской области.

Чтобы данные ситуации не возникли, необходимо объяснить сотрудникам отделов кадров и заведующим филиалов, важность деловой оценки персонала, для чего следует организовать дополнительные курсы или семинары, а также внедрять новые методики и усовершенствовать старые.

Список использованных источников

1. Система оценки персонала в организации / Коллектив авторов – «Прометей», 2018 – (Бакалавр, Базовый курс)
2. Оценка персонала в организации: учебное пособие / А.М. Асалиев, Г.Г. Вукович, О.Г. Кириллова, Е.А. Косарева. – 2-е изд., испр. И доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 171с.

ОЦЕНКА УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СИСТЕМОЙ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ООО УО «ЖИЛИЩНОЕ ХОЗЯЙСТВО ВОЛОКОЛАМСКОГО РАЙОНА»

Волкова А.С., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Актуальность темы исследования определяется высокой значимостью стимулирования сотрудников на предприятии, так как эффективность организации напрямую зависит от эффективности персонала. Стимулирование труда занимает ведущее место в системе управления персоналом и считается базовым критерием его экономического роста.

Среди основных показателей оценки эффективности системы стимулирования можно выделить показатели экономической и социальной эффективности. К показателям экономической эффективности относятся такие показатели как прибыль, рентабельность, фондоотдача, производительность труда и т.д. К показателям социальной эффективности – текучесть кадров, общеобразовательный уровень персонала, удовлетворенность персонала различными аспектами труда и т.д.

Эффективное управление персоналом невозможно без правильного понимания руководством процесса мотивации трудовой деятельности персонала. Необходимо знание о том, что движет человеком, какие мотивы лежат в основе его действий и каким потребностям они соответствуют. Понимание этого процесса позволит компании разработать действующую систему стимулирования сотрудников, которая будет соответствовать их интересам и ожиданиям [1, с.84]. В качестве инструмента для измерения уровня удовлетворенности и корректировки системы стимулирования трудовой деятельности персонала применяется социологическое исследование.

Цель проведенного исследования – определение степени важности отдельных факторов мотивации для работника и оценка уровня удовлетворенности системой стимулирования трудовой деятельности персонала. Объект исследования – персонал одного из структурных подразделений ООО УО «Жилищное хозяйство Волоколамского района». Метод исследования – анкетирование по опроснику Макса Лансберга [2]. В силу того, что в организации трудится 296 человек, социологическое исследование проводилось не по всем сотрудникам, а по отдельной случайной выборке. Генеральная совокупность социологического исследования – 50 человек, обладающих разной профессией, стажем работы в организации, уровнем квалификации и др. Сроки проведения – декабрь 2020 года. Результаты опроса подразумевалось использовать при корректировке системы стимулирования трудовой деятельности в 2021 году.

Анкета включала 9 ключевых факторов, определяющих уровень стимулирования трудовой деятельности (уровень дохода, социальный пакет, безопасность, условия труда, взаимоотношения с руководством, содержание труда, атмосфера в коллективе и командный дух, имидж организации, возможность профессионального и карьерного роста). Значимость каждого фактора оценивалась

по 10-балльной шкале (1-3 – «неважен», 4-7 – «достаточно важен», 8-10 – «очень важен»). Оценка удовлетворенности факторами, определяющими уровень стимулирования трудовой деятельности, проводилась по 5-балльной шкале (1-2 – «абсолютно не устраивает»; 3 – «недостаточно»; 4-5 – «полностью удовлетворяют»). Работник мотивирован на эффективную деятельность, если по результатам анкетирования оценка уровня удовлетворенности находится в диапазоне от 4 до 5 баллов. В соответствии с методикой анкетирования, решение о разработке мероприятий по совершенствованию системы стимулирования трудовой деятельности персонала принимается исходя из определения весомости факторов, определяющих уровень стимулирования трудовой деятельности персонала в организации. Условием приоритетности фактора для разработки мероприятий по корректировке системы стимулирования является наибольшее значение показателя весомости фактора. Опрос по методу Макса Лансберга также предполагает возможность разработки индивидуальных планов развития сотрудника. В этом случае сопоставляются результаты показателей значимости фактора и уровня удовлетворенности данным фактором.

Анализ полученных данных показывает, что наиболее значимыми факторами, определяющими уровень стимулирования трудовой деятельности для сотрудников, выступают уровень доходов и социальный пакет (ответили 50 человек или 100,0% опрошенных). Безопасность является наиболее значимым фактором для 16 человек (32,0%). Условия труда являются наиболее значимыми факторами для 37 человек (74,0%). Для 18 работников (36,0%) среди наиболее значимых выделяется фактор, касающийся взаимоотношений с руководством. Содержание труда наиболее значимо для 43 работников (86,0%). Атмосфера в коллективе и командный дух выступают наиболее значимым фактором, определяющим уровень стимулирования трудовой деятельности для 28 сотрудников (56,0%). Имидж организации для большинства сотрудников (44 человек или 88,0%) является достаточно важным, однако наиболее важен он только для 6 сотрудников (12,0%). Возможность профессионального и карьерного роста наиболее важным фактором выступает для 10 сотрудников (20,0%).

По результатам оценки удовлетворенности персонала факторами, определяющими уровень стимулирования трудовой деятельности, установлено, что только 28 сотрудников (56,0%) из 50 опрошенных довольны методами стимулирования и мотивированы на эффективную трудовую деятельность в организации. Достаточно большой процент сотрудников, 22 человека (44,0%) не довольны существующей системой стимулирования.

Значимость факторов, определяющих уровень стимулирования трудовой деятельности, представлен на рисунке 1. Уровень удовлетворенности стимулированием трудовой деятельности персонала организации представлен на рисунке 2.

По результатам произведенных расчетов показателей весомости факторов, определяющих уровень стимулирования трудовой деятельности персонала в организации, выделен следующий ряд факторов, имеющих наиболее важное значение для персонала и являющихся приоритетными для разработки мероприятий по корректировке системы стимулирования: уровень дохода, социальный пакет, условия труда, содержание труда, атмосфера в коллективе.



Рис. 1. Значимость факторов, определяющих уровень стимулирования трудовой деятельности в ООО УО «Жилищное хозяйство Волоколамского района», %



Рис. 2. Уровень удовлетворённости персонала стимулированием трудовой деятельности в ООО УО «Жилищное хозяйство Волоколамского района», %

В соответствии с этим предложено скорректировать существующую систему стимулирования посредством внедрения следующих мероприятий. В связи с тем, что в организации проводится регулярное обучение сотрудников, предлагается заработную плату увязать с уровнем знаний сотрудников. Наряду с индивидуальным премированием гармоничным дополнением станет коллективное премирование (премирование по итогам трудового соперничества). Кроме того, предлагается разработать систему дополнительных социально-психологических методов стимулирования персонала, внедрить «Социальную карту» (виртуальный счет сотрудника в социальном бюджете организации) и организовать зону отдыха для проведения совместных корпоративных мероприятий.

Список использованных источников

1. Сладкевич В.П. Мотивационный менеджмент. Курс лекций. К.: МАУП, 2001. 168 с.
2. Якуба В. Директор по персоналу № 2: [Электронный ресурс] // 4 инструмента, чтобы измерить и скорректировать мотивацию персонала, февраль 2019. – Свободный доступ из сети интернет. – <https://e.hr-director.ru>

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Голубев Д.А., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Романюк А.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В настоящее время можно с уверенностью сказать, что рынок искусственного интеллекта стремительно растет в самых различных сегментах. Многие компании применяют искусственный интеллект, но не останавливаются на этом и ищут новые способы использования технологии. В 2020-м году искусственный интеллект вступил в новую эру. Можно с уверенностью сказать, что искусственный интеллект необходим для компаний, которые стремятся конкурировать на глобальном рынке.

Определение искусственного интеллекта звучит так – это область информатики, которая занимается разработкой интеллектуальных компьютерных систем [2, 3]. В более упрощенной трактовке искусственный интеллект представляет собой систему, которую мы традиционно связываем с человеческим разумом, которая проявляется во многом (обучение, способность рассуждать, понимание языка, решение проблем).

К искусственному интеллекту относят программные средства с набором алгоритмов и методов, которые могут решать интеллектуальные задачи. Например, искусственный интеллект способен прогнозировать различные ситуации, оценивать информации и формулировать заключительную оценку, анализировать данные и искать скрытые закономерности и т.д.

Важно подметить, что у искусственного интеллекта, как и у любой вычислительной системы, могут быть недочеты. При недосмотре можно получить сбой любой сложности. Например, такая ситуация наблюдалась в работе Сбербанка. У искусственного интеллекта, который ввела организация в свою деятельность, произошел сбой, приведший к потере миллиардов рублей [5]. В итоге любая маленькая ошибка, закрававшаяся в алгоритм, может привести к очень большим последствиям для любой компании или предприятия.

На сегодняшний день уже более 90% клиентских операций с акциями осуществляются с применением алгоритмов, и банки рассматривают возможность применения алгоритмов ко всем высоколиквидным рыночным инструментам [6]. Аналитики заявляют, что в ближайшие 5 лет во всем мире будет наблюдаться стремительный рост объема данных и уже в скором будущем вырастет ценность информации для социума. Данные же будут формироваться не только людьми, но и новыми устройствами, а также произойдет глобальный переход в облако.

Уже в скором времени среднее количество информационных воздействий вырастет в 20 раз [4, 7]. Наши дома, рабочие места, транспортные средства становятся «умнее», и все больше устройств можно подключить к интернету. Но опять же, есть существенный минус во всем этом, а именно, то, что вместе с вы-

соким ростом общего мирового объема информации разрыв между защищенными данными и теми, которые необходимо оградить от посягательств киберпреступников, сильно увеличится.

Из всего этого можно сделать вывод что искусственный интеллект - это динамично развивающаяся система, которая имеет ряд недочетов, но в тоже время эти же недочеты можно исправить или же улучшить, тем самым передвигая искусственный интеллект на следующий уровень развития [1]. И в скором времени он станет такой же незаменимой частью нашей жизни, как интернет или прочие технологии. Одновременно недостатками такой системы будет неравенство на рынке развитых стран перед неразвитыми, и незащищенность этой системы перед киберпреступностью.

Список использованных источников

1. Ромашкин Т.В., Устинова Н.Г. Цифровое предпринимательство: вызовы и перспективы развития. В сборнике: Взаимодействие власти, бизнеса и общества в развитии цифровой экономики. Материалы XI Международной научно-практической конференции. 2018. С. 130-134.

2. Искусственный интеллект [Электронный ресурс]: «Wikipedia». Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Искусственный_интеллект (дата обращения: 20.03.2021).

3. История искусственного интеллекта [Электронный ресурс]: «Livejournal». Режим доступа: <https://it-region.livejournal.com/2614808.html> (дата обращения: 20.03.2021)

4. Оценка влияния искусственного интеллекта на экономику [Электронный ресурс]: «Фонд Росконгресс». Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/otsenka-vliyaniyaiskusstvennogo-intellekta-na-ekonomiku/> (дата обращения: 20.03.2021)

5. Сбербанк в результате ошибок искусственного интеллекта потерял миллиарды рублей. [Электронный ресурс]: «Rusbase». Режим доступа: <https://rb.ru/news/sberbank-aigref/> (дата обращения: 20.03.2021)

6. Сбербанк» заменил 70% сотрудников среднего звена на искусственный интеллект. [Электронный ресурс]: «vc.ru». - Режим доступа: <https://vc.ru/hr/50593-sberbank-zamenil-70-sotrudnikov-srednego-zvena-na-iskusstvennyyintellect> (дата обращения: 20.03.2021)

7. Вывод аналитиков: к 2025 году жизнью будет управлять искусственный интеллект [Электронный ресурс]: «Digital.report». Режим доступа: <https://digital-report/vyivodyianalitikov-k-2025-godu-zhiznyu-budet-upravlyat-iskusstvennyiy-intellekt/> (дата обращения: 20.03.2021)

ПОДБОР УДАЛЁННЫХ СОТРУДНИКОВ

Гудий К.С., Ширенкова А.Е., бакалавриат, 2 курс

Научный руководитель: ст. преп. Андреева А.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Тема подбора удалённых сотрудников в последнее время стала особенно актуальной, потому что появилась возможность работать с такими сотрудниками с помощью онлайн-АТС, удобных CRM-систем, IP-телефонии; а также из-за пандемии наступило непростое время для бизнеса, которое убирает все неэффективные бизнес-системы. Подбор удалённых сотрудников позволяет сократить затраты на персонал.

Наличие удалённого штата сотрудников в организации имеет ряд преимуществ, таких как:

- Быстрое и недорогое тестирование новых бизнес-идей
- Снижение затрат на аренду помещения, оборудование, организацию рабочего места [3, с. 36]
- Быстрый найм и проведение испытаний для новых сотрудников
- Удалённые сотрудники готовы получать заработную плату меньше, чем офисные сотрудники, так как для них является преимуществом удалённый формат работы
- Возможность нанять высококвалифицированных сотрудников из любой точки мира [1, с. 124]

Также наличие удалённого штата сотрудников имеет и ряд недостатков для организации:

- Не все сотрудники могут поддерживать высокие показатели работоспособности вне офиса
- Трудности в найме удалённых сотрудников и проведении собеседований с ними в онлайн-формате
- Трудности в технической реализации
- Высокие показатели текучести кадров

Можно выделить следующие этапы организации работы с удалёнными сотрудниками:

- Оценить возможность внедрения в организацию удалённого штата сотрудников
- Подготовить механизм подбора удалённых сотрудников
- Подготовить и протестировать техническую часть работы
- Составить регламент работы удалённых сотрудников

Среди каналов подбора удалённых сотрудников можно выделить следующие. Во-первых, подбор с помощью агентств, которые занимаются подбором удалённых сотрудников: такие агентства занимаются именно подбором персо-

нала – их сотрудники имеют большой опыт и занимаются только задачами поиска (в отличие от внутренних специалистов компании, которые параллельно выполняют и другие задачи). Практически все агентства работают с гарантией, то есть если найденный сотрудник не пройдет испытательный срок, рекрутер предоставит бесплатную замену. Также во многих рекрутинговых компаниях предоставляются и другие услуги вместе с подбором персонала: анализ рынка труда, обзоры заработных плат и т.д.

Во-вторых, подбор с помощью бирж фриланса: «Work-zilla», «Richmother», «fl.ru» и др.: с помощью сервисов удалённой работы можно в короткие сроки и без лишних денежных затрат найти подходящего сотрудника на сайте, посмотреть его резюме, опыт работы и т.д.

В-третьих, подбор с помощью метода анкетирования: составленная анкета высылается откликнувшимся на вакансию. Анкета выявляет основные компетенции соискателей, необходимые в работе, а также отсеивает неподходящих соискателей, которые не соответствуют базовым требованиям. [5, с. 41]

Одним из методов подбора удалённых сотрудников является тестовое задание после отклика на вакансию интернет-платформ по поиску работы. Оно должно включать вопросы по деятельности компании, по занимаемой должности, а также кейсы, которые позволят увидеть, как будет действовать сотрудник в нестандартной ситуации в процессе трудовой деятельности. Финальным этапом собеседования удалённых сотрудников может стать телефонный разговор или видеоконференция. Также нередки случаи, когда для организации не подойдут удалённые сотрудники. Например, когда руководитель считает, что удалённым сотрудникам не нужно предоставлять заработную плату в полном объеме по реализуемой функции или он ищет высококвалифицированный персонал с завышенными требованиями показателей эффективности работы, а также в случаях, когда организация не может предоставить компетентного руководителя с навыками работы в CRM-системе, которая будет направлять новых сотрудников. [6, с. 30]

Удалённый работник должен иметь перечень качеств, которые будут способствовать эффективной работе в онлайн-формате. В первую очередь, он должен быть самоорганизованным, усидчивым, обладать навыками тайм-менеджмента. Это позволит работать скоординированно, без потери времени линейного руководителя на контроль за планом выполнения работы. [4, с. 20] Также удалённый сотрудник должен иметь способность к самообучению, что позволит сократить время на разъяснение регламента, на разъяснение особенностей работы в технических системах и программах. Помимо этого, удалённый сотрудник должен быть уверенным пользователем ПК, поскольку работа напрямую связана с информационными технологиями и средствами. [2, стр. 21]

Таким образом, тема подбора удалённых сотрудников в настоящее время особенно актуальна. Многие квалифицированные специалисты в период пандемии столкнулись с трудностями в сфере занятости. Решением данной проблемы стала возможность удалённого трудоустройства по своей специальности. Подбор удалённых сотрудников имеет как преимущества, так и недостатки. Однако,

в сложившихся условиях, зачастую, данный вариант является оптимальным. В ближайшем будущем подбор удалённых сотрудников будет активно применяться на практике. Для совершенствования этого этапа можно выдвинуть на качественно новый уровень технические средства (со стороны организации), ужесточить меры по выявлению мошенничества в размещении вакансий (со стороны государства), ответственно подойти к этапу подбора и осознать ответственность выполнения работы за пределами офиса без потери качества трудовой функции (со стороны работника).

Список использованных источников

1. Джейсон Фрайд, Дэвид Хайнемайер Хенссон. Remote. Офис не обязателен. – Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 124 с.
2. Джефф Сمارт и Рэнди Стрит. Кто. Решите вашу проблему номер 1. – Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 21 с.
3. Добрянский Фёдор. Управление фрилансерами. Методы и практика организации удаленной работы. – Альпина Паблишер, 2009. – 36 с.
4. Карякин А.М. Управление персоналом. – Иван. гос. энер. ун-т. – Иваново, 2005. – 20 с.
5. Тудалецкая Евгения. Нет офиса – нет проблем. Как нанимать и контролировать удаленных сотрудников. – Эксмо, 2019. – 41 с.
6. Шароватов Юрий. Дистанционный менеджмент. Как управлять сотрудниками на удалёнке. – Альпина Паблишер, 2020. – 30 с.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ВУЗА: АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ

Гусева Е.А., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Комарова Е.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

С ростом конкуренции на рынке образования, увеличением и развитием платформ в сфере онлайн-образования, государственные университеты начинают создавать и обновлять средства повышения ключевых показателей как на российском рынке образования, так и среди образовательных учреждений высшего образования стран мирового сообщества.

Формирование маркетинговой стратегии является логичным шагом к систематизации и комплексному подходу к продвижению вуза на рынке образовательных услуг, который позволит расширить географию принимаемых студентов, развивать и обучать население страны и повысить имидж вуза на региональном, национальном и международном рынках.

Однако нередко стратегические цели учреждения высшего образования, остаются недостижимыми из-за несоответствия инструментария и подхода к выполнению задач. Маркетинговая стратегия, которая является одним из важных аспектов достижения целей, теряет актуальность и не учитывает изменения в среде, окружающей организацию.

Рассмотрим на примере Тверского государственного университета актуальность маркетинговой стратегии для бюджетного учреждения.

На сегодняшний день ТвГУ является лидером среди университетов Твери по численности студентов, количеству направлений подготовки, уровням и профилям образования.

ТвГУ – это 12 факультетов, 2 института, 82 кафедры; более 8 тысяч студентов (около 500 иностранных студентов); более 500 человек в профессорско-преподавательском составе, в том числе 98 докторов наук и профессоров, а также 400 кандидатов наук и доцентов; 154 профили подготовки разных уровней образования; более 20 зарубежных вузов-партнеров [2].

Маркетинговая стратегия является комплексом масштабных мероприятий, имеющих долгосрочный эффект, объединяющих все цели стратегий элементов маркетинга: продуктовой, сбытовой, ценовой и коммуникационной.

ТвГУ является федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением, поэтому получение более высокой прибыли не является целью маркетинговой стратегии. Ценовая политика формируется под контролем государства, а продуктовая – исходя из востребованности программ обучения на рынке труда. Сбытовая политика учитывает условия реальности и сочетает в себе офлайн и онлайн форматы обучения. Ключевым элементом являются коммуникации вуза.

Маркетинговая стратегия ТвГУ должна иметь упор на развитие коммуникационной политики вуза, учитывая группы, с которыми взаимодействует университет: абитуриенты, родители абитуриентов, преподаватели, выпускники, партнеры, организации-работодатели, государственные органы. Поэтому целесообразно применять стратегию дифференцированного маркетинга, позволяющую настроить работу комплекса маркетинга в соответствии с сегментами рынка образовательных услуг.

Миссия Тверского государственного университета – выступать генератором инновационного развития Верхневолжского региона. Поэтому целями маркетинговой стратегии являются: привлечение талантливых молодых людей на программы подготовки, повышение конкурентоспособности университета, укрепление имиджа вуза как инновационного центра.

В ходе исследования текущей маркетинговой деятельности ТвГУ, были выявлены следующие проблемы:

- отсутствует отдел маркетинга ТвГУ, который бы координировал деятельность всех направлений маркетинговой деятельности ТвГУ;
- не применяются инструменты цифрового маркетинга;
- новый фирменный стиль вуза не распространяется на факультеты;
- не развиваются профили вуза на сайтах по поиску и подбору образовательных программ (самый популярный сайт для поступающих <https://vuzopedia.ru/vuz> не имеет профиля университета в перечне, при поиске направлений выдаются сначала столичные вузы даже при выставлении геолокации, что оттесняет ТвГУ на нижние позиции);
- официальный сайт содержит все необходимые разделы, однако не является площадкой по продвижению профилей подготовки: навигация по сайту затруднена переходами по разделам, отсутствует информация о перспективности обучения, нет рекламных буклетов о направлениях и профилях вуза на сайте и обратной связи об обучении в вузе от выпускников;
- инфраструктура университета не соответствует желаемому статусу драйвера инноваций региона.

Перечисленные слабые стороны следует принять во внимание и на их основе поставить задачи, которые бы в соответствии с целями маркетинговой стратегии и миссии, помогали достичь поставленные цели ТвГУ:

- создать инновационную инфраструктуру;
- актуализировать программы подготовки и переподготовки кадров;
- расширить перечень дополнительных программ обучения;
- укрепить и обновить материально-техническую базу университета;
- внедрить инструменты цифрового маркетинга;
- укрепить взаимоотношения с региональной властью;
- развивать международное сотрудничество;
- быть партнером местного бизнес-сообщества;
- повысить конкурентоспособность вуза на национальном уровне;

- модернизировать электронную среду;
- разработать единую концепцию бренда ТвГУ и подразделений;
- стать центром разработки и внедрения инновационных проектов.

Таким образом, маркетинговая стратегия ТвГУ, направленная на расширение сотрудничества и партнерства, повышение имиджа и привлечение абитуриентов, а также создание благоприятной среды для развития студентов и преподавателей, должна способствовать достижению целей вуза, подтверждая курс на становление драйвером инноваций Верхневолжья.

Список использованных источников

1. Герасимов, Б. И. Маркетинг: учеб. пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. – 2-е изд. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. – 320 с. – ISBN 978-5-00091-619-3. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://znani-um.com/catalog/product/977930>

2. Отчет о результатах самообследования ФГБОУ ВО ТвГУ за 2019 год // Сведения об организации // Официальный сайт ТвГУ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.tversu.ru/sveden/files/Othet_o_samoobsledova-nii_20.04.2020\(1\).pdf](https://www.tversu.ru/sveden/files/Othet_o_samoobsledova-nii_20.04.2020(1).pdf)

АНАЛИТИКА BIG DATA В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Дельцов А.А., Королёв Я.М., бакалавриат, 1 курс

Научный руководитель: ст. преп. Васильева Е.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Большие данные (от англ. Big Data) – это многоплановое и многоуровневое понятие, основными характеристиками которого являются объем данных, скорость их генерации и доступности, разнообразие источников и типов данных, форм их хранения. В настоящее время Big Data рассматривается в основном как инструмент работы со структурированными и неструктурированными ёмкими данными, а также как инструмент извлечения знаний из этих данных (Data Mining) [1, с. 50].

Социальная сеть (от англ. social networks) – это интернет-площадка, позволяющая зарегистрированным на ней пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи. Контент на этой площадке создается непосредственно самими пользователями [2].

Самая популярная социальная сеть в мире – Facebook. При этом в России охват её аудитории в 2020 году составил 7%. Наиболее популярные социальные сети в России – YouTube и ВКонтакте. По данным Brand Analytics количество активных авторов в Facebook значительно ниже, чем в ВКонтакте [3].

По данным исследовательской компании Mediascope соцсеть ВКонтакте входит в топ-10 самых популярных ресурсов в России, занимая четвертое место. Около 50% аудитории Рунета посещает ВКонтакте ежедневно, а за месяц охват достигает 78%. В июне 2020 года количество пользователей ВКонтакте в России составило 73 млн, почти на 5% больше, чем годом ранее. Совокупная аудитория соцсети по всем странам – 97 млн человек [4].

В среднем пользователь проводит во ВКонтакте около 35 минут в сутки. В аудитории ВКонтакте, по данным Mediascope, с небольшим перевесом преобладают женщины – 54,9% пользователей. В разрезе возраста больше пользователей от 25 до 34 лет. Больше всего пользователей со средним доходом (39,6% от среднемесячной аудитории), на втором месте – с доходом выше среднего (31,8%) [4].

В период самоизоляции и карантина у пользователей вырос интерес к онлайн-сервисам для общения, получения новостей, обучения и развлечений. По сравнению со статистикой за прошлый год ежедневных звонков стало больше на 45%, а отправленных сообщений – на 17% [4].

Социальные сети собирают и хранят персональные данные пользователей. Перечень этих данных содержится в пользовательском соглашении, которое пользователь принимает при регистрации в социальной сети. Обобщённый перечень данных о пользователях можно представить следующим образом [5]:

✓ Регистрационные данные, вводимые пользователем при создании аккаунта: имя, фамилия, пол, возраст, место жительства, номер телефона, email, профессия, семейное положение, интересы, а также все изменения в профиле: смена работы, города, семейного статуса.

✓ Действия в сети: фотографии, подписи к ним и место, где они были сделаны, посты, лайки, хештеги, репосты, комментарии, просмотренные видео, просмотр других профилей, контент, который прочитан или удалён из ленты, сообщения; информация о покупках, переходах по ссылкам, времени нахождения в окне с вкладкой соцсети.

✓ Подписки и друзья: подписки на сообщества и история подписок, публикации в них; список друзей, история их добавления; исходящие и входящие контакты, в том числе из других соцсетей.

✓ Данные об устройстве входа: операционная система, модель телефона, браузер, IP-адрес, установленные приложения, уровень заряда батареи, движения мыши и сигналы с камеры, встроенной в приложение.

✓ Сеть и связь: мобильный оператор и провайдер, язык, часовой пояс, номер телефона, скорость связи, ближайшие пункты доступа к Wi-Fi.

✓ Файлы и программы: имена и типы файлов на устройстве, названия программ и приложений, контакты из адресной книги.

✓ Геоданные: местоположение и перемещения пользователя.

К основным технологиям, методам сбора и анализа больших данных относятся следующие [6]:

1) Data Mining – обучение ассоциативным правилам, классификация, кластерный и регрессионный анализ;

2) краудсорсинг – категоризация и обогащение данных народными силами, т.е. с добровольной помощью сторонних лиц;

3) смешение и интеграция разнородных данных, таких как, цифровая обработка сигналов и обработка естественного языка;

4) машинное обучение (Machine Learning), включая искусственные нейронные сети, сетевой анализ, методы оптимизации и генетические алгоритмы;

5) распознавание образов;

6) прогнозная аналитика;

7) имитационное моделирование; пространственный и статистический анализ;

8) визуализация аналитических данных – рисунки, графики, диаграммы, таблицы.

Специалисты измеряют объем собираемых и хранимых в сети данных зеттабайтами (10^{21} байт). По прогнозу IDC к 2025 году мировой объем цифровых данных, в том числе данных соцсетей, вырастет до 175 зеттабайт (в 2020 году 40 зеттабайт).

Социальные сети для компаний – это новый канал для взаимодействия с аудиторией. Этот канал лишен анонимности: пользователи имеют свои профили с заполненной информацией. Инструменты для малого и среднего бизнеса, позволяющие анализировать активность в социальных сетях, предлагаются, в частности, в формате сервиса по подписке. Информация собирается и анализируется на серверах сторонней компании, а бизнес-клиенту передаются уже готовые результаты. Крупные корпорации негативно относятся к тому, чтобы передавать свою информацию для обработки в сторонние сервисы. Подобный SaaS-подход (англ. Software-as-a-Service - программное обеспечение как услуга) противоречит политике конфиденциальности данных в больших компаниях [7].

Системы бизнес – аналитики (Business Intelligence, BI), реализующие технологии трансформации больших массивов данных в ценные для бизнеса знания, представлены на российском рынке аналитическими платформами фирм Qlik, Logirom, SAP, IBM, Oracle и др. Аналитика больших данных (Big Data Analytics, BDA), включающая аналитику данных социальных сетей, становится одной из самых актуальных и востребованных задач в большинстве отраслей современной экономики.

Список использованных источников

1. Маркова В. Д. Цифровая экономика: учебник / В.Д. Маркова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – С. 186.

2. Термин: Социальная сеть [Электронный ресурс]: promopult.ru. – URL: https://promopult.ru/library/Социальная_сеть (дата обращения 03.05.2021).

3. Самые популярные социальные сети в России в 2020 году [Электронный ресурс]: vc.ru. – URL: <https://vc.ru/marketing/106865-samye-populyarnye-socialnye-seti-v-rossii-v-2020-godu> (дата обращения 04.05.2021).

4. Аудитория 6 крупнейших соцсетей в России в 2020 году: изучаем инсайты [Электронный ресурс]: ppc.world. - <https://ppc.world/articles/auditoriya-shesti-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2020-godu-izuchaem-insayty/> (дата обращения 06.05.2021).

5. Что соцсети знают о нас и зачем им это [Электронный ресурс]: skillbox.ru. – URL: https://skillbox.ru/media/marketing/chto_sotsseti_znayut_o_nas_i_zachem_im_eto/ (дата обращения 04.05.2021).

6. Большие данные (Big Data). [Электронный ресурс]: Школа Больших Данных. – URL: <https://www.bigdataschool.ru/wiki/большие-данные-big-data> (дата обращения 07.05.2021).

7. Социальные сети и Big Data: как управлять репутацией компании и работать с отзывами клиентов [Электронный ресурс]: promdevelop.ru. – URL: <https://promdevelop.ru/business/sotsialnye-seti-big-data-kak-upravlyat-reputatsiej-kompanii-rabotat-s-otzyvami-klientov/> (дата обращения 04.05.2021).

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ООО «БМК-СЕВЕР»

Джлавян З.Д., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственный университет, Институт экономики и управления

Любая компания, желающая выжить в долгосрочной перспективе, должна заботиться об эффективной деятельности, которая определяется эффективностью персонала и как следствие его лояльностью. Лояльность персонала один из важнейших факторов, хотя и скрытых, влияющий на успешность любой организации. Лояльность персонала – это выражение чувства преданности, которое реализуется через позитивное отношение служащих к фирме-работодателю. [1]. Необходимость данного качества у сотрудников обусловлено тем, что это качество является условием формирования у них высокой профессиональной мотивации, которая отражается на всех сторонах деятельности организации.

Целью проведенного исследования – оценить уровень лояльности персонала организации. Объект исследования – сотрудники ООО «БМК – Север» (г. Тверь). Основным видом деятельности ООО «БМК-Север» является оптовая торговля пищевыми продуктами, напитками в розничные сети магазинов. Исследование является выборочным, опрошено 25 сотрудников среди различных должностей. Срок проведения – февраль 2021 года. Метод исследования – опросник Лимана Портера, который представляет собой серию утверждений, отражающих возможное отношение человека к компании или организации, в которой он работает. Сотрудникам нужно было указать степень согласия или несогласия с каждым утверждением, выбрав по семибалльной шкале один вариант ответа.

По результатам данного исследования средний балл опросника составил 4,3 балла (максимальный балл = 7), что говорит о достаточно высокой степени приверженности сотрудников. (таблица 1). В целом, персонал лоялен своей организации, его устраивает практически все, например, такой сотрудник готов жертвовать собственными интересами.

Максимальный балл по бланку среди опрошенных составил 5.2, а минимальный – 3.9, что говорит о небольшом разбросе показателей. Исходя из этого, можно сделать вывод, что разница в степени приверженности организации между различными категориями работников крайне незначительна. Но нужно учитывать, что данные опросы, возможно, не смогут полностью раскрыть ситуацию в организации, так как не полностью учитывают специфику ее деятельности и отношений в коллективе. Важно не только оценить, лоялен ли в целом персонал организации, но и какие именно подразделения наиболее и наименее лояльны, в чем причины, какие факторы снижают лояльность и пр.

Все это говорит о том, что компания достигла уже не один уровень лояльности. Во-первых, это формальный уровень, который подразумевает ношение фирменной одежды, использования фирменных пепельниц, чашек или канцелярии. На данном уровне тяжело говорить о полном доверии предприятию, однако уже существует большая вероятность того, что многие сотрудники, благодаря

этому ощущают себя ее частью. Во-вторых, организация достигла лояльность на уровне поведения, которая подразумевает выполнение правил и соблюдение норм.

Таблица 1

Результаты опросника Лимана Портера

Утверждение	Средний балл
Я готов работать сверхурочно на благо организации.	3
Я рассказываю моим друзьям о том, как хорошо работать в организации.	4
Я не сильно предан организации.	1
Я согласен почти на любую работу для того, чтобы остаться в организации.	2
Я нахожу, что мои ценности и ценности организации очень схожи.	6
Я горжусь тем, что могу сказать: «Я – часть организации».	4
Аналогичную работу я могу выполнять в другой организации не хуже, чем в этой.	5
Ради организации я готов повышать производительность своего труда.	3
Даже незначительного уменьшения моей заработной платы было бы достаточно для ухода из организации.	4
Я рад, что выбрал именно эту организацию из тех, которые рассматривал при устройстве на работу.	6
Преданность организации вряд ли сулит много выгод.	7
Часто мне трудно согласиться с политикой организации в отношении ее сотрудников.	2
Я действительно забочусь о судьбе организации.	4
Для меня это лучшая из всех организаций, в которых я работал.	3
Решение о работе в организации было ошибкой с моей стороны.	4

Для наиболее высокой эффективности работы персонала следует повысить уровень лояльности посредством некоторых мероприятий. В качестве предложения здесь выступает организация совместного отдыха сотрудников. Так как такой тип мероприятий предполагает неформальное, дружеское общение. К примеру, ежегодно проводить спортивное соревнование по волейболу, где победители получают призы, которые приобретает организация. Необходимо, чтобы в результате этих мероприятий возросло доверие между руководителями и работниками. А также, чтобы создавались и поддерживались традиции организации.

Подводя итог, стоит отметить, что лояльность персонала – это ключ к успеху любой фирмы. Поэтому крайне важно помнить, что, уделив этому вопросу должное внимание, можно создать высокопрофессиональный коллектив, который сможет решить любую задачу и достигнуть нужных целей для блага своей компании.

Список использованных источников

1. Василенко, С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом / С. В. Василенко. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012.

2. Официальный сайт ООО «БМК-Север» [Электронный ресурс]: – URL: <http://-www.bmk-td.ru/company/> (дата обращения 21.04.2021)

РОЛЬ КСО В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИМЕРЕ КОНАКОВСКОЙ ГРЭС

Долгих А.С., бакалавриат, 2 курс

Научный руководитель: ст. преп. Андреева А.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В современном мире растёт количество социальных проблем, безработица, падение уровня жизни, загрязнение окружающей среды. Поэтому в современном бизнесе всё больше и больше распространяется понятие корпоративная социальная ответственность.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, при помощи которой организация не только получает прибыль от деятельности, но и помогает решать социальные проблемы, а также берёт на себя ответственность за влияние этой деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны, а также на окружающую среду.

Помимо этого, корпоративная социальная ответственность способствует повышению результативности и устойчивости бизнеса, усиливает репутацию и бренд организации, компании получают доступ к социально-ответственным инвестициям. Программа корпоративной социальной ответственности может быть направлена на рекрутинг и сохранение персонала. Многих соискателей интересует во время собеседования политика организации в области корпоративной социальной ответственности, таким образом, наличие комплексной политики может стать конкурентным преимуществом. Кроме того, корпоративная социальная ответственность может помочь улучшить восприятие компании среди её персонала, в особенности, когда персонал может участвовать через систему выплаты зарплаты, деятельности по привлечению средств или социальной работы в местном сообществе. Данное направление может объединять коллектив и повысить их эффективность работы. Ведь у работников будет цель не просто выполнять свою работу за зарплату, а осознание того, что они могут помочь тем, кто действительно нуждается в этом, сделать что-то хорошее для себя и для других.

Таким образом, можно сказать, что корпоративная социальная ответственность даёт работникам мотивацию выполнять свою работу наиболее качественно, чем при обычном функционировании предприятия. На данный момент большинство крупных организаций начинают заниматься социальной помощью. К данной категории можно отнести международное предприятие Enel [5].

Enel – это итальянская компания, одна из крупнейших энергокомпаний в мире, чьи основные активы находятся в Европе, а также в Северной и Южной Америке. ПАО «Энел Россия» является генерирующей компанией и ключевым активом Группы Enel в России. Они обеспечивают электро- и тепло снабжение промышленных предприятий и бытовых потребителей в регионах присутствия

компании. Enel Россия представлена в пяти регионах: Тверская область – Конаковская ГРЭС, Ставропольский край – Невинномысская ГРЭС. В Италии ценится дружба и общение, а также семейные ценности, которые разделяет и компания Конаково ГРЭС, расположенная в г. Конаково Тверской области [1].

Конаковская ГРЭС расположена на берегу реки Волги (город Конаково Тверской области) и является одним из крупнейших поставщиков электроэнергии и тепла в регионе. Основным топливом является природный газ, резервным – мазут. Конаковская ГРЭС входит в Единую энергосистему России, являясь дочерним акционерным обществом ПАО «АЭС России» [1].

Данная компания большое внимание уделяется вопросам экологии, охраны окружающей среды, повышения уровня доступности общественных мест и городской территории лицам с ограниченными возможностями здоровья, развитию навыков социального предпринимательства, бережному отношению к ресурсам, а также уделяет внимание безопасности своих сотрудников.

Сотрудники Enel Россия играют важную роль в добровольных социальных проектах по сбору средств и вещей для детских домов, специализированных благотворительных организаций, нуждающихся в помощи людей. В школах и иных учебных заведениях сотрудники компании проводят тематические уроки, делятся опытом, учат детей заботиться об окружающей среде и экологии родного города. Некоторые из этих акций были проведены в необычных форматах для сплочения коллектива.

Для начала рассмотрим экологические аспекты, которым Конаковская ГРЭС уделяет внимание. В начале июня отмечается всемирный день «Охрана окружающей среды», Конаковская ГРЭС приурочило проведение недели экологии, организовав различные мероприятия. Одним из таких мероприятий является «Вторая жизнь отходам». В частности, из деревянных поддонов, бывших в употреблении, изготовили скамейки, которые были установлены сотрудниками вдоль пешеходных дорожек, ведущих к ГРЭС. Также Конаковская ГРЭС проводит традиционную весеннюю уборку в парке Карачарово, который является особо охраняемой природной территорией [2].

Конаковская ГРЭС совместно с загородной базой отдыха «Долина Иволга» регулярно проводят экологическую акцию по уборке территории в формате стратегической командной игры – эко-игра «Территория чистоты», в лесной зоне базы отдыха «Долина Иволга», расположенная в Тверской области. Цель проведения игры заключается в объединении участников в одну команду, чтобы отправиться на уборку территории. За каждый собранный мешок мусора команда получала баллы, по результатам команда победителей получала грамоты и приз. Данное мероприятие объединило сотрудников станции, обучающихся Конаковского энергетического колледжа, участников детской спортивной школы «Олимп», а также членов молодежного актива города Конаково. За время проведения игры ее участники собрали 69 мешков бытовых отходов, накопившихся в лесу за прошедший год. Таким нестандартным интересным методом, была проведена экологическая акция, а также сплочение коллектива Конаковской ГРЭС [1].

Схожие цели преследовало мероприятие «Добрые крышечки», участниками которого стали сотрудники предприятия и ученики школы №7 в Конаково, которые совместными усилиями собрали пластик и отправили на переработку, а вырученные деньги были отправлены на помощь нуждающимся [6].

На самом предприятии осенью 2020 года, был запущен проект «Ноль отходов». Чтобы привлечь внимание сотрудников к отдельному сбору мусора была проведена специальная акция, где был собран пластик. Весь пластик отправили на переработку на Тверской завод по производству вторичных полимеров, где после переработки были произведены каски для сотрудников Конаковская ГРЭС, чтобы обеспечить их безопасность в дальнейшей работе.

Конаковская ГРЭС проводит ежегодное мероприятие «Открытая станция» [3], в рамках которой все желающие могут посетить электростанцию, её цеха, а также посмотреть процесс производства электроэнергии. На данном мероприятии проводится благотворительный аукцион в пользу Конаковского общества инвалидов. В качестве волонтеров привлекаются обучающиеся Конаковского энергетического колледжа, которые помогают всем участникам сориентироваться на площадке, информируя о проводимых мероприятиях.

В рамках оказания социальной помощи в 2013 г. Конаковская ГРЭС подарила всем школам города современные интерактивные доски, в рамках благотворительного проекта [4]. Благодаря этой акции была доказана дружба коллектива предприятия с сотрудниками учебных заведений, где могут учиться их будущие коллеги, а также их дети.

В связи с пандемией, которая очень сильно повлияла на весь мир, возникло множество проблем, люди и страны стали отдаляться друг от друга. Однако, одним из ключевых аспектов философии Группы Enel является философия «Открытая энергия», открытость всем новым технологиям, идеям, людям и странам. Данная философия декларирует, что нет ограничений нашим мыслям и чувствам, которые всё так же открыты для других. Многие объекты группы Enel по всему миру зажглись цветами итальянского флага, чтобы поддержать Италию в трудные времена борьбы с пандемией, в том числе Конаковская ГРЭС присоединилась к этой акции и подсветила трубы цветами итальянского флага, а здание электростанции – российского. Это стало доказательством поддержки и, самое главное, дружбы двух стран, которые даже в пандемию остались близки друг к другу [1].

Таким образом, мы рассмотрели, как крупная электроэнергетическая компания проявляет корпоративную социальную ответственность как перед своим персоналом, так и перед обществом. Главным направлением является охрана окружающей среды, которой уделяется больше всего внимания, а также благотворительные мероприятия, например, помощь инвалидам и образовательным учреждениям. Помимо этого, компания также заботится о своих сотрудниках, уделяя внимание безопасности сотрудников и их семей, их сплочённости в различных ситуациях и разными способами. Это доказывает, что хоть в современном мире возросли социальные проблемы, однако находятся те, кому они не безразличны. Самыми безразличными стали крупные предприятия, которые не

только сами начинают помогать, но и привлекать других людей, чтобы помочь всем тем, кто нуждается в помощи. В тоже время КСО непосредственно влияет на работу, сплочённость и мотивацию персонала на предприятии.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Конаково ГРЭС [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://www.enelrussia.ru/ru/about-us/konakovskaya-gres.html>

2. Новости Конаковской ГРЭС [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://konakovograd.ru/glavnoe/direktor-konakovskoj-gres-podvel-itogi-uhodyashhego-goda>.

3. Благотворительность в зеркале сми [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rykovodstvo.ru/exspl/58711/index.html>.

4. Конаковский регион [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.konakovoregion.ru/node/2467>.

5. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studref.com/469124/marketing/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost.

6. Тверские новости [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://tver-news.ru/news/242383>.

АНАЛИЗ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ИХ УВЕЛИЧЕНИЯ

Ермакова А.А., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Романюк А.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Систематическое получение дохода является необходимой и важной целью предпринимательской деятельности предприятия. Для определения источников получения доходов вся деятельность предприятия разделяется на:

- основную или операционную деятельность (производство и реализация продукции, работ и услуг предприятия);
- финансовую деятельность (получение кредитов и выдача их другим предприятиям; участие предприятия в деятельности других компаний; операции предприятия на финансовых рынках, курсовые разницы и др.);
- чрезвычайные статьи (операции, не являющиеся характерными для деятельности предприятия) [1].

В части основной деятельности наиболее важной и доминирующей проблемой для предприятия является максимизация дохода, что означает разработку стратегии на систематическое увеличение дохода и минимизацию издержек.

Знание уровня, структуры и динамики затрат является обязательным для производителя для оптимальной деятельности и получения доходов. Себестоимость продукции – это выражение в деньгах факторов производства, израсходованных на изготовление и реализацию товара [2].

В целях формирования доходов и их роста важно проводить анализ затрат, в целях поиска путей их сокращения. Затраты используются для лучшего изменения конечного результата, то есть для увеличения оборота и увеличения доходов.

Изучение и оценка затрат позволяет более точно оценить уровень дохода и показатели рентабельности, достигнутые предприятием.

Также анализ затрат учитывает альтернативные издержки в процессе принятия решений. Альтернативные издержки – это альтернативные выгоды, которые могли бы быть реализованы при выборе одной альтернативы вместо другой.

Поскольку снижение затрат – важный и часто основной источник роста доходов, то в ходе их формирования предприятия решаются следующие задачи:

- 1) определяются возможности экономии затрат;
- 2) определяются направления деятельности, которые требуют меньших затрат, а соответственно являются наиболее рентабельными;
- 3) определяется структура затрат;
- 4) определяется стратегия дальнейшего развития предприятия с учетом концепции точки безубыточности.

Для выявления источников роста дохода рассчитывается себестоимость полностью партии товаров, а затем делится на количество единиц в партии. Себестоимость продукции является основным критерием для обоснования решений предпринимателей относительно освоения производства новых продуктов.

Себестоимость продукции также является эталонным показателем уровня экономической эффективности. Отслеживание фактического уровня издержек

производства дает экономическим агентам возможность узнать объем потребляемых факторов производства и эффективность этих расходов по сравнению с нормами ожидаемых затрат или с уровнем потребления конкурирующих компаний.

Вместе с тем доход на предприятии зависит не только от реализации продукции, но и от других видов деятельности, которые ее либо увеличивают, либо уменьшают.

Инвестиционные операции – операции, связанные с вложением денежных средств в реализацию проектов, которые будут обеспечивать получение фирмой выгод в течение периода, превышающего один год [3]. С точки зрения получаемой по привлекаемым средствам отдачи для инвестора инвестиции могут разделяться на:

1) Субсидии, гранты, дотации от государства, которыми обеспечиваются предприятиями приоритетных направлений в экономике. Это наиболее предпочтительные инвестиции для развития.

2) Денежные средства с фиксированной суммой процента, которые состоят из кредитов (банков, государства, предприятий, других коммерческих и некоммерческих структур), облигаций (акционерных обществ и государства), привилегированных акций (акционерных обществ открытого типа).

Самая популярная форма привлечения заемного капитала – это банковский кредит. В данном случае компания обращается в кредитное учреждение, вносит залог и обязуется погашать не только основное «тело» кредита, но и проценты. Наиболее выгодной формой государственного финансирования из всех можно считать грант.

Для формирования высокой финансовой устойчивости необходимо использовать рационально именно собственный капитал, инвестировать его в прибыльные виды бизнеса, которые принесут дополнительный доход. Следовательно, собственный капитал, это важный постоянный источник финансирования любой организации [4].

Но трудность состоит в том, что собственные средства достаточно ограничены в силу своих организационных и юридических сложностей. Поэтому заемный капитал также является важным источником финансирования деятельности коммерческих организаций. Часто это единственный доступный способ привлечения капитала, необходимого для начала работы предприятия и получения дохода [5].

Таким образом, источниками формирования дохода является прибыль, получаемая в рамках текущей, финансовой и инвестиционной деятельности.

Список использованных источников

1. Кузьмина Е.Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2019. С. 141.

2. Савчук В.П. Управление прибылью и бюджетирование: учебное пособие. М.: Лаборатория знаний, 2020. С. 210.

3. Казакова Н.А. Анализ финансовой отчетности. Консолидированный бизнес: учебник. М.: Издательство Юрайт, 2020. С. 142.

4. Губина О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: практикум. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. С. 54.

5. Бем-Баверк О. Капитал и прибыль. Т. 2. Позитивная теория капитала. Т. 3. Экскурсы: монография. М.: Социум, 2020. С. 501.

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ УНИВЕРСИТЕТА

Калинцева А.Д., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. псих. н., доцент Чегринцова С.В.

Тверской государственный университет, Институт экономики и управления

Реализация целей и задач в области управления персоналом любой организации осуществляется посредством кадровой политики. Кадровая политика – это основное направление по работе с персоналом, набор главных принципов, которые применяются кадровой службой. Можно сказать, что кадровая политика является стратегическим планом в работе с кадрами.

Не секрет, что ценнейший ресурс любой компании – это ее персонал. Чтобы сформировать сильную команду необходимо стараться привлекать наиболее способных, талантливых и перспективных специалистов. Термин «кадровая политика» в научной литературе трактуется в широком и узком смысле:

– в широком понимании это система осознанных, сформулированных и скрепленных определенным образом норм и правил, с помощью которых трудовой ресурс компании приводится в соответствие с долгосрочной стратегией организации;

– в узком понимании это набор определенных правил, норм, ограничений (зачастую неосознаваемых), которые реализуются в процессе межличностных взаимоотношений сотрудников, а также во взаимоотношениях «сотрудник-организация» в целом.

Если же говорить конкретно о кадровой политике университета, то под ней понимают систему мер, которые направлены на решение вопросов, связанных с функционированием вуза и его структурных подразделений. Сущность кадровой политики университета состоит в том, что она является одним из важнейших элементов системы управления в целом, то есть такого набора компонентов, которые взаимосвязаны друг с другом и включают в себя отбор кандидатов на вакантные должности, оценку работников, адаптацию новых сотрудников, обучение работников, их продвижение в организации, оплату труда, организацию работы и грамотного управления, социальную активность сотрудников и их социальное обеспечение. Важно адаптировать кадровую политику к сложившейся системе управления, так как они всегда тесно связаны.

Кадровая политика вуза приводит кадровый потенциал в соответствие с целями, задачами и стратегией развития университета в целом, так как все происходящие процессы требуют специального обеспечения кадрами. Служба по управлению персоналом призвана предоставить кадровый ресурс в том количестве и качестве, который необходим для нормальной работы данной организации. Именно поэтому основная цель кадровой политики состоит в обеспечении оптимального баланса количественного и качественного состава кадров, а также процессов их обновления и сохранения в соответствии с потребностями самого университета и состоянием рынка труда, не нарушая требования российского законодательства.

Таким образом, основными целями кадровой политики являются:

- 1) сохранение и развитие кадрового потенциала организации;
- 2) формирование высокоэффективного трудового коллектива;
- 3) создание для персонала благоприятных условий труда;
- 4) выработка позиций организации по основным направлениям кадровой работы.

Как всем известно, лицо любой компании – это персонал. Так и имидж любого высшего учебного заведения зависит не от его месторасположения, материально-технического оснащения, а от наличия в университете высококвалифицированного научно-педагогического состава. Именно преподаватели и уровень их остепененности являются лицом вуза.

Ведущие университеты нашей страны (МГУ, НИУ ВШЭ, СпбГУ, МГИМО, РУДН и др.) понимают важность работы с персоналом, поэтому уделяют огромное внимание разработке и реализации кадровой политики. Например, научно-исследовательский университет «Высшая школа экономики» постоянно корректирует направления работы с кадрами в соответствии с изменяющимися условиями внешней и внутренней среды с учетом результатов кадровой работы за предыдущий период. Вследствие этого основными целями кадровой политики НИУ ВШЭ на ближайший год стали: повышение качества отбора преподавателей и сотрудников, обеспечение более эффективного контракта с преподавателями, а также интеграция в международное академическое сообщество. Именно такая работа с кадрами позволяет Высшей школе экономике называться ведущим университетом России [1].

Другим примером является Тверской государственный университет – один из ведущих вузов Тверского региона, в котором обучается более 30% всего студенчества области. ТвГУ характеризуется высоким научно-педагогическим потенциалом. В составе университета осуществляют преподавательскую деятельность и проводят исследования свыше 80 докторов и 300 кандидатов наук. По состоянию на 01.12.2020 года штатная численность профессорско-преподавательского состава ТвГУ – 501 человек [2].

К сожалению, у крупнейшего в регионе научно-образовательного и культурного комплекса отсутствует четкое понимание кадровой политики. Безусловно, кадровая работа ведется, но у нее нет конкретной цели, необходимого инструментария, но есть огромное количество проблем в области управления персоналом:

- отсутствие кадрового резерва;
- средний возраст преподавателей превышает 50 лет;
- отсутствие программ развития преподавателей;
- невысокий уровень материально-технического оснащения;
- проблемы в области оплаты труда и стимулирования;
- социально-бытовые условия труда, несоответствующие нормам и ожиданиям работников;
- несовершенство системы поощрений за научные работы и проекты;
- отсутствие системы адаптации молодых специалистов и т.д.

Устранить все вышеперечисленные проблемы можно только при помощи грамотно разработанной кадровой политики, которая должна отвечать целям и задачам деятельности университета в целом. В первую очередь, при формировании кадровой политики необходимо проверить ее соответствие стратегии университета, а также традициям в работе с персоналом, знакомым и принятым коллективом. Во-вторых, необходимо учитывать социально-психологический климат, потенциальные возможности коллектива и изменения внешней среды. В связи с этим возникает необходимость проведения социологических исследований для изучения реакции коллектива на выбранную кадровую политику.

Подводя итоги вышесказанному, можно смело утверждать, что успех деятельности университета, и не только, зависит от правильно выбранной и грамотно разработанной кадровой политики. Конечно, это очень сложная работа, которая потребует немалых усилий со стороны менеджеров по персоналу, но результат будет того стоить. Поэтому руководство, которое понимает насколько важно уделять должное внимание персоналу, добьется больших успехов в деятельности, чем руководство, считающее, что организация – механизм, а сотрудники – его винтики.

Список использованных источников

1. Кадровая политика университета: основные направления [Электронный ресурс]: Академическое развитие – URL: <https://academics.hse.ru/> (дата обращения 05.04.20)
2. Тверской государственный университет [Электронный ресурс]: Основные сведения – URL: <https://www.tversu.ru/> (дата обращения 05.04.20)

УДАЛЁННАЯ РАБОТА КАК НОВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА

Константинова А.Р., Бовтик В.А., бакалавриат, 2 курс

Научный руководитель: к. псих. н., доцент Чегринцова С.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В Российской Федерации в последнее время уделяют большое внимание развитию информационных технологий. На сегодняшний день уровень развития современных информационных технологий способствует развитию возможностей дистанционного исполнения трудовых обязанностей, которые позволяют перевести большую часть сотрудников организации на удаленные формы работы. В 2020 году работодатели вынуждены были своевременно среагировать на сложную ситуацию в стране в связи с распространением COVID-19, когда российским компаниям пришлось перевести сотрудников на удаленную работу.

В связи с распространением коронавирусной инфекции появилась острая необходимость в принятии законодательных актов, детализирующих порядок перевода сотрудников на удаленную работу. С 1 января 2021 года в РФ вступил в силу Федеральный закон. Поправки, вносимые в главу 49.1 ТК РФ дополняют уже существующие положения о дистанционной работе. Согласно ст. 312 п.1 ТК РФ под удаленной работой понимается выполнение определенной трудовым договором трудовой функции вне места нахождения работодателя. Отличительными особенностями удаленной работы является то, что исполнение должностных обязанностей осуществляется за пределами места нахождения работодателя. Также выполнение трудовых функций вне организации невозможно без использования информационно-телекоммуникационных сетей, в число которых входит «Интернет» [1].

Законодательно закреплена две формы удаленной работы – временная и постоянная. Постоянная форма характеризуется тем, что сотрудник работает удаленно в течение всего срока действия трудового договора. Временная удаленная работа отличается тем, что ее продолжительность определяется записью о сроках работы на временном удаленном режиме в договоре или дополнительном соглашении к трудовому договору. Также предусматривается периодическая дистанционная работа, которая предполагает чередование удаленной работы и работы на стационарном рабочем месте. Однако перевод сотрудника на удаленную работу может осуществляться только с его согласия, а в принудительном порядке может только в ряде случаев, предусмотренных дополненной статьей 312.9 [1].

Также работодатель должен предоставлять удаленному работнику все необходимые средства труда. В случае если работник использует с согласия работодателя свои средства труда, то закон предусматривает денежную компенсацию работнику за приобретение, использование собственных средств труда (в соответствии со ст. 312 п. 6 ТК РФ) [1].

Для того, чтобы обеспечить удаленных работников гарантией на полную заработную плату, было законодательно закреплено положение, согласно которому работодатель не может снижать оплату труда сотрудников, выполняющих свои должностные обязанности дистанционно в полном объеме.

В 2020 году пандемия коронавируса вынудила перейти на дистанционный формат работы 54% российских компаний согласно исследованию, проведенным Ассоциацией электронных коммуникаций совместно с НИУ ВШЭ и Microsoft в России, причем 47% опрошенных считают, что удаленная работа станет одним из общепринятых форматов занятости [2].

В апреле 2020 года служба hh.ru провела исследование, в котором опросила более 700 работающих соискателей, в их числе 162 руководителя. В результате исследования выяснилось, что обе группы опрошенных в целом положительно отнеслись к новому опыту (более половины опрошенных считают, что эффективность работы стала выше – по 55% опрошенных). 58% руководителей считают, что их сотрудники стали более ответственными, однако сами сотрудники отмечают, что только 21% работников стали ответственнее. 58% респондентов не планируют переходить на удаленную работу на постоянной основе. Лишь 8% опрошенных планируют остаться работать в дистанционном формате. [3].

Работая удаленно, возникает множество отвлекающих факторов. Причиной этому может быть отсутствие психологического поля, то есть совокупности сил, действующих на человека изнутри или извне и побуждающих его в данной социальной ситуации вести себя определенным образом [4, с. 289]. Рабочее психологическое поле запускает соответствующий необходимый сотруднику рабочий настрой, которого нет при удаленной работе, когда работник находится в нерабочей обстановке.

Также необходим определенный уровень активации нервной системы для того, чтобы чувствовать себя готовым к работе. Если он низкий, то его восполнение происходит посредством сильных побудителей, которые вызывают определенное действие или реакцию, то есть за счет стимулов и впечатлений. Без подобного рода стимулов у работников с низким уровнем активации нервной системы будет возникать состояние апатии, соответственно будет снижаться активность сотрудника [5].

У многих сотрудников, работающих удаленно, стираются границы личного и рабочего времени, нет четкого расписания и окончания рабочего дня. В связи с этим сотрудник теряет много времени, что вызывает страх не успеть в срок выполнить всю необходимую работу. Это может привести к стрессовому состоянию, высокому уровню напряженности, снижению работоспособности и утрате интереса к своей работе.

Для того, чтобы решить указанные психологические трудности следует создать в условиях удаленной работы рабочее место, приближенное к офисному, психологи настоятельно рекомендуют разграничивать пространство дома. Важным фактором также является организация своего рабочего дня, его необходимо распланировать таким образом, чтобы он был максимально приближен к распорядку дня в офисе. Чтобы избежать возникновения переработок, которое явля-

ется следствием стертых границ личного и рабочего времени – необходимо разработать нормы общения в рабочее время, то есть установить дни и время, когда сотрудники не отвечают на звонки, не решают рабочие вопросы и не мониторят общий рабочий чат. Чтобы поддерживать вовлеченность сотрудников, работающих удаленно, в рабочий процесс и эффективную работу, следует организовывать видеоконференции. Они позволят не только контролировать процесс работы сотрудников, но и восполнять недостаток стимулов.

Таким образом, закон вносит поправки в главу 49.1 Трудового кодекса РФ "Особенности регулирования труда дистанционных работников". Все это создает основательную базу для развития перспектив удаленной работы.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 08.12.2020 N 407-ФЗ "О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части регулирования дистанционной (удаленной) работы и временного перевода работника на дистанционную (удаленную) работу по инициативе работодателя в исключительных случаях" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/-66245.html/>

2. Эксперты выяснили, сколько российских компаний перешли на удаленку/ РИА НОВОСТИ, 18.08.2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20200818/1575920589.html> (Дата обращения: 12.03.2021)

3. Перспективы «вечной» удалёнки после изоляции: результаты опроса/ статья/ НН.ru, 24.04.2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tver.hh.ru/article/26656>

4. Немов Р.С. Психологический словарь / Р.С. Немов. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – с. 289.

5. Борисов Р Психологические трудности удаленной работы // Психологи на b17.ru, 08.04.2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.b17.ru/article/277031/> (Дата обращения: 14.03.2021).

ИЗМЕНЕНИЯ В УЧЕТЕ ЗАПАСОВ В 2021 ГОДУ

Костанян А.А., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Ястребова Е.Н.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Аннотация: в данной статье анализируются изменения в учете запасов в 2021 году. С 2021 года материалы, товары, готовую продукцию, незавершенное производство учитываются по новым правилам.

Ключевые слова: запасы, продукция, бухгалтерский учет, производство, продажи, стоимость, себестоимость, затраты.

Учет запасов с 2021 года: новые правила. С 2021 года материалы, товары, готовую продукцию, незавершенное производство учитываются по новым правилам. Минфин утвердил федеральный стандарт бухгалтерского учета - ФСБУ 5/2019 «Запасы». Давайте рассмотрим кто должен применять ФСБУ 5/2019 и какие запасы подпадают под действие нового стандарта.

Новые правила учета запасов с 2021 года. В ФСБУ 5/2019 «Запасы» утвержден приказом Минфина от 15.11.2019 № 180н, который опубликовали 26 марта 2020 года. Он применяется с отчетности за 2021 год или досрочно по желанию организации. Уже стало очевидно, что учет запасов с 2021 года надо вести по новому российским организациям, которые:

- ✓ не отнесены к бюджетным;
- ✓ не освобождены от формирования бухгалтерской информации обычным или упрощенным способом;
- ✓ не считаются микропредприятиями, наделенными правом вести учетную работу по упрощенной процедуре.

Изменения, которые произошли в 2021 году рассмотрим в таблице 1.

Таблица 1

Изменения в учете запасов.

Какие правила действуют по ПБУ 5/01	Изменения по ФСБУ 5/2019 «Запасы»
К запасам относят (п. 2 ПБУ 5/01): <ul style="list-style-type: none">➤ сырье, материалы;➤ активы для продажи, в том числе товары и готовую продукцию;➤ активы для управленческих нужд Имущество, стоимость которого равна или меньше 40 000 руб., организация вправе учитывать: <ul style="list-style-type: none">➤ в составе основных средств;➤ составе материально-производственных запасов (МПЗ);➤ Организация это прописывает в учетной политике. МПЗ учитывают по фактической себестоимости. Различается состав затрат, которые включают или не включают в фактическую	Уточнили, что к запасам также относятся незавершенное производство, недвижимость и объекты интеллектуальной собственности, предназначенные для продажи (п. 3 ФСБУ 5/2019) Стоимостных ограничений нет Запасы признают по себестоимости. Отличается состав расходов, которые включают и не включают в себестоимость по ФСБУ и ПБУ 5/01. По-новому ФСБУ в себестоимость приобретаемых (создаваемых) запасов не включают: <ul style="list-style-type: none">➤ возмещаемые косвенные налоги;➤ потери от стихийных бедствий, пожаров, аварий и других чрезвычайных ситуаций;

себестоимость. Например, не включают в стоимость МПЗ:

- общехозяйственные и иные аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением МПЗ;
- НДС и иные возмещаемые налоги;
- МПЗ, полученные безвозмездно, оцениваются по рыночной стоимости (п. 9 ПБУ 5/01);
- МПЗ, оставшиеся от выбытия основных средств или другого имущества, оценивают по рыночной стоимости (п. 9 ПБУ 5/01);
- Резерв под обесценение МПЗ создают, но только в конце года и в результате сравнения фактической стоимости с рыночной (п. 25 ПБУ 5/01);
- ПБУ 5/01 не применяют к незавершенному производству (п. 4 ПБУ 5/01);
- ПБУ 5/01 не применяют к незавершенному производству (п. 4 ПБУ 5/01);
- ПБУ 5/01 не применяют к незавершенному производству (п. 4 ПБУ 5/01).

В отчетности надо раскрывать как минимум информацию о способах оценки и последствиях их изменений, стоимости МПЗ в залоге, резервах под снижение стоимости МПЗ (п. 27 ПБУ 5/01).

- управленческие расходы (кроме случаев, когда они связаны с приобретением запасов);
- расходы на хранение запасов (кроме случаев, когда хранение - это часть подготовки к потреблению или связано с приобретением).

Об этом - в пунктах 12 и 18 ФСБУ 5/2019.

При частичной или полной оплате неденежными средствами запасы оцениваются по справедливой стоимости (п. 14 ФСБУ 5/2019). Справедливую стоимость считайте по правилам МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» (утв. приказом Минфина от 28.12.2015 № 217н).

Запасы, которые компания получила в результате демонтажа или ремонта, оценивайте по наименьшей из двух величин: стоимость аналогичных запасов или стоимость демонтируемого актива плюс расходы на извлечение этих запасов (п. 16 ФСБУ 5/2019). Если компания составляет промежуточную отчетность, то такие организации будут чаще проводить проверку на обесценение и делать это по другим правилам.

Каждый отчетный период запасы нужно переоценивать по наименьшей стоимости: фактической или чистой стоимости продажи (п. 28 ФСБУ 5/2019). Под чистой стоимостью продажи понимается предполагаемая цена продажи за вычетом предполагаемых затрат на производство и продажу (п. 29 ФСБУ 5/2019). Превышение фактической стоимости над чистой образует резерв под обесценение.

В фактическую себестоимость незавершенного производства и готовой продукции входят затраты на производство продукции, работ и услуг:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие затраты.

В фактическую себестоимость незавершенного производства и готовой продукции не входят.

В фактическую себестоимость незавершенного производства и готовой продукции не входят: траты, связанные с ненадлежащей организацией производства (например, сверхнормативный расход сырья, материалов, энергии, труда, потери от простоев, брака,

	<p>нарушений трудовой и технологической дисциплины);</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ затраты, связанные с авариями и другими чрезвычайными ситуациями; ➤ обесценение других активов независимо от того, использовали ли их в производстве запасов; ➤ управленческие расходы; ➤ расходы на хранение запасов (кроме случаев, когда хранение – часть технологии производства); ➤ расходы на рекламу и продвижение продукции. <p>Об этом – в пунктах 23 и 26 ФСБУ 5/2019.</p> <p>Способы оценки запасов при списании оставили те же (п. 36 ФСБУ 5/2019). При этом отпуск материалов в производство считается не выбытием запаса, а лишь изменением вида запасов (п. 42 ФСБУ 5/2019).</p> <p>Дополнили порядок раскрытия информации в отчетности. Так, авансы под приобретение и создание запасов надо будет раскрывать в соответствующей строке указанного вида запасов (п. 45, 46 ФСБУ 5/2019).</p>
--	--

Рассмотрим МСФО 13 оценка справедливой стоимости. В общем случае, когда МСФО требует или разрешает производить оценку по справедливой стоимости или раскрывать информацию об оценках справедливой стоимости, применяется Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 Оценка справедливой стоимости.

МСФО 13 введен в действие на территории РФ Приказом Минфина от 28.12.2015 № 217н.

Справедливая стоимость по МСФО - это оценка, основанная на рыночных данных. Но независимо от того, доступны или нет наблюдаемые рыночные сделки или рыночная информация в отношении актива или обязательства, цель оценки справедливой стоимости одна – определить цену, по которой была бы осуществлена обычная сделка между участниками рынка с целью продажи актива или передачи обязательства на дату оценки в текущих рыночных условиях.

Справедливая стоимость оценивается в отношении какого-либо конкретного актива или обязательства. Поэтому при оценке необходимо учитывать характеристики такого актива или обязательства. Например, состояние и местонахождение актива или ограничения на продажу (использование) актива.

Расчет справедливой стоимости: методы оценки рассмотрим в таблице № 2.

Методы оценки справедливой стоимости.

Методы оценки справедливой стоимости		
<p>Рыночный подход Используются цены и другая соответствующая информация, основанная на результатах рыночных сделок, связанных с идентичными или сопоставимыми (т. е. аналогичными) активами, обязательствами или их группой.</p>	<p>Затратный подход Отражает сумму, которая потребовалась бы в настоящий момент времени для замены эксплуатационной мощности актива. Эта сумма часто называется текущей стоимостью замещения.</p>	<p>Доходный подход Преобразовывает будущие суммы (например, денежные потоки или доходы и расходы) в одну текущую (т. е. дисконтированную) величину.</p>

Список литературы

1. Приказ Минфина России от 15.11.2019 № 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы» (вместе с «ФСБУ 5/2019...») (Зарегистрировано в Минюсте России 25.03.2020 № 57837) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348523/18ae7e0209c0fcd71bb531b56fe671a1c9e61af4/.
2. ПБУ 5/01 - учет материально-производственных запасов https://nalog-nalog.ru/buhgalterskij_uchet/vedenie_buhgalterskogo_ucheta/pbu_501_uchet_materialnoпроизводственных_запасов/.
3. Обзор: «С 2021 года компании должны учитывать запасы по новым правилам» (КонсультантПлюс, 2020) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_336167/.
4. Книга Федеральный закон «О бухгалтерском учете»: на 2021 г. текст с изм. И доп. С. 32.
5. Журнал «Международный бухгалтерский учет» текст, №5 2013 г. С 69.
6. Книга Федеральные стандарты бухгалтерского учета (ПБУ 1-24, ФСБУ 25). Федеральный закон «О бухгалтерском учете», 2020 г. С. 172.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ КОРРУПЦИИ КАК ОСНОВА КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Кочегарова Е.М., бакалавриат, 2 курс

Научный руководитель: ст. преп. Денисов А.М.

Российский технологический университет МИРЭА,
Институт технологий управления

Актуальность темы статьи заключается в высокой социально-экономической опасности влияния коррупции и ее составляющих на деятельность современной организации. Коррупция стагнирует модернизационные процессы, разрушает коммуникативные связи и социально-трудовые отношения.

К сожалению, на данный момент, в современных организациях не существует единого подхода и единой политики по предотвращению коррупционных действий персонала, но можно выделить ключевые мероприятия, которые рекомендуются внедрять организациям. В частности, приверженность организации закону и высоким этическим стандартам в деловых отношениях способствуют укреплению ее репутации среди других компаний и клиентов. При этом репутация организации может до некоторой степени служить защитой от коррупционных посягательств со стороны недобросовестных представителей других компаний, государственных органов и органов местного самоуправления: последние могут воздерживаться от предложения или вымогательства незаконного вознаграждения, поскольку будут знать, что такое предложение будет отвергнуто.

Начнем с самого определения коррупции. Краткое определение коррупции содержится в Справочном документе ООН о международной борьбе с коррупцией: «Коррупция – это злоупотребление государственной властью для получения выгоды в личных целях». Коррупция начинается тогда, как говорят авторы доклада «Коррупция в России» Г.А. Сатаров, М.И. Левин, М.Л. Цирик, когда цели, установленные правом, общественно одобряемые культурными и моральными нормами, подменяются при решении корыстными интересами должностного лица» [1]. Из данного определения видно, что коррупция связана с государственной службой, властью, с помощью этого можно утверждать, что она приобретает, помимо, экономического, политический характер. Коррупция выходит за пределы взяточничества; злоупотребление властью может носить не только личный характер, но и коллегиальный. Отсюда параллельно можно сделать вывод, что коррупция распространяется не только в органах власти и государственных учреждениях, но и в частных организациях. Этому, в частности, способствуют экономические и социально-культурные причины возникновения коррупции.

Экономические – это в первую очередь, широкое расслоение сумм заработных плат в организации и наличие определённого уровня власти у в организационной структуре. То есть, эти два фактора выступают мотиваторами к коррупции и как итог происходит конфликт интересов. Под конфликтом интересов понимается ситуация, при которой личная заинтересованность лица (получение доходов в виде денег, иного имущества или каких-либо выгод), замещающего

должность, замещение которой предусматривает обязанность принимать меры по предотвращению и урегулированию конфликта интересов, влияет или может повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение им должностных обязанностей – Федеральный закон от 25.12.2008 «О противодействии коррупции», статья 10 [2].

Социально-экономические причины заключаются в недостаточной информированности персонала и непонимании/не знании законов. Содержание антикоррупционной политики, включающей в себя комплекс мероприятий по противодействию коррупции, организации определяется видом ее деятельности. В антикоррупционной политике организации может и, по мнению автора, должно быть отражено следующее:

- Цели и задачи мероприятий по противодействию коррупции
- Используемые понятия
- Область применения
- Обязанности руководителей и работников, которые связаны с предупреждением коррупции
- Ответственность работников за несоблюдение антикоррупционной политики и меры наказания.

При разработке антикоррупционной политики организации необходимо учитывать форму собственности, организационно-правовую форму, отраслевую структуру, модель управления, специфику внутренних операций организации и иные особенности. Тем, кто разрабатывает антикоррупционную политику может выступать отдельно взятый инициативный работник, начальник или коллектив структурного подразделения организации.

Определять структурное подразделение²или отдельных сотрудников, ответственных за предупреждение коррупции, организации следует исходя из своих потребностей, задач, специфики деятельности, штатной численности, организационной структуры, имеющихся ресурсов и иных особенностей. Так, в крупном предприятии может создаваться отдельное подразделение, численность которого может определяться пропорционально численности работников организации.

В качестве альтернативного подхода – когда создание отдельного подразделения может быть нецелесообразным (например, для средних и особенно для малых предприятий) – функции по предупреждению коррупции могут распределяться между или быть полностью возложены на сотрудников одного из следующих структурных подразделений:

- подразделение комплаенса;
- подразделение внутреннего контроля и безопасности;
- юридическая служба;
- кадровое подразделение;
- подразделение внутреннего аудита и др.

Антикоррупционную политику и другие документы организации, рекомендуется утверждать локальными нормативными актами, что позволит обеспечить обязательность их выполнения всеми работниками организации. Для луч-

шего обеспечения антикоррупционных мер необходимо информирование сотрудников, для более лучшего понимания какая может следовать ответственность и какие могут быть риски. Лучше, если источником информирования будет выступать руководство организации для того, чтобы, показать важность и актуальность такой проблемы как коррупция. Также в некоторых организациях может существовать регулярное напоминание, в форме почтовых рассылок, о необходимости соблюдения этих мер.

Не стоит забывать и о контроле за реализацией мероприятий по противодействию коррупции. Для этого необходимо обеспечить своеобразный мониторинг. По итогам мониторинга рекомендуется формировать и направлять на имя руководителя организации сводный отчет (например, ежегодный) о реализации в организации мер по предупреждению коррупции, содержащий, в случае необходимости, предложения по их совершенствованию. В течение года целесообразно также обеспечить представление руководителю организации на регулярной основе (например, ежеквартально) кратких докладов о состоянии работы в сфере противодействия коррупции.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 31.07.2020) "О противодействии коррупции" [электронный ресурс] Консультант Плюс – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/bbbd4641125b22-2beaf7483e16c594116ed2d9a1/

2. Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 31.07.2020) "О противодействии коррупции" [электронный ресурс] Консультант Плюс URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/5d02242ebd-04c-398d2acf7c53dbc79659b85e8f3/

ПРОБЛЕМА ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Кривцанов К.С. бакалавриат, 2 курс

Научный руководитель: д. э. н., профессор Карасёва Л.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Данная тема особенно актуальна в связи с ухудшающейся экономической обстановкой в связи с кризисом, санкциями и сложившейся пандемией. Кроме того, уровень доходов населения является важнейшим показателем, который определяет благосостояние и степень удовлетворения потребностей.

Целью работы является анализ проблемы дифференциации доходов населения в современной России.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучение статистических данных по доходам населения в современной России с учетом пандемии;
- анализ влияния пандемии на доходы и описание прогнозирования по «базисному» и «пессимистическому» сценарию;
- выявление возможных направлений преодоления проблемы углубления дифференциации доходов населения.

Важным аспектом при изучении проблема дифференциации является соотношение среднедушевых доходов к величине прожиточного минимума наблюдается по всем субъектам РФ, где данные выражены в процентах. По данным из Приложения 1, видно, что, например, по Центральному-федеральному округу, откуда видно, что выше всего соотношение в Москве и Московской области находится в выражениях: 4:1 и 3,7:1 больше величины ПМ соответственно. В то время как в Тверской области соотношение всего в 2,5 раза. (где за 1 берётся 100% от величины прожиточного минимума.) Из таблицы в приложении напрашивается проблема межрегиональной дифференциации.

Также при изучении проблемы дифференциации, представлено изучение таблицы 1, а именно основных показателей в ней, характеризующие следствие углубления дифференциации, что необходимо для понимания сути назревшей задачи, требующей эффективных решений.

Обратимся к таблице: «Распределение общего объема денежных средств и характеристике дифференциации денежных доходов населения» [1].

Откуда видим, что *децильный коэффициент* выше 15 на всем анализируемом периоде (с 2017 по 2019 г). Это в свою очередь означает, что соотношение, отражающее дифференциацию доходов; отношение средних доходов 10% наиболее высокодоходных и средних доходов 10% наименее обеспеченных граждан сильно превышает норму. Считается, что значение коэффициента больше 10 означает гипотетическую возможность возникновения гражданских беспорядков и начала государственного переворота. Это в свою очередь связано с тем, что разница в принадлежащих разным «кастам» активов настолько велика, что моментально бросается в глаза несправедливость устройства общества. Для

расчета децильного коэффициента нужно собрать всю информацию об уровне доходов населения и расположить её в порядке убывания. В результате должно получиться десять групп. Децильный коэффициент будет равен соотношению средних доходов малообеспеченных граждан к доходам самой обеспеченной [2].

Таблица 1								
Распределение общего объема денежных доходов и характеристика дифференциации денежных доходов населения.								
	Денежные доходы ¹⁾ – всего	в том числе по 20-процентным группам населения, в %:					Децильный коэффициент фондов, в раз	Коэффициент Джини
		первая (с наименьшими доходами)	вторая	третья	четвертая	пятая (с наибольшими доходами)		
2017	100	5,3	10,1	15,1	22,6	46,9	15,4	0,411
2018	100	5,3	10,0	15,0	22,6	47,1	15,6	0,413
2019	100	5,3	10,1	15,1	22,6	46,9	15,4	0,411

Теперь о *Коэффициенте Джини*, который не опускается ниже 0,411, за анализируемый период, при этом в 2020 году данный коэффициент составляет уже 0,879, характеризую тем самым крайнюю степень расслоения в доходах между слоями населения. [3]

Коэффициент Джини позволяет судить о степени удаления от состояния равенства в распределении доходов. Данный показатель представляет собой величину отклонения фактического распределения доходов населения от линии их равномерного распределения. При этом, чем выше значение показателя, тем более неравномерно распределены доходы в обществе. Расчёт осуществляется следующим способом по формуле:

$$K_G = 1 - 2 \sum_{i=1}^n x_i \text{cum } y_i + \sum_{i=1}^n x_i y_i$$

Рис. 1. Формула расчёта коэффициента Джини

Где x_i – доля населения, принадлежащая к i -й социальной группе в общей численности населения; y_i – доля доходов, сосредоточенная у i -й социальной группы населения; n – число социальных групп; $\text{cum } y_i$ – кумулятивная доля дохода; [4]

Исследуя сценарии прогнозирования влияния пандемии на доходы и по «базисному» и «пессимистическому» сценарию» становится очевидно, что роста доходов не видеть до конца 2024 г. По «Базовому» сценарию доходы к 2024г окажутся на 6,8% ниже докризисного уровня, а по «Пессимистическому» - на

17,9% ниже уровня 2019г. На оба прогноза ключевым образом влияют сокращение занятости и заработной платы, их причинами являются снижение прибыли предприятий и увеличение дефицита бюджетной системы.

Поскольку, на проблему дифференциации влияют такие моменты как: неэффективная социальная и внешняя политика, коррупция, пандемия и кризис на её фоне, то предлагается ряд мер воздействия, по которым развернута широкая дискуссия, но эти меры осуществимы через перераспределение средств. С другой стороны, влияние государство и так велико на абсолютно все отрасли, поэтому следует обратить внимание на рыночные инструменты регулирования углубления дифференциации.

Хорошим стимулом исправления ситуации будут: индексация МРОТ (до рекомендуемого Международной организацией труда уровня) и окладов (с 1 октября 2020г. по указу президента размер индексации предусмотрен 3%) в противном случае предусмотрены штрафы. Для должностных лиц и предпринимателей до 5 000 руб., а для организаций от 30 000 до 50 000 руб. Но индексация должна быть примерно на одном или хотя бы сопоставимом уровне с городами-миллионерами, чтобы избежать разницы зарплаты, выражаемой в количестве таких зарплат между субъектами РФ) [5].

Можно применить прогрессивную шкалу НДФЛ и налога на имущество представителей крупного финансового капитала. Данная мера позволит сократить дифференциацию доходов среди наиболее состоятельных слоёв населения, а вырученные средства направлялись бы в ФНБ. Не лишним будет ограничить доходы руководителей госкомпаний и законодательно установить возможные границы превышения.

Межрегиональную дифференциацию можно преодолеть путем предоставления государством активной экономической помощи проблемным регионам, соблюдая пропорции распределения средств между регионами (где выравнивающий компонент - 70%, а стимулирующий – 30%) [6].

В качестве одной из мер по борьбе со снижением бедности (последствием дифференциации) предлагается введение продуктовых карточек. Данная мера призвана помочь малоимущим семьям. Не лишним будет и значительная индексация прожиточного минимума (ПМ), так как на сегодняшний день тех сумм, что выделяют сейчас едва хватает на выживание, но учитывая всю нашу историю и потенциал, такой уровень жизни неприемлем, в связи с этим и предлагается вышеуказанная мера.

Выплаты социальных трансфертов также является хорошей мерой по смягчению ситуации с бедностью, в идеале, стоит повысить размер социальных трансфертов за счёт фонда национального благосостояния (ФНБ) [7].

Предложенные выше меры, имеют за собой идею перераспределения доходов в пользу малоимущих. Факт остается фактом – необходима новая социально-экономическая политика по преодолению глубокой дифференциации доходов, имеющей серьезные социальные, экономические политические, ценностные последствия для общества.

**СООТНОШЕНИЕ СРЕДНЕДУШЕВЫХ ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ
С ВЕЛИЧИНОЙ ПРОЖИТОЧНОГО МИНИМУМА
В ЦЕЛОМ ПО РОССИИ И ПО СУБЪЕКТАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ¹⁾**

(в процентах)

	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
Российская Федерация	351,6	340,5	311,9	314,1	316,2	322,5	323,7
Центральный федеральный округ							
Белгородская область	382,5	369,7	344,8	365,5	365,1	369,1	354,5
Брянская область	287,4	280,8	264,9	263,8	263,3	271,6	268,3
Владимирская область	261,0	251,3	243,1	241,3	248,8	245,4	245,2
Воронежская область	362,6	365,7	359,2	356,3	352,7	353,1	346,9
Ивановская область	255,8	250,8	235,7	248,6	253,3	246,0	251,6
Калужская область	333,7	323,0	297,4	304,8	294,9	283,4	289,1
Костромская область	244,8	253,4	241,5	250,3	251,2	242,6	243,4
Курская область	319,0	329,6	304,8	303,6	298,4	301,0	296,9
Липецкая область	369,5	356,3	327,9	332,0	337,3	345,5	345,2
Московская область	411,0	385,3	356,3	370,5	363,0	374,3	371,8
Орловская область	268,7	264,2	252,2	259,7	259,3	261,7	257,5
Рязанская область	285,7	301,8	270,7	270,6	264,6	266,6	268,4
Смоленская область	240,3	242,6	230,6	228,3	246,8	253,8	252,8
Тамбовская область	387,4	330,5	304,4	308,5	306,2	310,0	290,8
Тверская область	271,5	261,2	243,0	246,4	243,5	247,3	253,7
Тульская область	301,4	297,7	284,5	293,8	292,7	280,2	271,2
Ярославская область	314,5	317,7	306,6	298,9	292,2	283,6	281,4
г.Москва	528,7	455,5	410,4	407,8	412,7	423,5	430,5

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Северо-Западный федеральный округ							
Республика Карелия	265,1	246,9	221,6	216,9	219,3	226,6	226,1
Республика Коми	313,6	283,2	272,8	261,9	260,5	265,8	257,9
Архангельская область							
в том числе: Ненецкий автономный округ	451,5	405,5	388,4	366,7	351,2	383,4	405,4
Архангельская область без авт. округа	250,2	247,7	229,2	244,2	262,5	270,3	266,6
Вологодская область	256,4	261,3	249,7	259,6	245,0	250,0	256,7
Калининградская область	284,7	289,9	264,0	254,9	251,8	252,4	253,3
Ленинградская область	311,3	318,4	302,2	314,8	313,1	314,2	299,1
Мурманская область	315,3	299,7	267,8	273,5	276,0	285,2	263,3
Новгородская область	298,1	294,3	269,8	256,5	253,6	242,6	237,5
Псковская область	248,2	240,0	209,7	209,5	220,8	225,6	230,9
г.Санкт-Петербург	440,5	413,9	374,5	382,9	394,3	409,6	412,0
Южный федеральный округ							
Республика Адыгея	304,3	320,2	275,0	290,9	297,2	308,0	312,6
Республика Калмыкия	169,9	174,7	178,7	186,4	187,6	188,6	187,2
Республика Крым			175,5	184,2	206,4	221,8	213,4
Краснодарский край	358,0	364,8	334,9	337,6	332,0	336,7	328,7
Астраханская область	323,1	317,8	282,0	258,2	244,4	248,2	241,4
Волгоградская область	268,1	258,9	248,7	238,2	242,3	249,4	249,4
Ростовская область	294,0	295,7	275,2	278,7	287,0	300,7	297,5
г.Севастополь			202,6	268,9	278,4	284,0	272,4
Северо-Кавказский федеральный округ							
Республика Дагестан	323,0	322,6	307,3	283,1	281,6	278,1	280,3
Республика Ингушетия	217,8	202,4	174,5	175,6	175,2	166,6	163,3
Кабардино-Балкарская	227,5	232,0	216,0	186,7	190,0	195,5	185,5

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Республика							
Карачаево-Черкесская Республика	217,0	229,1	205,5	200,3	198,8	195,0	190,2
Республика Северная Осетия-Алания	267,5	273,7	253,6	252,2	251,4	257,7	258,2
Чеченская Республика	253,7	298,3	278,2	260,7	230,5	225,5	221,2
Ставропольский край	291,8	295,3	258,1	253,9	263,2	270,3	263,8
Приволжский федеральный округ							
Республика Башкортостан	374,8	361,8	316,8	325,0	330,5	327,7	321,2
Республика Марий Эл	240,6	234,8	212,8	213,0	212,1	220,8	217,7
Республика Мордовия	226,9	234,5	215,8	226,2	223,8	221,6	216,9
Республика Татарстан	441,8	429,3	421,1	405,6	383,1	386,4	387,6
Удмуртская Республика	283,0	280,8	278,0	276,9	274,2	264,0	257,6
Чувашская Республика	242,3	240,7	218,5	210,5	209,5	213,4	216,2
Пермский край	346,6	336,5	332,4	289,3	284,0	284,3	292,4
Кировская область	254,5	264,8	234,1	229,8	229,2	227,6	230,9
Нижегородская область	370,5	369,4	340,1	343,3	333,1	335,2	335,4
Оренбургская область	298,7	306,0	274,8	265,0	267,8	269,0	263,5
Пензенская область	280,5	284,9	265,0	244,7	245,9	246,6	246,0
Самарская область	361,7	338,4	317,7	277,8	276,2	282,5	280,4
Саратовская область	267,1	263,5	243,3	238,6	235,2	248,8	246,8
Ульяновская область	278,3	287,4	256,5	253,3	248,0	239,8	236,7
Уральский федеральный округ							
Курганская область	257,4	248,1	224,9	217,9	216,8	212,5	212,6
Свердловская область	414,4	399,4	355,3	348,2	348,8	351,1	364,2
Тюменская область							

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
в том числе: Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	371,0	353,3	322,9	318,1	336,2	351,5	353,5
Ямало-Ненецкий автономный округ	487,1	455,5	426,6	454,8	474,4	499,2	509,2
Тюменская область без авт. округов	311,9	308,1	279,7	267,7	264,3	273,9	273,4
Челябинская область	309,9	295,4	262,4	254,8	251,6	256,8	250,5
Сибирский федеральный округ							
Республика Алтай	213,9	214,4	189,4	188,0	191,9	203,6	200,1
Республика Тыва	172,7	164,6	158,8	149,4	154,8	156,7	157,1
Республика Хакасия	235,2	222,8	210,6	214,3	218,0	219,6	208,0
Алтайский край	242,1	246,4	237,1	239,3	242,9	243,7	240,2
Красноярский край	298,1	271,4	250,5	253,7	253,9	257,8	254,4
Иркутская область	266,6	235,8	219,0	224,2	234,1	233,3	230,1
Кемеровская область	283,0	266,3	248,2	238,8	240,1	249,7	247,2
Новосибирская область	299,8	269,5	245,0	257,4	257,8	267,9	268,8
Омская область	322,7	326,7	295,9	286,2	278,3	278,8	272,4
Томская область	294,6	282,7	253,6	244,4	248,4	250,3	247,5
Дальневосточный федеральный округ							
Республика Бурятия	264,0	258,1	251,0	248,0	244,1	233,3	222,1
Республика Саха (Якутия)	269,8	256,6	244,5	242,1	245,0	258,4	264,6
Забайкальский край	265,2	236,6	215,2	210,4	211,6	214,8	210,5
Камчатский край	252,1	252,9	237,6	228,4	233,2	250,3	257,0
Приморский край	252,9	266,2	248,8	247,8	260,1	278,0	280,7
Хабаровский край	293,9	280,1	264,3	280,9	286,4	294,0	289,4
Амурская область	255,9	268,5	263,0	242,4	257,8	276,5	274,0
Магаданская область	305,3	302,7	293,2	284,7	305,5	328,2	332,1

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сахалинская область	349,3	355,7	350,2	356,2	369,1	391,8	399,3
Еврейская автономная область	219,1	214,4	190,4	182,7	189,5	192,5	187,2
Чукотский автономный округ	415,7	411,6	382,8	374,6	361,6	365,5	375,4

¹⁾Источник: оценка на основании данных о величине прожиточного минимума, устанавливаемой в соответствии с действующим законодательством: в целом по Российской Федерации - Правительством Российской Федерации (с IV квартала 2017 г. – Минтрудом России) и органами власти субъектов Российской Федерации – по каждому субъекту Российской Федерации и макроэкономического показателя среднедушевых денежных доходов населения, определенного в соответствии с Методологическими положениями по расчету показателей денежных доходов и расходов населения (приказ Росстата от 2 июля 2014 г. № 465 с изменениями от 20 ноября 2018 г.).

Список использованных источников

1. Rosstat.gov.ru. Неравенство и бедность. [Электронный ресурс] / <https://rosstat.gov.ru> // Текст электрон. – Электрон. таблицы. – 2020г. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13723?print=1> (Дата обращения: 26.02.2021г.)
2. Businessman-ru. Децильный коэффициент дифференциации доходов. [Электронный ресурс] / <https://businessman-ru>. // Текст электрон. – Электрон. статья. – 2015г. – Режим доступа: <https://businessman-ru.turbopages.org/businessman.ru/s/new-chto-takoe-decilnyj-koefficient.html> (Дата обращения: 26.04.2021г.)
3. Blog73.ru. Коэффициент Джини по странам или индекс концентрации доходов во всем мире. [Электронный ресурс] / <https://blog73.ru> // Текст электрон. = Электрон. таблица. – 2021г. – Режим доступа: <https://blog73.ru/blogi/obshchestvo/286-koeffitsient-dzhini-po-stranam> (Дата обращения: 26.04.2021г.)
4. Ecsou.ru. Расчет коэффициента Джини. [Электронный ресурс] / <https://ecson.ru> // Текст электрон. – Электрон. статья. – Режим доступа: <https://ecson.ru/economics/the-distribution-of-income/zadacha-77.raschyot-koeffitsienta-dzhini.html> (Дата обращения: 27.04.2021)
5. www.26-2.ru Индексация зарплаты в 2021 году: правила и документы [Электронный ресурс] / <https://www.26-2.ru> // Текст электрон. Электрон. статья. – 2021г. – Режим доступа: <https://www.26-2.ru/art/355770-povyshenie-zarplaty-v-2021-godu> (Дата обращения: 10.04.2021)
6. Arzamas.ruc.su. Снижение межрегиональной дифференциации экономического развития регионов РФ. [Электронный ресурс] / <https://arzamas.ruc.su> // Текст электрон. – Электрон. статья. – 2019г. – Режим доступа: https://arzamas.ruc.su/upload/medialibrary/0e7/-Avtaikina_Shchukin.pdf (Дата обращения: 15.04.2021)
7. Novainfo.ru. Дифференциация доходов населения: проблемы и пути решения. [Электронный ресурс] / <https://novainfo.ru> // Текст электрон. Электрон. статья. – 2016г. – Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/9230> (Дата обращения: 12.04.2021)

ЭТИКА ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Курова В.С., Телегина К.В., бакалавриат, 1 курс

Научный руководитель: ст. преп. Васильева Е.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Впервые термин «искусственный интеллект» (ИИ) ввёл в 1956 году Джон Маккарти. Он определял ИИ как «науку и технологию создания интеллектуальных машин, особенно интеллектуальных компьютерных программ; свойство интеллектуальных систем выполнять творческие функции, которые традиционно считаются прерогативой человека...». С того времени понимание ИИ изменилось. На данный момент ИИ представляет собой некий общий термин, объединяющий в себе множество более конкретных понятий, таких, как нейросеть, машинное обучение, компьютерное зрение и т.д. [1, с. 13].

Указ президента РФ от 10.10.2019г. №490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» определяет ИИ следующим образом: «комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека» [2].

Значительные шаги в развитии искусственного интеллекта были сделаны во второй половине XX века. Учёный Алан Тьюринг в одной из своих работ задался вопросом: «А могут ли машины мыслить?». Он сформулировал доказательство наличия у машин ИИ, которое затем стали называть тестом Тьюринга. Данная работа была опубликована в 1950 году в журнале “Mind”. Тест рассматривается в качестве игры, в которой участвует машина, человек и экзаменатор. Последний находится в отдельном помещении и может только говорить с другими участниками игры, при этом не видя их. Цель экзаменатора задать вопросы, на которые машина и человек будут отвечать, и определить, кто же на самом деле человек. Если экзаменатор не сможет дать аргументированный ответ, то считается, что тест провален, и машина победила [3, с. 53].

Несмотря на все преимущества искусственного интеллекта, эксперты акцентируют внимание на ряде проблем, связанных с его внедрением: недостаточность оценки качества исходных данных, моделей ИИ, выходных данных; предвзятость в алгоритмах ИИ; производство фейкового контента с использованием инструментов ИИ и др. Значительная часть негативных последствий ИИ связана с этическими аспектами, трудно поддающимися формализации и правовому регулированию. Этика ИИ является частью этики технологий, характерной для роботов и других искусственно интеллектуальных существ.

Одной из этических проблем цифрового общества является проблема этики искусственного интеллекта в смысле этических ограничений в деятельности ИИ и в тех решениях, которые способна принимать машина. Ещё более сложный вопрос: способна ли техническая система, решая какие-то позитивные задачи, брать на себя риски принятия решений, отвечать за эти решения перед людьми и другими техническими системами [4, с. 58].

На сайте Лаборатории Цифровой Этики при Оксфордском университете и Оксфордском интернет-институте (Digital Ethics Lab) отмечены следующие этически и социально значимые проблемы ИИ:

- 1) рост безработицы вследствие распространения ИИ;
- 2) распространение ложной информации;
- 3) несправедливые или необъективные решения, основанные на заранее заложенных в ИИ алгоритмах;
- 4) непредсказуемая социальная реакция на ИИ финансовых рынков или других систем [5, с.17].

Решить проблемы, связанные с этикой ИИ, – сложная задача, которая сейчас стоит перед мировым сообществом. В Российской Федерации в последние годы делаются шаги в этом направлении. 24 апреля 2020 года был издан Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте РФ – городе федерального значения Москве и внесении изменений в ст.6 и 10 Федерального закона «О персональных данных» [6].

В последнее время в Российской Федерации отмечается значительный рост проектов, связанных с ИИ. К их числу относятся следующие:

1) Компания Mail.Ru Group активно внедряет и разрабатывает искусственные нейронные сети, направленные на автоматизацию поиска соответствующей информации согласно потребностям и предпочтениям пользователя, а также ведёт исследования, связанные с интерактивным общением при формировании поисковых запросов.

2) Компанией Яндекс ведётся проект, связанный с оптимизацией нагрузки при формировании заказов такси, который опирается на загруженность дорожной инфраструктуры, предпочтений и пожеланий клиента, а также исполняемых в данный момент заказов.

3) В компании СберБанк ведётся активное внедрение систем, которые в перспективе должны заменить стандартизированный ручной труд, связанный с типовой обработкой данных в финансовых документах.

4) Компания «КамАЗ» ведёт разработки, связанные с внедрением автопилота, позволяющего управлять автомобилем без участия водителя, либо при его незначительных управленческих корректировках [7, с.8].

Искусственный интеллект стал важным фактором мировой технической конкуренции. Более 60 экономик мира разработали стратегии ИИ и увеличили инвестиции в ИИ. Согласно отчету, AI Index Report 2021 от исследователей Стэнфордского университета объем инвестиций в разработки на основе технологий искусственного интеллекта вырос в 2020 году на 40%, достигнув \$67,9 млрд. При этом, несмотря на растущие призывы уделять внимание этическим проблемам ИИ, компании проявляют ограниченное внимание к точности и справедливости решений, принятых с использованием ИИ (по результатам опроса McKinsey) [8]. Таким образом, для учёных и практиков остаются актуальными задачи, связанные с решением этических проблем искусственного интеллекта.

Список использованных источников

1. Исследование РАЭК / НИУ ВШЭ: Цифровая экономика от теории к практике. Как российский бизнес использует искусственный интеллект. - 2020. - С. 67.
2. Указ президента РФ от 10.10.2019 г. №490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации».
3. Ефимова С.А. Развитие искусственного интеллекта / С.А. Ефимова // Цифровая наука. - 2020. - №6. - С. 49-57.
4. Разин А.В. Этика искусственного интеллекта / А.В. Разин // Философия и общество. - 2019. - №1. - С. 57-73.
5. Назарова Ю.В. Этика искусственного интеллекта в современной России: актуальные проблемы и тенденции развития / Ю.В. Назарова // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. - 2020. - №2(34). - С. 14-23.
6. Федеральный закон от 24.04.20г. №123 «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте РФ – городе федерального значения Москве и внесении изменений в ст.6 и 10 Федерального закона «О персональных данных».
7. Алферьев Д.А., Кремин А.Е. Развитие искусственного интеллекта в Российской экономике / Д.А. Алферьев, А.Е. Кремин // Журнал “Human Progress”. - 2020. - №1. - С. 1-15.
8. Искусственный интеллект (мировой рынок) [Электронный ресурс]: Tadviser. – URL: <https://www.tadviser.ru/a/425392> (дата обращения 6.05.21).

ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ: ОПЫТ РОССИИ – ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ

Лужнева Е.В., специалитет, 2 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Новикова Н.В.

Тверской государственной университет, юридический факультет

Поддержка экспорта и ее инструменты – весьма свежая ниша в Российской Федерации, развитие которой бурно реализуется в течение последней пары десятков лет, и, как и вся жизнь, прогресс, не стоит на месте, находясь в постоянной динамике, требующей и влекущей изменения. Автор рассматривает существующие институты и инструменты поддержки экспорта и приводит формы поддержки экспортноориентированных субъектов предпринимательства.

К инструментам поддержки экспорта относятся страхование и кредитование деятельности, гарантии, устранение барьеров для экспорта (торговые представительства, бизнес-миссии, ярмарочная деятельность), консалтинг, промоутерство, большую роль играют и образовательные программы, направленные на помощь потенциальным, начинающим и опытным экспортерам [2].

Гарантии и страхование более предназначены для среднего и крупного бизнеса, для организаций малого бизнеса наиболее выгодными являются инструменты представительства и консалтинга.

Представительство и консалтинг, предоставляющие решение вопросов, связанных с поиском инвесторов, площадок для рекламы, юридических кейсов и возможных проблем с регулирующими ВЭД органами, являются необходимыми инструментами для развития и выхода экспортера на новый уровень.

Главным инструментом, решающим множество проблем экспортеров любого уровня по вопросам, касающимся анализа рынков, экспорта товаров, является Российский экспортный центр (РЭЦ) [3], осуществляющий финансовую поддержку на региональном уровне. На данный момент эта организация осуществляет координацию мер поддержки бизнеса, предлагаемых в основном экспортерам, занимающим средний и малый сегменты данной структуры и осуществляемых региональными центрами поддержки бизнеса.

Одним из самых важных инструментов поддержки экспортной деятельности, предназначенных для организаций крупного бизнеса, является страхование контрактов (кредитов) экспорта [8], так как с помощью этой меры выполняется страхование предпринимательских рисков.

Деятельность в представленной сфере осуществляют Экспортное страховое агентство России (ЭКСАР), и АО «РОСЭКСИМБАНК» [10].

Важным инструментом поддержки экспорта является организация центрами, осуществляющими помощь предпринимательству, бизнес-миссий и ярмарок, предназначенных для вовлечения российского бизнеса во внешнеэкономическую деятельность с целью роста экспорта несырьевых товаров [5].

Центры поддержки экспорта наделены именно на организации, производящие несырьевую продукцию [2] (то есть организации малого и часть организаций среднего бизнеса), так как экспортом сырья занимаются в основном крупные компании, которым не требуются инструменты поддержки экспорта в глобальном количестве.

Еще один вызов современности – организация необходимого участия хозяйствующих субъектов, то есть экспортеров, в международном разделении и кооперации труда. Центры поддержки экспорта посредством обеспечения представительства и деятельности электронных торговых площадок (ЭТП), которые способствуют доступу экспортеров России к популярным всемирным маркетплейсам (Amazon, eBay, AliExpress и т. д.).

Реализация решения таких вызовов предоставлена в Тверской области. На ее территории действуют государственные органы, к которым также стоит отнести Российский экспортный центр (РЭЦ) [2], направляющий и определяющий векторы развития для компаний, целью которых является сопровождение и помощь экспортерам.

Компанией, осуществляющей содействие малому и среднему бизнесу Тверской области, является Центр поддержки экспорта (ЦПЭ), функционирующий на базе центра «Мой Бизнес». ЦПЭ предоставляет помощь в размещении товаров на электронных торговых площадках, также предлагая возможность начинающим участникам ВЭД опробовать успешность своего товара, расположив его в «песочнице», позволяющей разместить продукцию на отдельной полке общего интернет-маркетплейса, и тем самым оценить потенциал и свои предпринимательские способности.

ЦПЭ осуществляет консалтинг, помогая разобраться не только с волнующими экспортера вопросы, но и также оценить доходность проекта и возможность его реализации. Таким образом, Центр поддержки экспорта осуществляет контроль за прохождением на рынок только качественных товаров и услуг, экономя также средства и время предпринимателя. Далее приводится таблица-сопоставление вызовов и путей их решения Центром поддержки экспорта.

Необходимым является создание мобильного приложения для помощи экспортерам и предпринимателям 69 региона. Также ситуацию значительно бы улучшило регулярное распространение анонсов с новшествами ВЭД и бизнеса, проводимое центром.

Выгодным вариантом развития также является создание единого центра ответственности за координацию политики в сфере поддержки экспорта.

С целью эффективного функционирования институтов поддержки экспорта и продвижения внешнеэкономической деятельности страны и ее экспортноориентированных субъектов хозяйствования мы поддерживаем предложения создания единого центра ответственности за координацию государственной политики в сфере поддержки экспорта, которые в настоящее время начинаются реализовываться.

Список литературы

1. Гуляев Г.Ю. Гуляев Г.Ю. "Задачи государства в формировании конкурентных отношений" // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд, №. 17. 2012. С. 9-14.
2. АО «Российский экспортный центр»//veb.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://veb.ru/gruppa-veb/rossijskij-eksportnyj-centr/> – (дата обращения: 16.12.2020)
3. В Твери расширили меры поддержки бизнеса//tverigrad.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tverigrad.ru/publication/v-tveri-rasshirili-m..> – (дата обращения: 15.01.2021)
4. Документы центра Мой бизнес//mybusiness69.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mybusiness69.ru/regulation/> – (дата обращения: 15.11.2020)
5. Об институтах и мерах поддержки экспорта в Тверской области // Официальный сайт центра «Мой Бизнес». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mybusiness69.ru/export/> – (дата обращения: 20.11.2020)
6. О страховании // Официальный сайт центра «Мой Бизнес». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mybusiness69.ru/upload/iblock/2bb/-2bbebbcbca5> – (дата обращения: 20.12.2020)
7. Перечень институтов и инструментов поддержки и развития ВЭД//www.ved.gov.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/rus_export/svodniy_reestr_insti. – (дата обращения 20.11.2020)
8. Пищик В.Я. Совершенствование системы поддержки экспорта в России с учетом зарубежного опыта / Пищик В.Я., Алексеев П.В. // Экономические науки, 2019. № 5.С.163-167
9. Гаврилов А.А. Страхование экспорта как неотъемлемая часть системы поддержки внешней торговли // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. №10. С. 49-54
10. Страхование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/services/strakhovanie/> – (дата обращения: 22.13.2021)

УЧЕТ СОКРАЩЕННОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Мамонтова Д.С., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Фомина О.Б.

Тверской государственный университет, экономический факультет

В современных реалиях развитие цифровой экономики происходит достаточно стремительно, распространяя тем самым свое влияние практически на все сферы деятельности, в том числе и на процессы бухгалтерского учета. Пересмотр и новая оценка учета в цифровой экономике приобретает все более важную роль. Целью данной научной работы является разработка комплекса рекомендаций по калькулированию сокращенной себестоимости в условиях развития цифровых технологий.

Использование новейших цифровых технологий дает безграничные возможности в процессе принятия управленческих решений, поскольку автоматизированный процесс анализа позволит выявить и предсказать дальнейшее развитие событий относительно максимизации прибыли и снижения издержек. Технология Blockchain в производстве является одной из самых революционных с точки зрения сбора и хранения информации, в том числе в бухгалтерском учете. Во-первых, отсутствует риск «подделки» или исправления документов после их получения, гарантируется защищенность информации в комплекте с полной прозрачностью и доступностью для ознакомления. Это создает возможность повышения эффективности и производительности, а также сокращения времени простоя. [4, с. 52]

Также технология Blockchain может автоматизировать следующие подразделения учета [3, с. 248]:

1. Инвентаризация. С использованием схемы из цепи блоков можно избежать централизованное проведение процедуры инвентаризации, а также ведение данного участка вручную.

2. Учет материалов. С помощью данной системы можно отслеживать передачу материалов в различных узлах и регистрировать их в режиме реального времени, это обеспечит повышенную точность учета;

3. Складской учет. Управление материальными ресурсами, которые хранятся на складе, становится гораздо легче. Так существует постоянный мониторинг и проверка данных, тем самым сводя к минимуму факты недостачи;

4. Учет основного производства. В многоступенчатом производственном процессе довольно трудно проследить за передвижением всех материальных ресурсов и степенью их изменяемости в процессе производства. С технологией Blockchain, независимо от цикла производства, можно отследить каждую единицу и ее источник. Это помогает не только более точному отражению информации в учете, но и создает чувство принадлежности к производственному процессу заинтересованных пользователей информации на каждом этапе.

Производственный процесс можно также автоматизировать, введя систему QR-кодов. Весь комплект материалов будет отслеживаться сразу с момента поступления в основное производство, а также на протяжении всего производственного процесса при переходе из одного цеха в другой и так до завершения производственного процесса, его отгрузки на склад и непосредственно доставки к покупателю. [5] Информация моментально будет записываться и передаваться в места хранения и поступать в программы учета, с помощью которых происходит калькулирование себестоимости, тем самым процесс формирования себестоимости будет автоматизирован.

После сбора информации о затратах необходима детальная обработка в соответствии с выбранным методом учета затрат. Самым важным фактором в формировании сокращенной себестоимости является правильное распределение информации. Для калькулирования и планирования ограниченной себестоимости используются только прямые и косвенные переменные расходы. Главным принципом системы «директ-костинг» является отдельный учет переменных и постоянных затрат, причем постоянные расходы признаются в отчетном периоде как убыток, т. е. списывается на финансовый результат. [2, с. 207] Одна из самых больших трудностей при ведении учета по сокращенной себестоимости состоит в том, что некоторые издержки производства являются переменными только наполовину. Данную проблему можно решить с помощью применения методов корреляционного и регрессионного анализа, так полупеременные расходы можно с большой точностью разделить на постоянную и переменную части.

Для реализации данного метода калькулирования на практике появляется необходимость использования современных программных продуктов. Одним из таких продуктов может выступать «1С: ERP Управление предприятием» – это решение для построения комплексных информационных систем управления деятельностью многопрофильных организаций, в том числе с многоступенчатым процессом производства. [6] Данный программный продукт состоит из набора разнообразных программных модулей, которые обеспечивают поддержку автоматизации предметных областей деятельности. Каждый определенный модуль такой ERP-системы нацелен на решение конкретной группы задач: планирование производства, контроль запасов, управление сбытом и прочие.

В дополнение к «1С: ERP» возможно использовать программный продукт «1С: Предприятие 8. MES Оперативное управление производством». Данный программный продукт позволяет оптимизировать пооперационный план производства с учетом определенных критериев и ограничений (доступности ресурсов, условий предыдущих операций). [8]

В связи с тем, что с 1 января 2021 года вступил в силу новый Федеральный стандарт бухгалтерского учета 5/2019 «Запасы», все более актуальным становится введение на предприятии более новых и гибких программ бухгалтерского учета, как те, которые были перечислены ранее. [1]

Уровень развития цифровых технологий за последние годы можно назвать фантастическим. Конкурентное преимущество предприятий объективно растет с применением системы Blockchain и новых программных продуктов для ведения учета и в настоящее время необходимо более активно использовать новейшие

цифровые технологии. Однако, для юридических и физических лиц оценка автоматизации весьма неоднозначна, так как с повышением эффективности ведения деятельности возрастают затраты на техническое обслуживание и внедрения новых систем учета, а также встает вопрос поиска более квалифицированных специалистов или повышение квалификации существующих сотрудников.

Список использованных источников

1. Приказ Минфина России от 15.11.2019 № 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru> (дата обращения: 27.03.2021)
2. Бондина, Н.Н. Учет затрат и калькулирование себестоимости: учебное пособие / Н.Н. Бондина, И.А. Бондин, И.В. Павлова, О.В. Лаврина. – Москва: ИНФРА-М. – 2020. – С. 207-208.
3. Варламова, Д.В. Вопросы внедрения цифровых технологий в систему бухгалтерского учета / Д.В. Варламова, Л.Д. Алексеева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 5-2. – С. 248-254.
4. Карпова, Т.П. Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике / Т.П. Карпова // Известия Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета. - 2018. - №3 (111). - С. 52-57.
5. Маркелов А. Современные системы автоматизации производства / А. Маркелов – 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/sovremennye-sistemy-avtomatizacii-proizvodstva/> (дата обращения: 27.03.2021)
6. Функциональность "1С: ERP". Официальный сайт платформы "1С: Предприятие" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://v8.1c.ru/erp-funktionalnost-1s-erp/> (дата обращения: 04.04.2021).
7. "1С: MES Оперативное управление производством". Отраслевые и специализированные решения "1С: Предприятие" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://solutions.1c.ru/catalog/mes/features> (Дата обращения: 06.04.2021).

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССОВ ПОДБОРА И ОТБОРА КАНДИДАТОВ НА ВАКАНТНЫЕ ДОЛЖНОСТИ КАДРОВЫМ АГЕНТСТВОМ

Михайлова М.А., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Гайдукова Н.С.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Успешность деятельности любой компании обеспечивает ее персонал. Поэтому для обеспечения эффективной деятельности организации необходимо осуществлять качественный поиск и отбор кандидатов. В настоящее время все больше компаний обращаются за услугами кадровых агентств, в случае возникновения необходимости в подборе нового персонала. Это экономит время и ресурсы работодателя, так как поиск одного подходящего кандидата может занять не один день, а выбор нескольких сотрудников, связанный с расширением бизнеса, может растянуться на несколько месяцев.

Суть работы кадровых агентств – удовлетворить запросы компаний-заказчиков, качественно выполнять их запросы по подбору кандидатов на вакантные должности. Подбор персонала является кропотливой и непрерывной работой, требующей особых способностей, навыков, знаний и черт характера. А. Я. Кибанов считает, что отбор персонала является частью процесса найма персонала, где среди общего числа людей, претендующих на вакантную должность, выделяют одного или нескольких кандидатов. [2, с. 134].

Деятельность каждого кадрового агентства состоит из трех основных элементов: исследование, оценка и подбор персонала на определенные вакансии, которые есть у работодателя. Особое внимание уделяется соответствию профессиональных и личных качеств кандидата требованиям компании-клиента. Отбор кандидатов осуществляется путем анализа компетенций кандидата и его личной пригодности на желаемую должность.

Особенность кадровых агентств заключается в использовании не только доступных методов поиска кандидатов, таких как – рекрутинговые сайты (HeadHunter, Superjob и др.); социальные сети; биржи труда, но и наличие собственной, постоянно пополняемой и обновляемой базы резюме, которой нет у обычных работодателей, так как запросы соискателей, их навыки, знания и опыт меняются с каждым новым местом работы.

Для работодателей сотрудничество с кадровыми агентствами является выгодным, так как:

В первую очередь это финансово выгодно для компаний и позволяет значительно сократить расходы на процесс поиска и отбор кадров. Оплата осуществляется только после выхода кандидата на работу, и не требует дополнительных вложений на размещение вакансии на работных сайтах.

Во-вторых, рекрутеры кадрового агентства имеют высокий профессионализм, как правило они имеют профильное образование (психология, управление персоналом), что позволяет качественно оценить кандидата.

В-третьих, значительно расширяется область поиска нужного специалиста. Поиск ведется не только из числа активных соискателей на настоящий момент времени, но и среди занятых специалистов, которые имеются в базе.

Взаимодействие кадровых агентств с компаниями-заказчиками является сложным процессом, который требует глубокого вовлечения сторон ради достижения желаемого результата. Так в процессе работы стороны могут сталкиваться с различными проблемами. Зачастую кадровые агентства жалуются на то, что заказчики не всегда знают, кто им нужен, не дают четких критериев для отбора кандидатов, ввиду отсутствия знаний в определенной предметной области. Чаще всего с данной проблемой сталкиваются при поиске редких и узкоспециализированных профессий, которые предполагают наличие определенных компетенций и навыков.

В настоящее время узкоспециализированными профессиями являются:

- IT-специальности, такие как фронтенд-разработчики, РНР-разработчики, специалисты по Data Science и машинному обучению уровня «милд» или «сенсор» и т.д.;
- Инженеры-конструкторы разных специализаций;
- Робототехник (или роботехник) и другие.

Для того чтобы добиться наибольшего результата от сотрудничества с кадровым агентством и закрыть вакансию в минимальные сроки, необходимо придерживаться простых алгоритмов.

Для начала необходимо четко определиться с мотивами, на стороне компании-заказчика должен быть описан профиль должности и все требования, связанные с бизнес-процессами. Информация о требованиях к кандидату должна быть структурирована и сведена в единую систему критериев и требований, как профессиональных, так и личностных. В то же время данная система должна учитывать корпоративные директивы компании в отношении персонала, специфики рабочего места и кадровой политики. [1, с. 10].

После получения всей необходимой информации рекрутеры кадрового агентства приступают к поиску кандидатов. Путем телефонного интервью и личного собеседования отбираются лучшие и наиболее подходящие кандидаты. Резюме соискателя дополняется новыми сведениями, полученными из интервью и комментариями рекрутера. После чего резюме отправляется непосредственному работодателю. Компании-заказчику при проведении самостоятельного отбора предложенных кандидатов нужно сосредоточиться не только на профессиональных качествах кандидата, но и на его мотивации, проверить подходит ли данный человек компании и существующей команде. В этом и заключается помощь кадрового агентства – разгрузить работодателя в сопоставлении кандидата с составленным профилем компетенций.

Необходимо всегда трезво оценивать ситуацию, так, например, если это редкий специалист, единственное резюме, которого рекрутер с трудом нашел на всех доступных площадках поиска – даже самое небольшое промедление с решением может грозить незакрытой вакансией на несколько месяцев. Как пра-

вило, в рекрутинговых агентствах есть гарантийный срок. В зависимости от специальности он может быть от одного до шести месяцев. В случае, если предоставленный кандидат увольняется в течение данного срока, по каким-либо причинам, агентство обязано сделать бесплатную замену. Пытаясь улучшить взаимодействие с клиентами, кадровые агентства систематически информируют клиента о состоянии дел. Следует понимать, что данный процесс не должен быть односторонним, ведь самое важное в работе с агентством – это наличие качественной обратной связи от заказчика.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что кадровое агентство является посредником на рынке труда, организацией, оказывающей услуги работодателям по поиску и подбору персонала. Грамотное взаимодействие и соблюдение всех алгоритмов работы с кадровым агентством позволит работодателю в кратчайшие сроки добиться желаемого результата. Также кадровое агентство способно разрешить большинство трудностей, которые могут возникнуть между соискателем и работодателем на этапе первого знакомства и трудоустройства.

Список использованных источников

1. Иванова С. В. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. / С. В. Иванова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. – 160с.
2. Кабанов А. Я. Основы управления персоналом. Учебник / А. Я. Кибанов. – М: ИНФРА-М, 2019. – 440с.

АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА: ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Михайлова Ю.А., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: ст. преп. Андреева А.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Актуальность темы аттестации персонала заключается, в первую очередь, в важности данной процедуры в принятии управленческих решений (вопросы найма персонала, высвобождения персонала, продвижению сотрудников по карьерной лестнице и др.), а также в потребности работы с квалифицированным персоналом. На сегодняшний день аттестация является одной из важных функций в управлении персоналом, поэтому рассмотрение данного вопроса необходимо при изучении многих дисциплин и при работе с персоналом в дальнейшем.

Аттестация персонала организаций реального сектора экономики – это процедура определения уровня квалификации, знаний, практических навыков, деловых и личностных качеств работников, качества труда и его результатов и установления их соответствия (несоответствия) занимаемой должности [3, с. 218].

Аттестация персонала – форма комплексной оценки кадров, по результатам которой принимаются решения о дальнейшем служебном росте, перемещении или увольнении работника [2, с. 59]. Аттестация кадров является важным этапом заключительной оценки персонала за определенный период времени (как правило, от 3 до 5 лет).

По целям проведения аттестацию можно разделить на следующие категории (данный тип классификации применим для предприятий с большим количеством сотрудников и для остальных организаций в целом):

1. Административные (повышение, перевод, понижение сотрудников, прекращение трудового договора);
2. Информационные (информирование сотрудника об относительном уровне его квалификации, качестве и результатах труда);
3. Мотивационные (вознаграждение работников увеличением заработной платы, повышением в должности, объявлением благодарности, использование экономических стимулов и социальных гарантий) [1, с.66].

Эффективность аттестации основывается, в первую очередь, на следующих принципах, которые должны быть реализованы во время проведения аттестации:

1. Принцип равенства. Оценке подлежат все специалисты, занимающие данную должность, по всей структуре организации на равных условиях.
2. Принцип дифференциации. Индивидуальный подход к проведению оценочных процедур для каждой группы сотрудников.
3. Принцип прозрачности. Ключевые принципы проведения оценки, информирование персонала, формы и методы оценки должны быть ясны и понятны сотрудникам.
4. Принцип преемственности показателей труда и вознаграждения [5, с. 38].

Особенности процедуры аттестации будут рассмотрены на примере ОАО «Тверской вагоностроительный завод».

ОАО «Тверской вагоностроительный завод» – современное высокотехнологичное производство, единственное в России предприятие по созданию различных типов пассажирских вагонов локомотивной тяги для скоростей движения до 200 км/ч. Миссия ОАО «Тверской вагоностроительный завод» – быть вагоностроительным предприятием мирового уровня [4].

На предприятии осуществляется несколько видов аттестации: разовая, периодическая и внеочередная аттестация. Также на предприятии существует такой тип аттестации, как аттестация на повышение разряда. Разовая аттестация после прохождения обучения состоит из теоретической и практической частей (аттестация по истечению испытательного срока). Периодическая (или очередная плановая) аттестация проводится в различных подразделениях раз в год. Внеочередная аттестация проводится, например, в случае изменения или дополнения какой-либо производственной документации, внедрения новых технологий и т.д. Еще одной причиной внеочередной аттестации может стать нарушение производственного процесса, например, всем цехом (какая-либо крупная ошибка в производстве).

Для совершенствования процесса аттестации ОАО «Тверской вагоностроительный завод» были вынесены следующие рекомендации.

Во-первых, необходимо не отстранять работника полностью от работы без сохранения за ним средней оплаты труда за день, а лишь сократить этот уровень оплаты. Таким образом у работника не будет переживаний за то, что из-за переноса несданных заданий на следующий день он существенно потеряет в оплате труда.

Во-вторых, ввести систему поощрений и санкций. Для работников, успешно прошедших аттестацию в первый день, ввести повышенный коэффициент оплаты на оставшееся время работы, если после аттестации работник приступит к выполнению рабочих обязанностей (как правило, аттестация занимает практически весь рабочий день). Для тех, кто не прошел аттестацию во второй день, с третьего дня уже отстранять от работы без сохранения оплаты труда на дни аттестации.

В-третьих, для стимулирования работников к самостоятельному повышению уровня знаний и навыков, ввести в цехах доску почета для работников, которые лучше остальных пройдут аттестацию.

В-четвертых, проводить аттестацию на повышение разряда сразу для нескольких претендентов из ранее сформированного списка.

В-пятых, для проведения аттестации можно дополнительно использовать систему произвольных характеристик (руководитель или социальная комиссия оценивают, как успехи сотрудника, так и их упущения за определенный период времени; можно проводить в устной или письменной форме).

Все вышеуказанные мероприятия по совершенствованию аттестации в ОАО «Тверской вагоностроительный завод» будут иметь следующие положительные результаты:

1. Снижение уровня стресса сотрудников и, в дальнейшем, более успешное прохождение аттестации.
2. Удовлетворение потребности в признании у некоторых сотрудников (при помощи доски почета).
3. Удовлетворение материальной потребности сотрудников в случае прохождения ими аттестации с первого раза.
4. Повышение уровня заинтересованности сотрудников в более качественном и своевременном прохождении аттестации.
5. Экономия финансовых ресурсов в том случае, когда аттестация на повышение разряда будет проводиться одновременно для нескольких работников.
6. Оценка сотрудников в углубленном плане благодаря системе произвольных характеристик.

Список использованных источников

1. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: учеб. пособие / А.Р. Алавердов, Е.О. Куроедова, О.В. Нестерова [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. – 192 с.
2. Егоршин, А.П. Основы управления персоналом: учебное пособие / А.П. Егоршин. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 352 с.
3. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом: учебник / А.Я. Кибанов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 440 с.
4. Официальный сайт ОАО «Тверской вагоностроительный завод». [Электронный ресурс]: <http://www.tvz.ru/>
5. Оценка персонала в организации: учебное пособие / А.М. Асалиев, Г.Г. Вукович, О.Г. Кириллова, Е.А. Косарева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 171 с.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: СУЩНОСТЬ, КОНЦЕПЦИИ, ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИИ

Муравьёва Д.А., Бабошин П.К., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Козлова Т.М.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Значимость проблемы становления социальной ответственности российского бизнеса в системе государственной социальной политики обусловлена необходимостью сглаживания последствий социальных преобразований в РФ в связи с переходом от плановой экономической системы к рыночной в последнем десятилетии 20 века и осознанием того, что в настоящее время развитие бизнеса происходит в тесной связи с социальным развитием.

В настоящее время в экономической науке не выработано однозначное общепринятое определение понятия «социальная ответственность бизнеса» и отсутствует комплексная методика оценки социальной ответственности организаций, не определен круг заинтересованных сторон.

Всё больше крупных российских компаний придают значение инвестициям в социальную сферу, развитию социально-трудовых отношений. Для развития человеческого капитала у организаций возникает необходимость перехода от разовых мероприятий к долгосрочному взаимодействию путем реализации комплекса разработанных социальных программ.

Крупные российские компании, которые хотят сотрудничать с зарубежными партнерами, инвесторами и экспертами или уже сотрудничают, обязательно должны активно развивать различные социальные проекты и программы, так как западные компании учитывают данный факт, как один из множества критериев, при выборе партнёров в России.

В докладе о социальных инвестициях в России Ассоциации менеджеров России дается следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития» [1, с. 60].

Выделяют три уровня социальной ответственности бизнеса:

1-й уровень предполагает соблюдение норм законодательства и стандартов качества и является обязательным;

2-й уровень - развитие партнерских внутрифирменных отношений, гарантирующих работникам в дополнение к базовому дополнительный набор социальных благ и услуг.

3-й уровень - внешняя социальная политика, выходящая за рамки внутрифирменных отношений, и не влекущая непосредственного получения прибыли.

Исходя из уровня восприятия собственниками и руководителями идеи социальной ответственности бизнеса, выделяют следующие уровни ее реализации. Согласно теории «корпоративного эгоизма», принципы которой были сформулированы в 70-х гг. прошлого столетия, бизнес отвечает только перед своими

акционерами за увеличение их доходов. В соответствии с теорией "*разумного эгоизма*", осуществляя социальные инвестиции, компания снижает свою текущую прибыль, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение, а значит и устойчивую прибыль. Высокий уровень социальной ответственности характеризуется развитием теории *корпоративного альтруизма*, согласно которой компании должны вносить значительный вклад в улучшение уровня и качества жизни людей [2, с. 11].

В зарубежной практике сложились основные модели социальной ответственности бизнеса – американская и рейнская. Первая предполагает создание рабочих мест, обеспечение необходимых условий труда и несение бизнесом довольно высокой налоговой нагрузки. Основой американской модели является филантропия, при которой бизнес отдает часть своей прибыли жертвует на благотворительные нужды. Вторая предусматривает большие налоги, которые платит бизнес, а государство берет на себя многочисленные социальные функции, которые реализует для населения за счет этих средств.

У каждой модели имеются свои достоинства и недостатки. Поэтому в чистом виде они используются редко.

Согласно опросу, проводимому более чем в 80 региональных отделениях крупнейшего бизнес-объединения "ОПОРА РОССИИ" - "ОПОРА-Созидание", установлено, что во всех регионах страны имеет место индивидуальная и коллективная благотворительность, предприниматели осуществляют реализацию различных социальных проектов, но не все готовы публично делиться этой информацией. Причина, по которой они это скрывают лежит в давлении со стороны государства, которое диктует необходимость и характер активности предприятий в данной сфере, в результате чего у бизнеса складывается отношение к корпоративной социальной ответственности как к дополнительному налогу.

Можно выделить ряд проблем, препятствующих реализации принципов корпоративной социальной ответственности в России [3; 1, с. 60].

1) КСО реализуются в основном крупными компаниями, располагающими большим объемом финансовых ресурсов, при этом средний и малый бизнес в силу недостаточности средств имеет гораздо меньше возможностей проводить работу в данном направлении.

2) Отсутствуют единые нормы и стандарты реализации корпоративной социальной ответственности, возникают проблемы с отчетностью, в связи с этим возникает недонесение информации до населения, незнание о социальной направленности деятельности компаний. Объективная информация способна повысить уровень доверия к предпринимательству и другие.

В России функционируют сотни компаний и предпринимателей, имеющих собственные установки в области социальной деятельности и отказывающихся принимать какие-либо стандарты в области КСО.

Для преодоления этой ситуации возможно осуществление мероприятий по следующим направлениям:

- разработка стандартов нефинансовой отчетности;
- адаптация международных стандартов;

- разработка собственных российских стандартов корпоративной социальной ответственности.

Многие крупные российские компании внедряют принципы корпоративной социальной ответственности в системы стратегического управления на разных уровнях. В основном это касается развития уже сложившейся системы взаимодействия компаний с обществом, осуществляемого в том числе по традиционным направлениям корпоративной благотворительности. Разработка системы корпоративной социальной ответственности требует концептуального подхода, объединения усилий профессионального и бизнес-сообщества с государством.

Список использованных источников

1. Галстян А.С., Липецкий Т.В. Корпоративная социальная ответственность в современной России // Лучшая студенческая статья 2019: сборник статей XXVI Международного научно-исследовательского конкурса: в 2 ч. Часть 2; отв. редактор Г.Ю. Гуляев. – Пенза: Наука и просвещение, 2019. С. 58-61

2. Глебова И.С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом: Учебное пособие. – Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008. 110 с.

3. Доклад о социальных инвестициях в России – 2019: к трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития / Ю.Е. Благов, А.А. Петрова-Савченко; под общ. ред. Ю.Е. Благова. М.: Ассоциация Менеджеров, 2020. - С.75

ПРОГНОЗ ВОСТРЕБОВАННЫХ И УМИРАЮЩИХ ПРОФЕССИЙ РЫНКА ТРУДА

Наджарян А.Ю., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Романюк А.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В настоящее время происходит изменение социально-экономической ситуации в стране и в мире и, соответственно, изменяется и рынок труда. Возросшие требования к уровню профессиональной подготовленности кадров актуализируют проблемы профессиональной ориентации молодежи.

Успешность профессионального выбора молодых людей зависит, с одной стороны, от умения грамотно анализировать профессиональную деятельность, а с другой – от доступности и полноты информации не только о существующем мире профессий, но и о новых и перспективных профессиях XXI века.

Будущее стремительно роботизируется, а потому, технологии будут внедряться во все области человеческого существования. Такой расклад позволяет предположить о росте спроса на технические науки в IT-направлении.

Ожидается, что в тренде будут следующие навыки [2]:

- системный образ мышления;
- экологическая направленность в понимании окружающего мира;
- программирование и умение работать с искусственным интеллектом на различных его уровнях;
- трудовой процесс в условиях неопределенности;
- коммуникация между смежными отраслями;
- ориентированность на общение с клиентами;
- руководство проектной деятельностью;
- мультикультурность.

Спрогнозировать спрос на новые профессии в не столь отдаленном будущем вполне реально: достаточно обратить внимание на текущие проблемы в обществе и тенденции развития технологий. Многие из этих специальностей можно освоить уже сейчас.

По мнению исследователей, из Оксфорда, в ближайшие 20 лет исчезнет 47% существующих ныне профессий. Многим ныне живущим людям придется менять профессии, «перезагружать» свои знания, навыки, качества и даже облик (новые технологии позволят и это). При этом конкурировать вскоре придется не только друг с другом, но еще и с роботами и компьютерами, которым человек будет вынужден соответствовать и умом, и ответственностью, и скоростью реакции на изменения среды.

Как отмечается специалистами, на рубеже 2020-2030 годов неизбежно устареют следующие интеллектуальные профессии [1]:

1. Библиотекари и архивариусы – эти профессии исчезают из-за массовой оцифровки архивов, книг, газет и т.п.

2. Нотариусы – в настоящее время все чаще оформление документов производится с помощью электронной подписи, также разрабатываются и внедряются сервисы для оформления документов и онлайн-проверки их подлинности.

3. Диспетчеры и логисты – идет все более активное внедрение и совершенствование автоматизированных служб обработки заказов и управления перевозками, совмещение их с функцией спутникового отслеживания, а также использование программ для разработки транспортных маршрутов.

4. Диагност – данных работников сменяет интеллектуальное оборудование, которое может выполнять простые и сложные диагностические исследования, а при необходимости способно направить результаты специалистам с использованием Сети.

5. Турагенты – этих тружеников вытесняют интернет-сервисы, способные на более приемлемых условиях в круглосуточном режиме организовывать индивидуальные туры с полным перечнем самых востребованных услуг.

Кроме перечисленных, в число не востребовавшихся профессионалов к 2030 году войдут экономисты, бухгалтера, юристы и менеджеры [2]. Уже сегодня на рынке труда наблюдается переизбыток управленцев и юристов, особенно среди младшего звена – амбициозная молодежь, желающая получить престижную профессию, массово поступает в профильные гуманитарные ВУЗы, после чего успешно пополняет ряды безработных. Вскоре же юристы и вообще будут неактуальны – уже сегодня Сбербанк планирует заменить 3 тыс. своих юрисконсульт-роботами. Аналогичная судьба ждет и бухгалтеров – их только на госслужбе больше 1,1 млн. человек, а обходятся они в 1 трлн рублей. В связи с этим Минфин еще осенью предложил сократить их вполтину, заменив новыми программами документооборота. Уже сегодня они являются самыми популярными среди московских безработных.

Таким образом, вместе с изменяющейся действительностью уходят в историю многие названия профессий. Некоторые просто трансформируют свое название в другое обозначение, но и есть и такие, которые совсем перестают существовать. В связи с этим очень важно определить, какие профессии в будущем будут востребованными, а какие прекратят свое существование.

Нам всем нужно быть готовыми к тому, что в ближайшее время машины займут до 75% рабочих мест. Возможно, в России бум робототехники случится чуть позже, но он обязательно произойдет.

Согласно исследованию, проведенному одной европейской компанией, в самом ближайшем будущем требования на рынке труда значительно изменятся. Спросом у работодателей будут пользоваться совершенно другие специальности.

Итак, изучив некоторые статистические исследования, проанализировав настоящий рынок труда, также внедрение новых специальностей в современных ВУЗах, можно составить некоторый перечень профессий, которые будут особенно востребованы в ближайшем будущем. Можно выделить несколько направлений [1]:

1. Инженерные специальности. Особенно будет цениться сочетание нескольких образований. Например, экономического, технического и юридического, и, при этом, хорошее знание иностранного языка.

2. Разработчики компьютерного обеспечения. К этому ведет все тот же быстроразвивающийся прогресс всяких компьютерных штук. И со временем, спрос на таких специалистов будут только возрастать.

3. Специальности, объединяющие биотехнологию и электронику. Уже сейчас находят применение результаты работы современных биотехнологий. Достаточно привести пример пресловутых генно-модифицированных продуктов, чтобы понять насколько в будущем будут необходимы подобные специалисты.

4. Маркетинг и специалисты по продажам. Этот пункт можно оставить без комментариев, потому как торговля существовала всегда, при любом социальном и политическом строе, а, значит, и люди, которые занимаются этим профессионально, будут нужны.

5. Специалисты, работа которых связана с сервисом. Трудно спорить с тем, что сфера услуг никогда и не при каких обстоятельствах себя не изживет. Всегда будет спрос на специалистов в области качественного сервиса.

6. Химики. Уже не один год ведутся исследования в области альтернативных, экологически чистых источников энергии. Немало результатов достигнуто, но в ближайшем будущем, когда разработки достигнут максимальных размеров, без специалистов-химиков никак не обойтись.

7. Экологи. Вопросы экологии уже сейчас остро стоят перед человечеством, а, со временем, состояние окружающей природы будет только ухудшаться. Кто-то же должен будет заниматься всем этим, квалифицировано и профессионально.

8. Логистика. Это экономическая деятельность, которая предполагает организацию и регулирование движения товаров на пути от производителя к потребителю. Также эти специалисты занимаются управлением товарных запасов, организацией необходимых услуг и созданием инфраструктуры всего товародвижения. Они охватывают довольно широкую сферу деятельности и должны быть настоящими специалистами.

9. Медицина, связанная с вопросами продления жизни. Сомневающимся в необходимости развития этой сферы деятельности, думаю, не найдется. Уже сейчас известно множество людей, готовых вложить немалые деньги в исследования такого рода.

Список использованных источников

1. Самые перспективные профессии рынка труда 2020-2025 года [Электронный ресурс]: В-MAG.ru - Бизнес-журнал. – URL: <https://b-mag.ru/samyeperspektivnye-professii-rynka-truda-2020-2025-goda/> (дата обращения 18.04.21)

2. Суханов В. Атлас Новых Профессий. Образование. Профессии, которые появятся до 2030 года [Электронный ресурс]: Карта слов и выражений русского языка. – URL: <https://kartaslov.ru/> (дата обращения 18.04.21)

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Николаев В.Д., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Кузина С.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В современном обществе главным источником конкурентных преимуществ и развития являются инновации, и решение задачи принятия либо неприятия инновационного проекта является очень актуальным. Однако, инвесторам порой очень трудно оценить эффективность инвестиций в инновационный продукт. Многие из них скептически относятся к подобного рода инвестиционным проектам, т.к. их реализация предполагает наличие повышенных рисков. Поэтому для того, чтобы инвестору было проще вынести решение о возможностях инвестирования в инновационный проект, необходимо проведение тщательной финансово-экономической оценки (ФЭО). В современной литературе, в том числе и отечественной, роль ФЭО всегда оценивается очень высоко. Особенно из-за популяризации КРІ, показатели экономической эффективности, которые являются основой ФЭО, стали еще более востребованы.

Д.Е. Габдулина дает следующее определение финансово-экономической оценки проекта – это документ, целью которого является доказать техническую эффективность будущих затрат, показывающих повышение показателей продуктивности [1]. ФЭО, доказывая эффективность будущих затрат, направленных на повышение продуктивности экономических показателей, может помочь инвестору принять решение о целесообразности инвестирования в тот или иной инновационный проект. Так инвестор сможет сопоставить возможные риски и экономическую выгоду и принять взвешенное решение.

Основная финансово-экономическая оценка (ФЭО) инновационного проекта выполняется на стадиях разработки и экспертизы в рамках единого проектного цикла и является одним из важнейших разделов заявок на инвестиционные проекты, технико-экономических обоснований (ТЭО) и бизнес-планов инвестиционных проектов.

В процессе расчёта финансовой эффективности инновационного проекта рассматривается поток реальных денег. При реализации любого проекта, в том числе научно-технического, выделяются такие виды деятельности, как: финансовая, операционная и инвестиционная. В пределах каждого из этих видов имеют место притоки и оттоки денежных средств. Поток реальных денег, по мнению Ю.А. Фурсовой, является разность между притоком и оттоком денежных средств от операционной и инвестиционной деятельностью в каждом периода осуществления данного проекта» [2]. Эффективность денежных потоков зависит от значения величины: если денежный поток положителен, то инвестиции в инновационный проект признаются эффективными, и наоборот. Такой подход позволяет

оценить инвестору потенциал проекта в каждом из видов деятельности и принять соответствующее решение.

Основой для расчета показателей эффективности инвестиционного проекта являются так называемые чистые потоки денежных средств (Cash Flow, CF), которые включают в себя:

- выручку (денежный доход);
- текущие затраты (производственные и эксплуатационные);
- инвестиционные затраты (включая капитальные вложения и увеличение потребности финансирования оборотных фондов);
- различные налоговые выплаты.

Таким образом, можно выделить денежные притоки (выручку) и оттоки (все затраты и выплаты).

В статье Р.В. Маньяковского выделены следующие этапы осуществления финансово-экономической оценки инновационного проекта [3]:

- 1) установление инвестиционных потребностей проекта;
- 2) выбор источников финансирования;
- 3) прогноз прибыли и денежных потоков;
- 4) расчет показателей экономической эффективности.

Представленная схема разработки экономической модели является абсолютно обоснованной, т.к. от объема потребностей зависит величина и вид финансирования объекта инвестирования, которые, в свою очередь, определяют стоимость финансовых ресурсов, влияющую на размеры денежных притоков и оттоков.

В соответствии со статьей В.В. Яновского, общепринято выделять два основных метода оценки эффективности капитальных вложений – динамический и бухгалтерский [4].

Бухгалтерский метод является наименее трудоемким в применении. В рамках данного метода расчеты осуществляются либо на основе усредненных данных, либо данных, взятых на конец каждого периода, горизонта планирования. В бухгалтерском методе слабо выражено влияние внешних факторов на процесс реализации проекта, что непосредственно влияет на оценку возможных рисков. Поэтому данный метод применим исключительно для поверхностной оценки инновационного проекта.

Динамический метод оценки основан на концепции денежных потоков. Согласно этой концепции, при планировании рассматривают все притоки и оттоки денежных средств, связанные с капитальными вложениями, а получаемые в разные периоды времени денежные потоки приводят в сопоставимый вид посредством дисконтирования, из-за чего в рамках данного метода учитывается фактор времени. Таким образом, динамический метод предоставляет более широкий спектр экономической оценки инновационного проекта. Метод является более трудоемким в применении по сравнению с бухгалтерским методом, однако взамен потенциальный инвестор может точнее оценить доходности и риски проекта, учитывая фактор времени.

Группировку основных инструментов финансово-экономической оценки инновационного проекта, в зависимости от метода оценки, отразим на графике, представленном на рисунке 1:

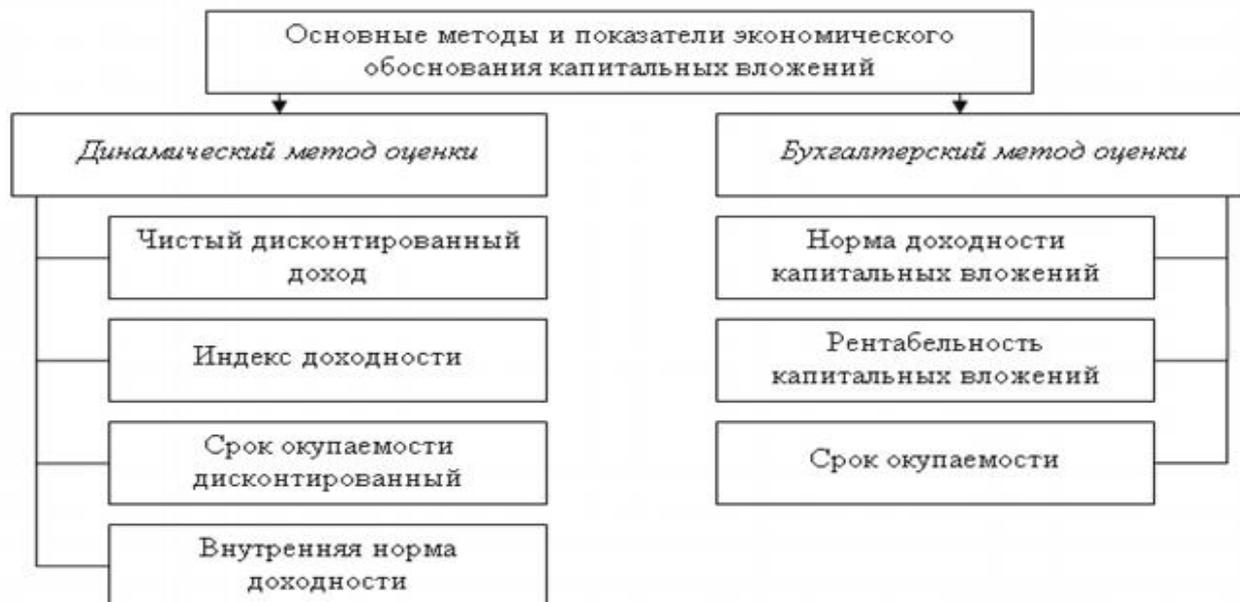


Рис. 1. Основные показатели экономической эффективности по методам ФЭО

Каждый из представленных выше показателей экономической эффективности имеет нормативные значения, определяющие экономический смысл полученных результатов. Для показателей бухгалтерского метода существуют следующие критерии оценивания:

1. Норма доходности капитальных вложений и их рентабельность являются уникальными для каждого инновационного проекта и сферы экономики, в которой они реализуются;
2. Срок окупаемости всегда должен быть меньше срока реализации проекта. Чем сильнее эта разница, тем предпочтительнее проект.

Критерии оценивания показателей экономической эффективности по динамическому методу отражены в таблице 1.

Таблица 1

Критерии оценивания динамических показателей эффективности

Результат оценки	Критерий оценки			
	ЧДД	ИД	ВНД	T
Капитальные вложения экономически целесообразны	$ЧДД > 0$	$ИД > 1$	$ВНД > ССК$	$T < РП$
Капитальные вложения экономически нецелесообразны	$ЧДД < 0$	$ИД < 1$	$ВНД < ССК$	$T > РП$

Оценка с помощью дисконтированных методов более точна, так как учитываются различные виды инфляции, изменения процентной ставки, нормы доходности и т.д. Статистические методы оценки применимы на начальных этапах ФЭО, когда инвестор желает составить общее представление об объекте инвестирования.

Рассмотренный подход финансово-экономической оценки был опробован на инновационном проекте CysZETA, созданием и разработкой которого занимался аспирант 2-го года ТвГУ при кафедре органической химии Дмитрий Аверкин. Полученные на основе ФЭО результаты были презентованы на Всероссийском конкурсе молодых предпринимателей, где были встречены хвалебными отзывами со стороны экспертной комиссии за грамотный подход к обоснованию эффективности инвестиций.

Список использованных источников

1. Габдулина, Д.Е. Оценка финансово-экономического состояния предприятия / Д.Е. Габдулина / Вопросы науки и образования. – 2017. – №2. – С. 10-26.
2. Фурсова, Ю.А. Управление денежными потоками / Ю.А. Фурсова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №12. – С. 110-121.
3. Маньяковский, Р.В. Построение финансово-экономической модели инновационного предприятия / Р.В. Маньяковский // Экономика и управление. – 2019. – №11. – С. 44-59.
4. Яновский, В.В. Бизнес-идея инвестиционного проекта: от зарождения до финансово-экономического обоснования / В.В. Яновский, Е.Г. Серова // Вестник БУКЭП. – 2019. – №9. – С. 255-271.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИМ СОЗНАНИЕМ

Николаева П.С., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. ф. н., доцент кафедры политологии Бутузова И.В.
Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В середине прошлого века, в научный оборот, а позднее и в обыденную речь, вошло понятие политического сознания. По мнению Е.Б. Шестопала политическое сознание выступает как процесс восприятия субъектом той части действительности, которая имеет неразрывную связь с политическими институтами, властью и подчинением [4, С.91-92]. Что же касается массового политического сознания то здесь стоит отметить, что это особая разновидность массового сознания, которая основывается на политические проблемы, решение которых направляется на политическое поведение данной массы. Ядром массового политического сознания является яркое эмоциональное переживание той или иной социально-политической проблемы, вызывающей всеобщую озабоченность. Это может быть война с другим государством, гражданская война, революция, масштабный социально-экономический кризис и т.п. [3, С. 11].

Следует заметить, что определения понятия социальных сетей очень важно для анализа данной темы. Социальная сеть – платформа, предназначенная для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. В современных общественно-политических условиях социальные сети становятся мощным средством политического воздействия. Они представляют собой «мягкий» и «умный» механизм информационного воздействия. Как правило, сети способны реализовать задачи как по систематической индоктринации населения, так и по управлению индивидуальным и групповым сознанием. Поэтому можно сказать, что они приобретают статус неотъемлемого инструмента политического управления. Прежде всего, данная платформа привлекает политиков и политических деятелей своей доступностью и интерактивностью. Она позволяет проводить политическую и агитационно-пропагандистскую деятельность, при этом очень быстро получать обратную связь и повышать коммуникацию с обществом. Социальные сети представляют интерес для политических акторов, как инструмент манипулирования, как площадка для противоборства с иными политическими организациями. Основная цель политика в использовании социальных сетей заключается в расширении электоральной базы и повышении собственного авторитета в глазах граждан. В современной науке выделяется два мотива, объясняющих, почему политики обращаются к ресурсам Интернета. Во-первых, поддержание стабильности и укрепление политической ситуации в стране. В данном случае, используются механизмы формирования дискуссионной коммуникации для обсуждения актуальных инфоповодов. Во-вторых, социальные сети имеют возможность «пошатнуть» политические настроения граждан и снизить уровень легитимности управляющей элиты [2, С. 150].

На начало 2021 года в мире насчитывалось 4,20 миллиарда пользователей социальных сетей. За прошлый год эта цифра выросла на 490 миллионов, что означает рост более чем на 13 % в годовом исчислении. Социальными сетями в 2021

году пользуются 53,6 % мирового населения. Обычный пользователь социальных сетей проводит на этих платформах 2 часа 25 минут каждый день, что соответствует примерно одному дню в неделю за вычетом времени на сон [1]. Данная статистика показывает весь обхват социальных сетей, а также демонстрирует именно тот важный инструмент, которым могут воспользоваться специальные лица для манипулирования общественного сознания (рис. 1).

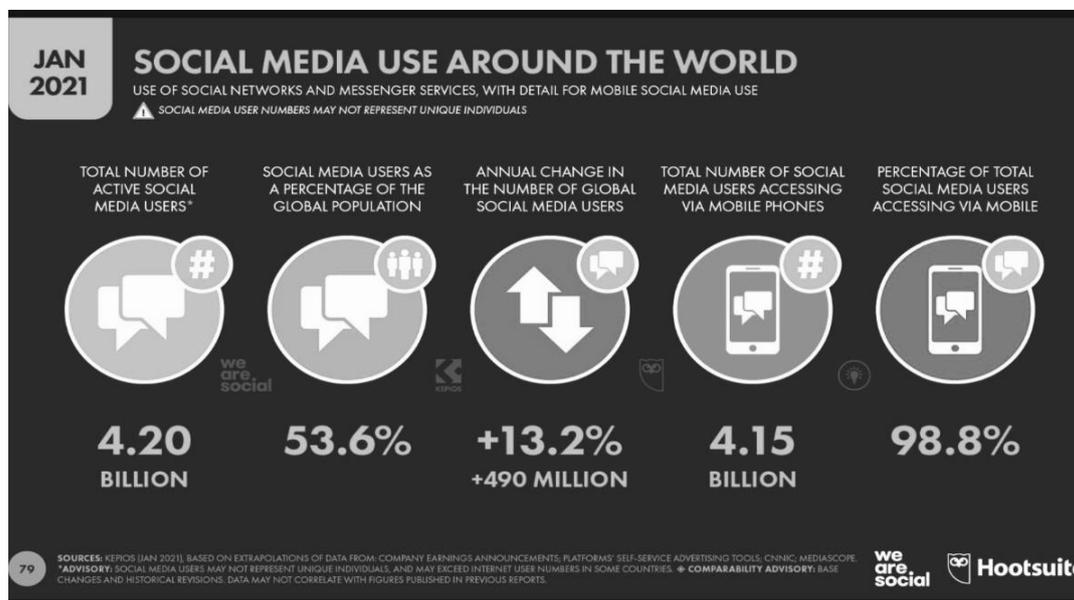


Рис. 1. Статистика использования социальных сетей за январь 2021

Основным механизмом политического манипулирования массовым сознанием на просторах социальных сетей является воздействие на пользователей через общественное мнение. Участникам коммуникации в социальных сетях пытаются внушить, что оценки (заранее заявленные заинтересованными лицами) каких-либо политических событий поддерживаются большинством граждан.

В политической практике существует определенный план действий для реализации манипулирования [2, с. 150]. Так, основными действиями являются:

1. Конструирование информативной базы влияния. На этом уровне формируются сомнения, осуждается работа СМИ и подчеркиваются негативные стороны управления государством.

2. Создание провокационного происшествия и способа по контролю его обсуждения в соц. сетях. На данном этапе пропагандируются антиправительственные СМИ, на базе социальных сетей создаются каналы, блоги и группы для обсуждения существующей проблемы.

3. Убеждение пользователей, что выдвигаемые мнения (предложенные специальными людьми), поддерживаются большинством. На пике создается необходимое настроение среди вовлеченных пользователей с призывами к активным действиям.

4. Реализация воздействий.

Социальные сети могут влиять на массовое сознание как позитивно, так и негативно. Позитивно: В настоящее время, каждый политический деятель имеет свой аккаунт на платформах социальных сетей, где периодически публикует новости политики и высказывает свое мнение, касаясь происходящих событий.

Все больше российских политиков создают свои профили в таких сетях, как ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, Instagram и Facebook. Это делается, прежде всего, для того, чтобы показать «виртуальную социализацию» и быть ближе к народу. В социальных сетях политик имеет возможность привлечь на свою сторону людей, используя различные средства манипуляции, например: политик может придерживаться той же точки зрения что и большинство граждан, тем самым показывая, что он «свой». Негативные: способности социальных сетей поднять массовое волнение или повлиять на начало революционных действий.

Список использованной литературы

1. Вся статистика интернета и соцсетей 2021 год – цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс] // www.web-canape.ru. Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 01.03.2021)

2. Зверев А.Л., Федоров А.П. Социальные сети как инструмент политического манипулирования (на примере организации // Вестник БГУ. 2015. №7

3. Осипов В. Е., Банкерова Е. И. Историческое сознание, его роль и место в структуре общественного сознания // Культура. Наука. Образование. 2010. № 1 (14). С. 5-32

4. Ракитянский Н. М. Понятия сознания и менталитета в контексте политической психологии // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2011. № 6. С. 89-103

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Петросян Т.С., Котов Р.Э.

Научный руководитель: ст. преп. Крутикова С. В.
Тверской государственной университет, г. Тверь,
tigran_petrosyan2000@mail.ru, romakotov99@mail.ru

Аннотация. Развитие технологий и внедрение автоматизации является направляющим фактором развития общества на сегодняшний день. Рассмотрение ее особенностей, положительных и отрицательных аспектов на современном этапе обуславливает актуальность темы данной публикации. Цель статьи – изучить проблемы, положительные и отрицательные аспекты внедрения электронного документооборота. Это позволит понять необходимость расширения автоматизации в цифровом веке развития общества.

Ключевые слова: автоматизация, статистика, СЭД, электронный документ.

Изучая работу любой организации и деятельность индивидуального предпринимателя, можно увидеть, что работа с документами – неотъемлемая часть делопроизводства. Система автоматизации документооборота помогает решить ряд проблем. Для выстраивания этой системы, на сегодняшний день широко используются системы электронного документооборота (СЭД). Исходя из этого, и была выбрана тема: «Проблемы внедрения электронного документооборота в индивидуальном предпринимательстве».

СЭД упрощает работу, так как позволяет оперативно осуществлять все действия с документами: приём/создание; обмен; подпись; исполнение/отправка.

В таблице 1 представлен объём рынка СЭД на рынке России.

Таблица 1

Объём российского рынка СЭД, млрд. руб.

2015	2016	2017	2018	2019
37,8	41,6	46,2	48,5	52,4
+10%	+10%	+11%	+5%	+8%

Источник: Рынок СЭД. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
[https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД\(рынок России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД(рынок России)) [2]

Изучая таблицу, мы видим, что рынок СЭД в России продолжает плавное развитие, без кратного прироста новых клиентов. Эксперты отмечают, что в последние годы речь, прежде всего, идет о качественной трансформации и решений, отдельных проектов, а не о массовых внедрениях. Изучив интервью генерального директора компании “Синтеллект” Павла Каштанова, отметим, что в 2019 году на рынке СЭД наблюдалось повсеместное стремление обновить устаревшие инструменты автоматизации документооборота новыми современными платформами, готовыми заменить собой десятки различных узконаправленных решений.

В 2020 г. решением президиума Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности (протокол

от 25 декабря 2020 г. № 34) была утверждена Концепция развития электронного документооборота в хозяйственной деятельности.

Концепция направлена на повышение качества и эффективности документооборота на основе высокотехнологичных решений, упрощение, облегчение и создание комфортных условий для электронного взаимодействия между государственными органами власти и/или хозяйствующими субъектами, повышение доверия к цифровым технологиям в первую очередь, за счет оптимизации нормативного правового регулирования.

Переходя к проблематике нашего исследования, отметим, что проблемами внедрения электронного документооборота в малый бизнес является и стоимость. Многие субъекты малого предпринимательства обходятся бумажной документацией, а внедрение СЭД стоит немалых денег. Но стоит отметить тот факт, что малый бизнес в отличие от крупных бизнесов не нуждается в продвинутых технологиях СЭД. Также многие владельцы малых бизнесов считают, что из-за малой документации в их деле всё сможет выполнить сотрудник, но с другой стороны, СЭД предназначен для работы именно с документооборотом и будет более оперативным в отличие от Windows.

С практической точки зрения, документы из одной организации малого бизнеса в другую организацию передаются по электронной почте. Это является ещё одним фактором того, что владельцы не хотят вводить СЭД.

Всё же по логике, можно сказать, что передача документов по электронной почте является процессом цифровизации и подразумевает будущий переход на СЭД. Мы считаем, что в скором будущем почти во всех сферах малого бизнеса будут использоваться СЭД.

В таблице 2 представлены крупнейшие поставщики СЭД в России.

Таблица 2

Крупнейшие поставщики СЭД в России за 2019 год, млн. рублей

Название компании	Млн. руб.
ЭОС	1702
Логика Бизнеса	1138
КРОК	1020
Digital Design	799

Источник: Поставщики СЭД. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru> [5]

Как мы видим, лидером российского рынка СЭД по итогам 2019 года стала компания ЭОС. В первую тройку также вошли компании "Логика Бизнеса" и "Крок". В целом суммарный объем выручки всех участников рейтинга по итогам 2019 года составил без малого 10 млрд. рублей, рост – 6,5%.

Выручка участников российского рынка СЭД в 2018-19 гг.

Название компании	Выручка в 2019 г., млн. руб.	Выручка в 2018 г., млн. руб.	Динамика 2019/2018, %	Крупнейшие проекты 2019/20
ЭОС	1702	1203	41,5	Казаньоргсинтез
Логика Бизнеса	1138	1558	-27	-
КРОК	1020	1103	-7,5	-
Digital Design	799	725	10,1	Райффайзен Лайф

Источник: Макроэкономические показатели стран Африки. – [Электронный ресурс].
Режим доступа: https://www.center.ru/international_markets/world_map [6]

Эксперты рынка СЭД считают, что 2020 год прошел для сферы СЭД в положительном русле. По оценкам экспертов, в 2021 г. рынок должен вырасти на 15-20%. Всё это связано с пандемией, массовым переходом на удаленную работу и осознанием важности электронного документооборота для нормального функционирования бизнеса. Еще одним важным фактором является потребность заказчиков обеспечить эффективную и безопасную удаленную работу своих сотрудников в корпоративных информационных системах. В целом, в 2020 году рынок СЭД имел разнонаправленную динамику.

2020 г. был сложным для всего мира из-за ситуаций с пандемией, но он показал, важность цифровизации бизнес-процессов, необходимость обеспечения их непрерывности на случай непредвиденных ситуаций. СЭД во многих случаях стала идеальным инструментом для этого, поскольку современные системы охватывают множество направлений, выходящих за рамки канцелярии, регистрации и согласования документов. В связи с этим спрос на технологии СЭД увеличился и ожидается рост цифровизации. Мировая пандемия внесла свои коррективы и многократно повысила приоритеты перехода компаний на безбумажные технологии и автоматизацию процессов обработки документов.

Подводя итоги нашего выступления, хотим сказать, что СЭД с каждым днём охватывает всё большее количество организаций и сфер жизни общества, поэтому мы считаем, что в скором будущем все сферы бизнеса перейдут на электронный документооборот.

Системы электронного документооборота выступают перспективным инструментом оптимизации основных, вспомогательных и административных бизнес-процессов организации. Также СЭД выступает драйвером развития цифровизации процессов экономики.

Для малого бизнеса внедрение СЭД будет оптимальным решением, так как облегчит, ускорит и расширит возможности, как самой организации, так и сотрудников. Отталкивающим фактором внедрения СЭД в сферу малого бизнеса является его цена, но стоимость данной продукции сильно варьируется и напрямую зависит от функционала самой организации.

Реализация мероприятий, предусмотренных в принятой Концепции, позволит обеспечить: перевод до конца 2024 года в электронную форму 95 процентов, выставляемых хозяйствующими субъектами счетов-фактур (за исключением счетов-фактур, для которых предусмотрен иной порядок обмена в связи с их отнесением к государственной тайне); перевод до конца 2024 года 70 процентов, формируемых хозяйствующими субъектами транспортных и товарных накладных в электронную форму (за исключением документов, для которых предусмотрен иной порядок обмена в связи с их отнесением к государственной тайне); снижение количества истребуемых бумажных документов в рамках мероприятий налогового контроля не менее, чем на 10 процентов в год, начиная с 2023 года; сокращение затрат хозяйствующих субъектов на обработку и хранение бумажных документов по итогам внедрения электронного документооборота; повышение прозрачности осуществляемых хозяйствующими субъектами сделок.

Список литературы:

1. Антонов Е. В. Территориальная концентрация и глобализация экономики / Е.В. Антонов. – Текст: электронный // Региональные исследования. – 2019. – № 3 (65). – С. 26-41. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41582294>.
2. СЭД на рынке России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД_(рынок_России)) - (Дата обращения 02.04.2021)
3. Чернова О. А. Основы СЭД. / Чернова О. А. – Текст: электронный // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 6-2. – С. 183-192. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43031583>.
4. Положительные и отрицательные стороны системы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/869621/dmitrii-laru-elnar-bainazarov/my-prizyvaem-rossiiskii-biznes-investirovat-v-kongo> - (Дата обращения 02.04.2021)
5. Поставщики СЭД в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru> - (Дата обращения 03.04.2021)
6. Выручка российского рынка СЭД. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.center.ru/international_markets/world_map - (Дата обращения 03.04.2021)
7. Влияние пандемии на рынок СЭД. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trendeconomy.ru/data/h2/TOTAL> - (Дата обращения 03.04.2021)

РУССКАЯ ПРЕССА КАК КАНАЛ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ: ИСТОРИЧЕСКАЯ РЕТРОСПЕКТИВА

Саражакова А.С., аспирантура, 1 курс

Научный руководитель: д. и. н., профессор Костриков С.П.

Государственный университет управления,
Институт государственного управления и права

Осознать силу периодической печати, выявить ее влияние на общественное мнение, способы манипулирования массовым сознанием еще в первой половине XVII в. смог кардинал Ришелье во Франции. Периодическое издание «La Gazette», выходявшее под его руководством, пропагандировало ценности абсолютной монархии и существующего авторитарного режима. Контролируя все публикации «La Gazette», кардинал оказывал воздействие на сознание читающей публики.

Актуальность изучения прессы объясняется тем, что в России периодика на протяжении всей своей истории была и остается одним из центральных каналов пропаганды, формирующих и отражающих общественное мнение во всем его многообразии. Немецкий историк печати XIX-XX вв. Л. Саламон утверждает, что с самого момента своего зарождения русская периодическая печать никогда не являлась носителем мнения всей нации. По его словам, российские газеты выражали воззрения отдельных лиц, лоббировали их интересы и стремления, а помимо прочего большинство из них и вовсе инспирировались правительством [3]. Надо отметить, что такое мнение можно распространить на оценку любого СМИ капиталистической эпохи.

Становление русской прессы происходило медленнее, чем европейской. Отсчет ее истории ведется с 1702 г., когда по инициативе Петра I на основе рукописной газеты «Вести-куранты» в Москве появились первые печатные «Ведомости» [3]. По большей части «Ведомости», являясь каналом правительственной пропаганды и формирования общественного мнения, публиковали сведения о военных достижениях русской армии, неся соответствующие установки в массы. На протяжении всего XVIII в. газеты носили в основном официально-ведомственный характер и играли значительную роль в формировании российского информационного поля. Некоторое оживление в отечественной периодике связано с екатерининской эпохой, когда появились и частные издания [3]. Те, кто читали газеты и журналы почти полностью доверяли написанному в них и сквозь призму прочитанного формировали «собственное» мнение о роли России на европейской арене.

Сеть газетной периодики начала XIX в. расширилась не только посредством появления новых официальных изданий, но и частных [3]. Однако, большая их часть тесно сотрудничала с правительством и получала от него деньги за «верную службу». Издания, носившие оппозиционный характер и рушащие информационную монополию государства подвергались жестким гонениям. Несмотря на наличие цензурного контроля и усиление позиций правительственной

печати, развитие общественно-политического движения в 40-е гг. смогло изменить роль и положение периодической печати в жизни страны [3]. Поражение царизма в Крымской войне лишь усилило начавшиеся в обществе процессы либерализации. Вторая половина и конец XIX в. ознаменовались значительным ростом изданий [2, с. 112-113]. Однако, относительная свобода слова существовала лишь в журналах и иной периодике частных издателей и типографий. Функционировала также и нелегальная печать, но она не могла на равных соперничать с легальной периодикой.

К началу XX столетия в России сложилась как разветвленная структура официальной и проправительственной прессы, так и преобладающая в количественном соотношении частная.

Исключительно важную роль она играла на арене общественно-политической борьбы. Большинство изданий этого периода считали своей главной задачей пропаганду определенных политических идей. Легальная и нелегальная печать представляла собой широкий спектр политических воззрений и отражала противоречивую картину общественной жизни. На страницах изданий велась ожесточенная борьба революционного мировоззрения против идеологии реакционных и мелкобуржуазных взглядов, материализма против идеализма [2, с. 114]. Благодаря быстрому развитию периодической печати этого периода, руководство общественным мнением перешло в ее руки. Русская печать стала играть важную роль во внутривнутриполитической и внешнеполитической жизни страны. Можно отметить ряд периодических изданий, информационный и аналитический уровень которых был сопоставим с лучшими иностранными газетами. Это газеты «Русское Слово», «Новое Время», «Русские Ведомости», «Утро России» и др., журналы «Вестник Европы», «Русское Богатство», «Московский Еженедельник», «Мир Божий» и др., а также печать политических партий – кадетов, октябристов, националистов, социал-демократов большевиков и меньшевиков.

С приходом в октябре 1917 г. к власти большевиков и формирования Советской власти постепенно устанавливался контроль над печатным словом. По большому счету к середине 1918 г. в стране осталась только печать, подотчетная правящим политическим силам, что объясняется начавшейся Гражданской войной. Хотя на периферии действовала и печать противников Советской власти – белых правительств и других контрреволюционных сил. С победой над интервентами и белогвардейцами исчезает и их периодика.

Ключевая особенность советской периодической печати заключалась в расширении читательской аудитории в связи с ликвидацией неграмотности, в ее общедоступности (и с точки зрения возможности свободно получить практически любой печатный орган, и с точки зрения цены на периодику), охвате всей читающей аудитории от мала до велика за счет разнообразия газетно-журнальной продукции. Возникла масса новых изданий. Одновременно сохранялись наиболее популярные дореволюционные издания, например, иллюстрированный журнал «Красная Нива» (старое издание – «Нива») и «Торгово-промышленная газета». Вследствие этого пресса как канал политической пропаганды достигла апогея своего развития. Даже в период повсеместного расширения радио и с появлением те-

левидения для советского гражданина периодическая печать нисколько не потеряла своего значения и как источник разнообразной информации, и как канал политической пропаганды, даже как признак определенной статусности.

С распадом социалистического государства изменилась и система СМИ: закрыты и трансформированы сотни старых изданий, но возникли и тысячи новых, что связано с техническими возможностями XXI в [1, с. 473]. В связи с этим, сейчас остро стоят вопросы: что будет с печатной прессой? Сохраняет ли она свою пропагандистско-агитаторскую функцию?

Сегодня в России, несмотря на бурное развитие Интернета и других каналов получения информации, продолжают функционировать десятки тысяч печатных периодических изданий, они занимают определенную «нишу» в общественной жизни страны, имея ряд преимуществ [1, с. 480]. Периодические издания не только отражают, но и формируют общественное мнение, остаются эффективным каналом воздействия политических акторов на общественные настроения, общественное мнение. А значит, печатная периодика по-прежнему остается одним из ключевых звеньев в системе единого информационного пространства страны, сохраняет свою функцию одного из каналов политической пропаганды.

Список использованных источников

1. Лебедев А.В., Козлов А.В. Сможет ли пресса ответить на вызовы времени? Печатные СМИ в условиях информационной революции во втором десятилетии XXI века // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т.9. № 3. С. 472-484.
2. Савастенко Р.А. Российская периодика в начале XX века и ее участие в общественно-политической жизни страны // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2013. №4. С. 112-121.
3. Саламон Л. Всеобщая история прессы // История печати. Антология. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 64-194 [электронный ресурс]. Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text2/29.htm#%D0%B7_05

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РЕГИОНЕ

Смирнов Б., бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н, доцент Анисимова С.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Важным средством для повышения экономической, социальной и экологической эффективности функционирования региона является научнообоснованная, хорошо организованная, грамотная инвестиционная политика.

Инвестиционная политика в регионе должна быть ориентирована на решение важных стратегических и тактических задач. В их числе: наращивание инвестиционного потенциала, развитие местного производства и т.д. При этом, капитальные вложения, осуществляемые в регионе, могут быть подразделены на внерегиональные (из федерального бюджета) и региональные (из местного бюджета, за счет привлечения средств предприятий и граждан.

Новые возможности для бизнеса обеспечит создание в области двух новых технопарков: «Эммаусс» и «Боровлёво-3». На открытие технопарков Тверская область рассчитывает получить около 1,5 млрд рублей из федерального бюджета. [1]

В рамках национального проекта в Твери в 2019 году был создан Центр «Мой бизнес». Он объединил на одной площадке всю инфраструктуру поддержки малого и среднего бизнеса: предоставление льготных займов, инвестиций, лизинг, содействие в экспорте, услуги МФЦ и другие направления.

Кроме того, в 2020 году городу Кувшиново присвоен статус территории опережающего социально-экономического развития, который предусматривает ряд налоговых льгот для инвесторов.

Тверская область занимает одно из лидирующих мест среди субъектов Центрального Федерального округа по темпам снижения инвестиционных рисков и считается одним из наиболее инвестиционно привлекательных регионов России [2].

В 2021 году перечень заявленных к реализации инвестиционных проектов содержит 90 проектов, в разных отраслях экономики, с общим заявленным объемом инвестиций около 140 млрд руб., количеством создаваемых рабочих мест – около 22 тыс., среди которых около 50 наиболее крупных инвестиционных проектов. За последние два с половиной года Правительством Тверской области заключено около 45 соглашений о сотрудничестве в рамках реализации инвестиционных проектов на общую сумму более 70 миллиардов рублей [3].

Результат активной инвестиционной политики Тверской области невозможно не заметить. За последние годы в регионе заметно увеличились темпы роста промышленности и инвестиций, улучшился имидж области как региона, привлекательного для капиталовложений. В области пришли крупные знаковые инвесторы: «Shell», «ТЕКО», «Ahlstrom», "DirectGroup", «Хамильтон Стандарт Наука», «OTTO group», «SKF», «Paulig», «Jabil», «Парето-Принт», «ТНК-ВР», «Hitachi» и другие.

По данным Тверьстата, объём инвестиций в основной капитал крупных и средних организаций города Твери за 2020 год превысил 22,6 млрд. рублей, что на 14,6% больше 2019 года. При этом инвестиции по городу Твери составили 37% от общего объема инвестиций в основной капитал по Тверской области (61 млрд. рублей).

В структуре источников капитальных вложений собственные средства предприятий и организаций составили 11,1 млрд. рублей, или 49% всего объема инвестиций, а привлеченные ресурсы - 11,5 млрд. рублей, или 51%, основная часть которых (45,5%) приходится на заемные средства организаций, в том числе: кредиты банков (23,9%) и коммерческие займы других организаций (21,6%).

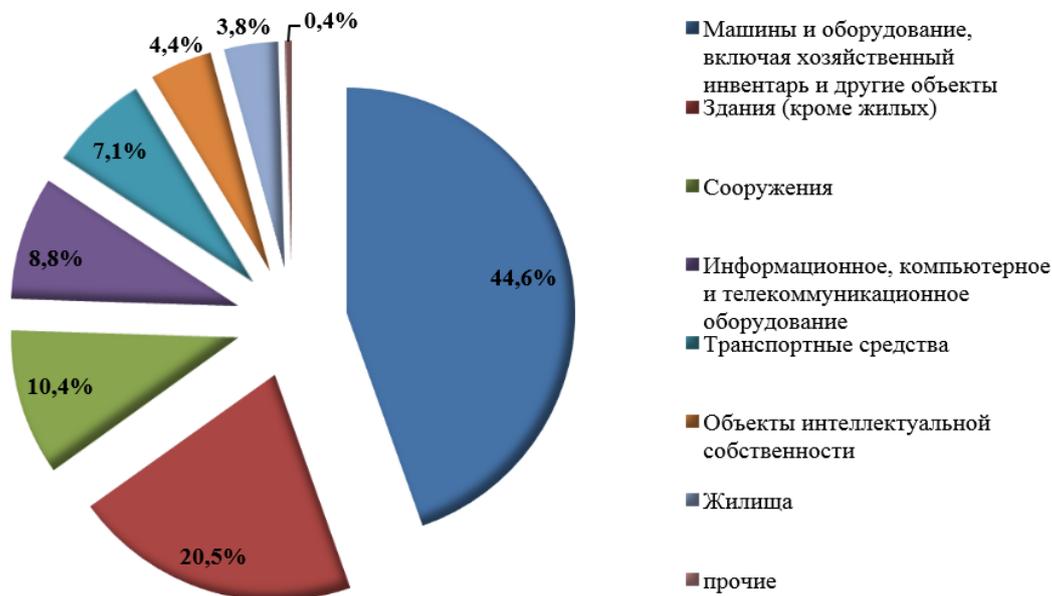


Рис. 1. Структура капитальных вложений в городе Твери по направлениям инвестирования за 2020 год

Таким образом, в 2020 году основными факторами, сдерживающими инвестиционную активность организаций, оставались недостаток собственных средств (данный фактор указали 72% опрошенных), внутренняя экономическая ситуация в стране (69% опрошенных), инвестиционные риски (60% опрошенных), инфляционная политика и высокий процент коммерческого кредита (соответственно 67% и 56% опрошенных).

Оценивая положительное влияние инвестиций на показатели деятельности организаций, увеличение конкурентоспособности в 2020 году отметили 25% руководителей организаций и 34% ожидают увеличения в 2021 году; на рост производительности труда рассчитывают 37% руководителей организаций в 2020 году и 42% - в 2021 году.

Список использованной литературы

1. В Тверской области планируется открыть два новых индустриальных парка [Электронный ресурс] // URL: <http://tverinvest.ru/news/v-tverskoy-oblastiplaniruetsya-otkryt-dva-novykh-industrialnykh-parka/> (дата обращения: 12.04.2021).
2. Рейтинг регионов по инвестиционной привлекательности. Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://delen.ru/investicii/rejting-regionov-po-investicionnoj-privlekatelnosti.html> (дата обращения 15.03.21)
3. Инвестиционный портал Тверской области [Электронный ресурс] // URL: <http://tverinvest.ru/> (дата обращения: 13.04.2021).

ПРОБЛЕМЫ СБЛИЖЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА

Спичак К.Д., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Ястребова Е.Н.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Аннотация: в данной статье анализируются изменения в учете бухгалтерском и налоговом учете запасов, готовой продукции и незавершенного производства, а также проблемы их сближения в производственной организации.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, налоговый учет, готовая продукция, незавершенное производство, отчетность, затраты.

Различия нормативного регулирования бухгалтерского и налогового учета, обусловленные различными целями их ведения, приводит к неизбежной разнице в оценке имущества и обязательств организации.

Определение величины затрат на производство, оценка незавершенного производства на конец периода являются областями, где возникают значительные различия между бухгалтерским и налоговым учетом. В такой ситуации, учетная политика организации становится эффективным инструментом оптимизации учетного процесса, так как позволяет уменьшить трудоемкость путем сближения двух систем учета.

Рассмотрим трактовку термина «незавершенное производство» (Таблица 1).

Таблица 1

Определение незавершенного производства и его оценка в бухгалтерском и налоговом учете

Бухгалтерский учет Приказ Минфина России от 29.07.1998 N 34н	Продукция (работы), не прошедшая всех стадий (фаз, переделов), предусмотренных технологическим процессом, а также изделия неукomплектованные, не прошедшие испытания и технической приемки.	Отражается в балансе по: - фактической или нормативной (плановой) - производственной себестоимости; - по прямым статьям затрат ; - по стоимости сырья, материалов и полуфабрикатов
Налоговый учет ст.319 НК РФ	Продукция (работы, услуги) частичной готовности, то есть не прошедшая всех операций обработки (изготовления), предусмотренных технологическим процессом (законченные, но не принятые заказчиком работы и услуги; остатки невыполненных заказов производств, полуфабрикатов собственного производства)	Оценивается по прямым расходам (при этом сумма остатков НЗП на конец текущего месяца включается в состав прямых расходов следующего месяца).

Несмотря на то, что определение незавершенного производства в бухгалтерском учете аналогично тому, что приведено в Налоговом кодексе РФ, разница может возникнуть из-за разных методов оценки НЗП, из чего следует, что, во избежание существенных разниц с налоговым учетом, целесообразнее отражать незавершенное производство по *прямым расходам*.

Существенно влияет на учет группировка и состав расходов для целей бухгалтерского учета и налогообложения (Рис.1).



Рис. 1. Классификация расходов в бухгалтерском и налоговом учете

Исходя из ст. 318 НК РФ, классификация *прямых* расходов в налоговом учете аналогична бухгалтерскому (п. 23 ФСБУ 5/2019) и состоит из следующих элементов [1] [3]:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- амортизация;
- прочие затраты.

Сейчас этот перечень не является обязательным и носит рекомендательный характер, следовательно, организации имеют право самостоятельно определять в учетной политике, что именно они относят к прямым расходам и считать в налоговом учете прямыми те же расходы, что и в бухгалтерском.

Под *косвенными* в бухгалтерском учете понимаются такие расходы, которые относятся к производству в целом (счета 25 и 26) [4]. Расходы на 25 счете включаются в себестоимость конкретного вида продукции путем распределения, а расходы на 26 счете относятся в полном объеме на уменьшение выручки. В фактическую себестоимость незавершенного производства включаются затраты, прямо относящиеся к производству конкретного вида продукции (прямые затраты- 20 счет), и затраты, которые не могут быть прямо отнесены к производству конкретного вида продукции (косвенные затраты-25 счет) [3].

В налоговом учете к косвенным расходам на производство и реализацию отнесены все оставшиеся расходы, которые не относятся к прямым и не признаются внереализационными расходами согласно ст. 265 НК РФ, но в принципе признаются расходами в целях гл. 25 НК РФ (п. 1 ст. 318 НК РФ). Такие расходы признаются в полном объеме в отчетном периоде.

Таким образом и в бухгалтерском, и в налоговом учете предусмотрена *сокращенная себестоимость (директ-костинг)*. Различие состоит в том, что часть косвенных расходов БУ в налоговом учете может относиться к прямым, в зависимости от учетной политики организации. В связи с чем, организация имеет возможность утвердить одинаковый перечень прямых и косвенных затрат для налогового и бухгалтерского учета.

Различия в оценке НЗП в бухгалтерском и налоговом учете могут быть еще больше, если разными будут цены на сырье, переданное в производство. Поэтому предпочтительнее закрепить в учетной политике одинаковый для целей бухгалтерского и налогового учета способ оценки стоимости списанного в производство сырья.

Вместе с тем нужно иметь в виду, что для каждой отрасли в бухучете традиционно сложились свои методы учета затрат и оценки НЗП зависящие от особенностей производственного процесса (например- позаказный учет при оказании ремонтных услуг). В таких условиях полное сближение налогового и бухгалтерского учета невозможно, а возникающие разницы отражаются в учет организации-плательщика налога на прибыль в соответствии с ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль».

Нужно учитывать и такие особенности деятельности как количество запасов и период реализации. Так, если продукция продается долго и доля прямых расходов существенна, организации может быть более выгодно переклассифицировать некоторые затраты из прямых в косвенные, что позволит таким образом оптимизировать свои налоговые выплаты.

Таким образом, правила формирования НЗП в налоговом учете могут в принципе и не отличаться от аналогичных правил в бухгалтерском учете.

Бухгалтеры могут приблизить налоговый учет к бухгалтерскому, устанавливая одинаковые перечни прямых расходов и принимая единую методику оценки незавершенного производства в обоих видах учета. Избранная методика закрепляется в учетной политике и должна применяться ими как минимум два года.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 17.02.2021) [Электронный ресурс] СПС «Консультант Плюс». - <http://www.consultant.ru>
2. Приказ Минфина России от 29.07.1998 N 34н (ред. от 11.04.2018) "Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации"[Электронный ресурс] СПС «Консультант Плюс». - <http://www.consultant.ru>
3. Приказ Минфина России от 15.11.2019 N 180н "Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 "Запасы" (вместе с "ФСБУ 5/2019...") (Зарегистрировано в Минюсте России 25.03.2020 N 57837) [Электронный ресурс] СПС «Консультант Плюс». - <http://www.consultant.ru>
4. Цыденова Э.Ч. Бухгалтерский и налоговый учет: учебник / Э.Ч. Цыденова, Л.К. Аюшиева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 399 с. – [Электронный ресурс]: <https://znanium.com/read?pid=1066005>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Хомутильников А.И., бакалавриат, 2 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Новикова Н.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

В современных условиях достаточно активно начинает развиваться система партнерства государства и бизнеса. И особая роль принадлежит социальному предпринимательству, решающему экономические и социальные проблемы, которые не всегда под силу только государству, возможно и привлечение частного бизнеса. Именно эффективное функционирование социального предпринимательства вносит существенный вклад в экономику и социальное развитие и муниципалитета, и региона, и страны.

По данным на 26.07.2020 социальных предпринимателей в России зарегистрировано порядка 50 тысяч [3]. За первую половину 2020 года статус социального предприятия приобрели 1197 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, согласно единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства [2]. Приблизительно 1,82% приходится всех социальных предпринимателей от общего их количества.

Социально-ориентированных некоммерческих организаций в России, по состоянию на 04.02.2021 г. 24 275 организаций, т.е. 49 % от общего количества всех социальных предпринимателей [5].

Модели социального предпринимательства в России представлены в двух формах: предоставление социально-значимых услуг и производство товаров. По данным из информационного издания фонда «Наше будущее» 18,4% всех социальных предпринимателей работают в дошкольном образовании, 11,8% в прочем производстве, 11% в дополнительном образовании, 10,5% в области спорта, 10,1% в здравоохранении [6, стр. 12].

Но есть ряд проблем и для эффективного внедрения и расширения социального предпринимательства в нашей стране необходимо провести следующие мероприятия:

1. Официальное утверждение закона «Об социальном предпринимательстве» с закреплением определенной организационно- правовой формы данного вида предпринимательства. Необходимо классифицировать всех социальных предпринимателей по видам услуг на следующие группы: «социально-бытовые» (приготовление пищи, стирка и ремонт вещей и др.), «социально-медицинские» (уход, медицинские наблюдения и др.), «социально-педагогические» (организация досуга, социально-педагогическая коррекция и др.), «социально-трудовые» (помощь в трудоустройстве, обучение профессиональным навыкам), «социально-психологические» (психологическое консультирование, психологический патронаж и др.), «прочие услуги для повышения коммуникативного потенциала» (обучение первичным навыкам работы с компьютером, социальная реабилитация и др.) [2].

2. Увеличить число программ, субсидирующих деятельность социального предпринимательства на основе предоставления компенсаций по возмещению расходов, например, на выплату процентов по банковским кредитам. К примеру, в расчете на 1 одного жителя лидеров субъектов Российской Федерации по поддержке социального предпринимательства приходится примерно: в Ханты-Мансийском автономном округе - 23,37 рублей, Ярославская область- 21,43; Пермский край- 17,43 рублей; Республика Тыва-3,33 рублей [1]. Из представленных выше данных видно, что лидером является Ханты-Мансийский автономный округ. В других регионах, возможно, нужно активизировать деятельность по участию в конкурсных процедурах по предоставлению мер поддержки для социально-ориентированных некоммерческих организаций и социальных предпринимателей, а возможно и активизировать процессы взаимодействия государства и бизнеса, предоставив возможность диверсификации их деятельности.

3. В текущей реальности возможно создание очных или дистанционных факультативных курсов по «Основам социального предпринимательства», которые будут выпускать специалистов в области данного предпринимательства. Внедрение учебных дисциплин в виде факультативов в регионах, где наиболее востребована образовательная поддержка такого рода.

В России сейчас реализуется данная поддержка только в крупных городах. К примеру МГУ им. М. В. Ломоносова реализует учебную программу, составленную совместно с Фондом региональных социальных программ «Наше будущее» [4]. Фонд «Наше будущее» поддерживает новые бизнес-проекты, а также оказывает консультационные услуги начинающим и опытным предпринимателям. Курс профессиональной переподготовки платный, но как считают авторы перспективный.

Следует также отметить, что социальная помощь - это не национальная, не региональная, а уже глобальная проблема, обусловленная недостаточностью ресурсов и неравномерностью развития в странах. Поэтому в будущем возможно, что будут реализовываться специальные программы обучения социальному предпринимательству, имеющие финансирование регионального или международного характера и выполняющие одну из целей глобального развития- обеспечение финансовой устойчивости региона и мира, в целом.

4. Популяризация данного вида предпринимательства в средствах массовой информации. Распространение знаний о социальном предпринимательстве посредством СМИ, создание групп и официальных страниц в социальных сетях. Возможный запуск цифровой платформы, рассказывающей о преимуществах социального предпринимательства в России и её субъектах. Возможно, также с целью популяризации данного вида деятельности осуществлять определенные игротехники воспитателями в дошкольных учреждениях на уровне муниципалитетов в Дни малого и среднего предпринимательства.

В Ханты-Мансийском автономном округе благодаря содействию центра «Мой бизнес» была создана официальная страница группы по содействию развития социального предпринимательства в социальной сети «В контакте».

Группа насчитывает около 2 тысяч подписчиков и является самой многочисленной по числу подписчиков групп по социальному предпринимательству в данной социальной сети.

Комплекс вышеприведенных мероприятий, который предложен нами, имеет практическое значение для муниципальной, региональной и национальной экономики, а некоторые из них и для мировой. На национальном уровне он будет способствовать снижению уровня безработицы, выходу из экономического кризиса, начавшегося с 2008 года, улучшению благосостояния населения, снижению уровня преступности. И главное, даст возможность создать самобытную и социально-ориентированную модель муниципальной, региональной, и как следствие, национальной экономики России, способной противостоять глобальным вызовам и реализовать возможности устойчивого развития на основе социального партнерства государства и бизнеса.

Список использованных источников

1. 49,6 млн рублей получила Югра из бюджета РФ для поддержки СОНКО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://myopenugra.ru/news/economy/49_6 mln_rublej_poluchit_yugra_iz_byudzheta_rf_dlya_podderzhki_sonko/. – Дата доступа: 29.03.2021.

2. В Реестр МСП внесены сведения о социальных предприятиях [электронный ресурс]. – URL: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/9732584/ (дата обращения: 29.03.2021) –Текст: электронный.

3. В России работают около 50 тыс. социальных предприятий [электронный ресурс]. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/9054185> (дата обращения: 29.03.2021) – Текст: электронный.

4. Высшая школа бизнеса МГУ им. М.В. Ломоносова. [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mgubs.ru/annotacii-k-rabochim-programmam-ba/socialnoe-predprinimatelstvo-ba/> – Дата доступа: 29.03.2021.

5. Корпорация МСП. Развитие социального предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mbnso.ru> – Дата доступа: 29.03.2021.

6. Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko>. – Дата доступа: 29.03.2021.

7. Социальное предпринимательство / Москва: Фонд "Наше будущее", 2018. – 16 с. [электронный ресурс] URL:<http://www.nbfund.ru/upload/iblock/dd6/dd6f3de8b19f585b9867f807-188851f2.pdf> (дата обращения: 29.03.2021) –Текст: электронный.

СИСТЕМА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Чжан Цзиньхуэй, бакалавриат, 3 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Романюк А.В.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Прогнозирование для страны в целом – это фактор, который будет определять её экономическое, социальное и иное состояние, что обусловило выбор темы исследования.

Система стратегического планирования КНР начинает выстраиваться в далеком 1949 году, когда было основано данное государство. Эта система в последующие десятилетия претерпела ряд серьезных изменений.

Основополагающие документы о централизации управления экономикой КНР, объединяющей в себе распоряжение поступлениями и расходами не только государственных, но и частных предприятий, были приняты в период с 1950 по 1956 годы [3]. В 1958–1960 гг. наблюдался отрезок быстрого экономического роста, во время которого были предприняты попытки разработки нового правового поля экономических отношений. Однако данные мероприятия были нейтрализованы в период «культурной революции» 1965–1976 гг. Преодолеть неблагоприятные для хозяйственного развития КНР последствия такой политики были предприняты в 1978 г., когда на пленуме Центрального Комитета Коммунистической партии Китая было принято решение о необходимости принятия новых законов.

В итоге в 1979 г. в КНР начались экономические реформы, которые обеспечили динамическое развитие национального хозяйства (среднегодовые темпы экономического роста составили 9,3%). Они в конечном итоге обеспечили поэтапную интеграцию КНР в мировое хозяйство. Наибольшее воздействие оказало успешное совмещение проведения реформ, развития экономики и поддержание стабильности. Хотя в отдельные периоды времени фиксировались ситуации макроэкономической нестабильности, тем не менее реформы не препятствовали экономическому росту Китая. При этом кратковременные кризисы преодолевались по большей своей части без долговременных откатов в развитии хозяйственного комплекса.

В общем случае переломным для страны стал 1982 г., который был ознаменован принятием новой редакции Конституции Китайской Народной Республики. Именно она позволила создать характерную социалистическую систему государственного планирования, которая характеризуется отходом от директивного подхода к прогнозным и индикативным формам, а также акцентирует внимание на построение эффективной экономической структуры и постановку социальных ориентиров.

Следующие значимые действия были совершены в 1993 г., когда в положении Центрального Комитета Коммунистической партии Китая были официально закреплены нормы о построении в стране системы социалистической

рыночной экономики. Кроме того, утвердили план мероприятий Всекитайского собрания народных представителей по улучшению деятельности правительства. Затем в 1996 г. приняли долгосрочную программу Всекитайского собрания народных представителей по реформированию госаппарата. Этот документ преследовал цель по созданию административной системы, которая соответствовал бы развитой рыночной экономике, имела эффективное косвенные управление и контроль, а также поддерживала баланс в экономике страны.

В отличие от опыта СССР, в КНР планирование не было столь сильно всепроникающим. Тем не менее, до проведения реформ контроль государства за производством и распределением был достаточно сильным, а экономика в большей своей части была закрытой. В итоге объем внешней торговли и иностранных инвестиций имел незначительный объем.

Еще одним важным моментом явилось то, что на момент начала реформ КНР не переживал резкого падения производства, сильной макроэкономической нестабильности, а также не находился на стадии политической трансформации. С другой стороны, перед проведением реформ произошли кардинальные перемены в политическом руководстве, в стратегии развития страны и ее взаимоотношениях с внешним миром. Был достигнут общественный консенсус относительно необходимости преобразований.

В результате можно отметить, что важнейшей чертой идеологии реформ в Китае стала постепенность преобразований. Именно она обусловила длительное сосуществование старой и новой систем хозяйственного управления. С одной стороны, такой подход характеризуется значительными экономическими и иными издержками, а, с другой стороны, способствует сохранению управляемости экономикой и обществом, позволяет избежать резких спадов производства, обеспечивает на всех этапах преобразований общественную поддержку реформ.

Если говорить о периодизации исторического опыта макроэкономического планирования КНР, то можно выделить следующие этапы развития планирования: 1-ый - с 1-го по 4-й пятилетний план (1953 - 1975); 2-ой – с 5-го по 9-й пятилетний план (1976 - 2000); 3-ий - с 10-го пятилетнего плана и по настоящее время [2].

При этом нужно отметить, что процесс составления пятилетнего плана занимает примерно три года. Несет ответственность за организацию работы Комитет по развитию и реформам при Госсовете КНР. Он осуществляет предварительные консультации с ведомствами и местными властями, заказывает на конкурсной основе исследовательские разработки, а также разрабатывает предварительные варианты сводного документа, организует их обсуждение, вносит исправления и т.п.

Основополагающим событием третьего этапа стало вступление КНР в ВТО в 2001 г. При этом одним из главных требований для вступления в ВТО являлось ограничение влияния системы директивного планирования в экономике, а также прекращение директивного планирования внешнеэкономической сферы. Это условие было частично выполнено КНР уже к 1994 г., а к моменту вступления в

ВТО в 2001 г. система макроэкономического планирования претерпела существенную трансформацию. В итоге именно 2001 г. принято считать началом функционирования системы индикативного планирования [1].

Таким образом, стратегическое планирование КНР строится на следующих базовых идеях: 1- «великое возрождение нации» и построение «общества среднего достатка», 2 - «социализма с китайской спецификой в новую эпоху», 3- реализация стратегии «Сделано в Китае-2025». Последний документ имеет своей целью превратить КНР в мирового инновационного лидера к середине столетия. Горизонт стратегических целей может уходить более чем на тридцать лет вперед. Наибольшую роль приобретает корпоративное стратегическое планирование.

С другой стороны, развитие ситуации в формате «торговой войны» Китая с США в 2018-2019 гг. показало критическую зависимость экономического и военного целеполагания от состояния американской экономики. В итоге в руководстве КНР стали больше обсуждать уровень научно-технологического развития страны и имеющееся отставание в национальном хозяйстве, которое предполагается преодолеть с опорой на национальную научно-технологическую базу.

В итоге активное использование планирования и прогнозирования в качестве регулирования экономики КНР приносит свои действенные результаты.

Список использованных источников

1. Лебедева Д.Д. Опыт пятилетнего макроэкономического планирования КНР [Электронный ресурс]: AFTERSHOCK. Режим доступа: <https://aftershock-news/?q=node/722458&full> (дата обращения: 15.03.2021)

2. Михеев В., Игнатъев С. Практика стратегического планирования в Северо-восточной Азии // Федерализм. 2019. № 2. С. 156-171.

3. Табуева Е.Ю. Система стратегического планирования в Китайской Народной Республике / Е. Ю. Табуева, А. А. Консовский // Молодой ученый. 2020. № 42 (332). С. 138-141. URL: <https://moluch.ru/archive/332/74204/> (дата обращения: 15.03.2021).

ФАКТОРЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Чуркина Е.М., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Козлова Т.М.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Для каждого предприятия важно сохранять и повышать экономическую эффективность производства. В каждом конкретном случае для этих целей организации используют различные подходы.

Один из них состоит в выпуске большего объема продукции и услуг при неизменном уровне затрат. Основой другого подхода является сокращение затрат, но при неизменном объеме выпуска продукции и услуг. Достигается это с помощью повышения производительности труда за счет внедрения новых технологий, повышения качества сырья и материалов, приобретения нового оборудования, повышения квалификации работников.

Чтобы дать количественную оценку внутрипроизводственных факторов повышения эффективности деятельности предприятия, необходимо проанализировать технический и организационный план совершенствования производства, который включает в себя экономию от снижения издержек и увеличение прибыли и рентабельности, снижение трудоёмкости и увеличение производительности труда, сокращение расхода материальных ресурсов, увеличение выпуска продукции и повышение производственных мощностей, конкретные сроки и размеры реализации мероприятий [2, с. 58].

Научно-технический прогресс всесторонне охватывает производственную деятельность и имеет широкую сферу применения. На уровень и повышение эффективности производства продукции большое влияние оказывают технологические новшества, современные формы автоматизации и информационные технологии. Также они воздействуют на методы и формы организации трудовых процессов, технический уровень, на подготовку кадров и производительность технологического оборудования [3].

В производственной и любой другой сфере деятельности ведущее место в программе повышения эффективности занимает оборудование.

На производительность оборудования помимо технического уровня влияют такие факторы как сменность работы, правильность организации ремонтно-технического обслуживания, оптимальные сроки эксплуатации. При помощи внедрения новой техники, автоматизации производственных процессов, ремонта оборудования, проведения грамотной производственной политики и ликвидации излишнего оборудования можно достигнуть улучшения использования основного капитала организации.

Установив рациональное использование запасов материальных ресурсов, снизив материалоемкость и энергоемкость продукции, а также устранив проблемы в области ресурсосбережения, можно добиться положительного влияния использования материалов и энергии на уровень эффективности деятельности.

Нельзя также не принимать во внимание важность таких факторов как качественные характеристики и внешний вид самих продуктов производства.

Цена, которую покупатель готов заплатить за товар, должна полностью соответствовать его уровню качества и дизайна.

Чтобы достичь высокой эффективности производства, недостаточно только полезности товара, необходимо следить за тем, чтобы продукт поступал на рынок в нужное время и по соответствующей цене. Обязательно нужно избегать любых противоречий организационного и экономического характера между отдельными стадиями маркетинговых исследований и производством продукции.

Для того, чтобы продуктивность любой производственной системы существовала на высоком уровне, необходимо обеспечить должную специализацию и координацию управленческих процессов за счет надлежащих норм управления и единства трудового коллектива.

Повышение квалификации и периодическая аттестация работников, использование положительного опыта других организаций, анализ состояния рабочих мест представляет собой постоянное совершенствование методов труда [1].

Обеспечение должного уровня развития сети различных институтов рыночной и хозяйственной структур выступает важным фактором роста эффективности деятельности предприятия.

Бесспорное влияние на повышение экономической эффективности оказывает внедрение достижений научно-технического прогресса, который присутствует во всех сферах производственной деятельности, главным образом за счет внедрения техники для осуществления безотходных, малоотходных технологий, сберегающих ресурсы.

Фондоотдача при этом увеличивается за счет того, что используя тот же объем переработанного сырья, можно получить увеличение объема произведенной продукции.

На данный момент многие предприятия, занятые в сфере промышленности, испытывают финансовые трудности. В связи с этим не всегда есть возможность финансировать научно-технический прогресс собственными средствами.

Предприятия, которые имеют финансовые возможности, в первую очередь должны выделять средства на актуальные направления научно-технического прогресса, инновационную деятельность и техническое перевооружение.

Одной из современных и наиболее эффективных стратегий является аутсорсинг. Суть аутсорсинга состоит в передаче стороннему подрядчику отдельных производственных процессов и полномочий предприятия на основании контракта.

В современном мире аутсорсинг является повседневной практикой для многих отраслей промышленности. Наибольшая доля услуг аутсорсинга приходится на предприятия, занятые в секторе информационных технологий - 29%, затем идут сферы продаж и маркетинга - 16%, сектор производства составляет

14%, финансовый сектор - 12% и 10% приходится на сектор управления. Остальные 20% поделены между такими отраслями как туризм, транспортировка, обслуживание и т.д. Благодаря стратегии аутсорсинга предприятия могут быстрее продвигаться на рынки других стран и легче подстраиваться под изменяющиеся условия экономической обстановки в стране.

В зависимости от целей выделяют несколько характерных особенностей повышения эффективности финансовой и хозяйственной деятельности предприятий. Для одних предприятий главное – это разделение ресурсов и объединение стратегий всех подразделений. Другие ориентируются только на распределение ресурсов. Третьи делают упор на внедрение новых технологий и повышение качества решений.

Список использованных источников

1. Уманец В.А., Сатырова А.В. Направления повышения экономической эффективности деятельности предприятия // Вестник Керченского государственного морского технологического университета. Экономические науки. – 2020 г. – № 3. – с. 132-140

2. Исмаилова О. И., Минаева О. А. Факторы и пути повышения эффективности производственной деятельности на предприятии // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике. Сборник материалов XX ежегодного открытого конкурса научно-исследовательских работ студентов и молодых ученых в области экономики и управления. Волгоград, 2020. С. 57-60.

3. Разработка мероприятий по повышению эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия URL: studwood.ru (дата обращения 29.03.2021).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ООО «ЭлектроЛайтинг»

Шарафетдинова В.Д., бакалавриат, 4 курс

Научный руководитель: к. э. н., доцент Заруцкая Е.А.

Тверской государственной университет, Институт экономики и управления

Нематериальное стимулирование трудовой деятельности персонала представляет собой систему мер, не связанных с денежными выплатами, направленную на побуждение персонала к эффективной трудовой деятельности для достижения целей организации. Комплексное целенаправленное воздействие на трудовую и профессиональную деятельность персонала в рамках управления трудовым поведением, оказание влияния на условия жизнедеятельности, посредством использования мотивов, движущих его деятельность, называется системой нематериального стимулирования трудовой деятельности персонала, сущность которой определяется функциями: экономической, социальной и нравственной.

Цель проведенного автором исследования – анализ системы нематериального стимулирования трудовой деятельности персонала организации и разработка мероприятий по её совершенствованию. Объект исследования – персонал предприятия ООО «ЭлектроЛайтинг» (пгт. Калашниково, Тверская область). Исследование является сплошным, опрошено 20 человек. Сроки проведения – апрель 2021 г. Метод исследования – социологическое исследование.

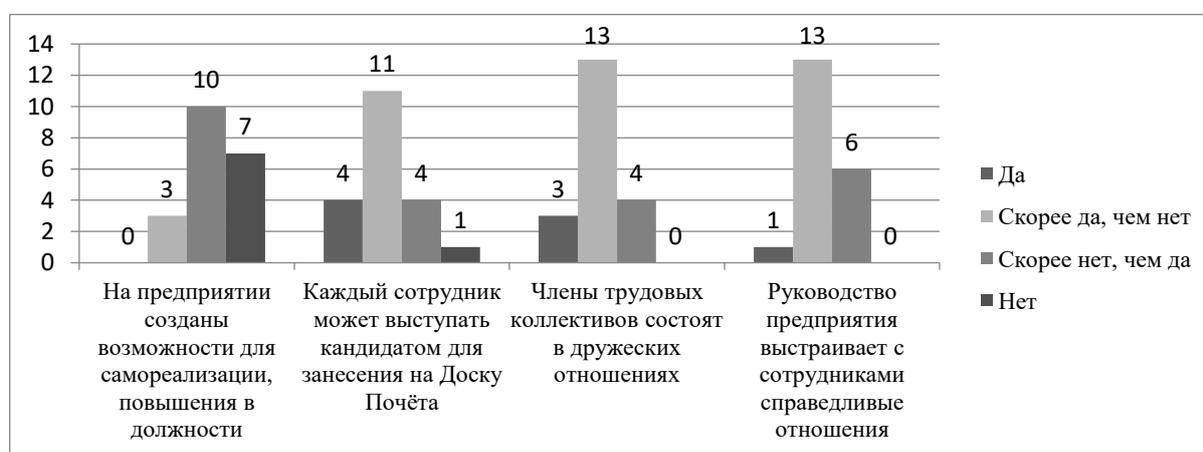


Рис. 1. Ответы респондентов на утверждения блока «Нематериальное стимулирование, социально-психологическое направление», чел.

По данным рис. 1.1 можно сделать вывод о том, что на предприятии не созданы условия для развития персонала. Больше половины респондентов отрицают факт наличия возможностей для самореализации и повышения в должности (50% от числа опрошенных ответили «Скорее нет, чем да»; 35% от числа всех опрошенных ответили «Нет»). В соответствии с Положением о Доске Почета ООО «ЭлектроЛайтинг», каждый работник имеет право в случае внесения значимого вклада в деятельность организации быть кандидатом для занесения на

доску почета. Респонденты осведомлены об этой информации и подтверждают ее (20% от числа всех опрошенных ответили «Да»; 55% от числа всех опрошенных ответили «Скорее да, чем нет»). Положительное состояние социально-психологического климата в коллективе, как между работниками, так и персонала с руководством, подтвердила основная доля опрошенных (65% от числа всех опрошенных ответили «Скорее да, чем нет»).

Таким образом, проблемным направлением в данном блоке опроса являются отсутствие условий для самореализации персонала и отсутствие возможностей для карьерного роста.



Рис. 2. Ответы респондентов на утверждения блока «Нематериальное стимулирование, творческое направление», чел.

По данным рис. 1.2 можно сделать вывод о том, что основная доля респондентов не подтвердили наличие на предприятии организованной системы обучения и повышения квалификации персонала (55% от числа опрошенных ответили «Скорее нет, чем да»; 30% ответили «Нет»). Более того, для сотрудников не организуются командировки, коллективные выезды на семинары и курсы по профилю (70% от числа опрошенных ответили «Нет»). Это свидетельствует о том, что руководство предприятия не разрабатывает систему корпоративного обучения и не задействует внешние ресурсы для развития персонала. В отношении пропаганды здорового образа жизни и мероприятий по сплочению трудовых коллективов проводятся спортивные мероприятия – данное утверждение подтвердили почти все сотрудники (55% от числа опрошенных ответили «Скорее да, чем нет»; 45% ответили «Да»). Таким образом, отсутствие мероприятий по развитию персонала является основным проблемным направлением в данном блоке.

По данным рис. 1.3 видно, что большинство от числа всех опрошенных респондентов ознакомлены с корпоративной культурой предприятия, знают о целях и задачах его развития (50% от числа всех опрошенных ответили «Скорее да, чем нет»). Однако уровень удовлетворенности системой стимулирования, действующей на предприятии, оценивается как низкий (45% от числа всех опрошенных ответили «Скорее нет, чем да»).

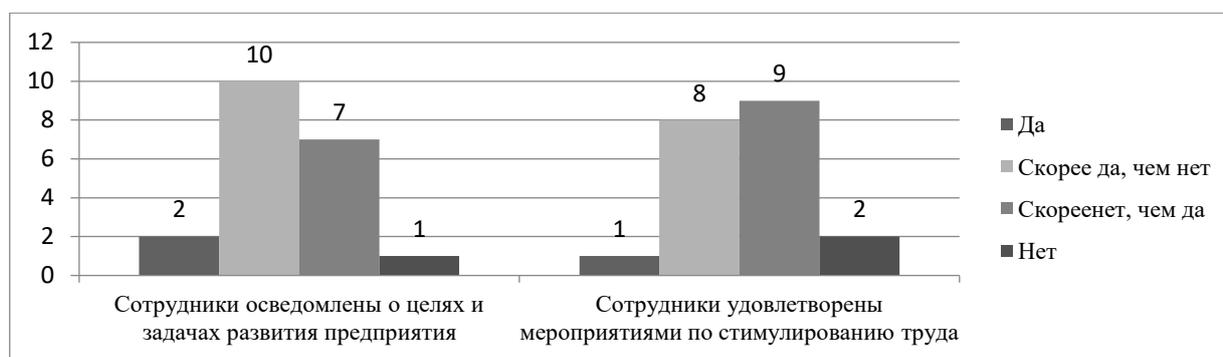


Рис. 3. Ответы респондентов на вопросы, чел.

Таким образом, мероприятия, которые осуществляются в рамках системы нематериального стимулирования персонала, не достаточно способствуют повышению производительности труда. Направлениям в области развития личности, реализации творческого потенциала сотрудников, самообразования и самореализации уделяется недостаточное внимание. И стоит обратить внимание на развитие такого фактора, как обеспечение персонала возможностями удовлетворения потребностей в признании со стороны коллектива и руководства организации.

Список использованных источников

1. Бадикова, К.Н. Совершенствование системы стимулирования персонала / К.Н. Бадикова // Экономические науки. - №41-1. – 2016. – С.1-4.
2. Баженов, С.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / С.В. Баженов // НАУКОВЕДЕНИЕ. - 2018. - Том 7. - №4. - С. 84-85.
3. Белова, А.В. Современный российский опыт мотивации и стимулирования персонала / А.В. Белова // Молодой ученый. – 2016. - №9(113). – С. 491-494.

Научное издание

ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И ПОЛИТИКА:
ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ ПРАКТИКИ
И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

*Материалы ежегодной Всероссийской
студенческой научно-практической конференции
19–23 апреля 2021 г.*

Отпечатано с авторских оригиналов

Подписано в печать 28.06.2021. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Усл. печ. л. 8,84. Тираж 100. Заказ № 190.
Издательство Тверского государственного университета.
Адрес: 170100, г. Тверь, Студенческий пер. 12, корпус Б.
Тел. РИУ (4822) 35-60-63.