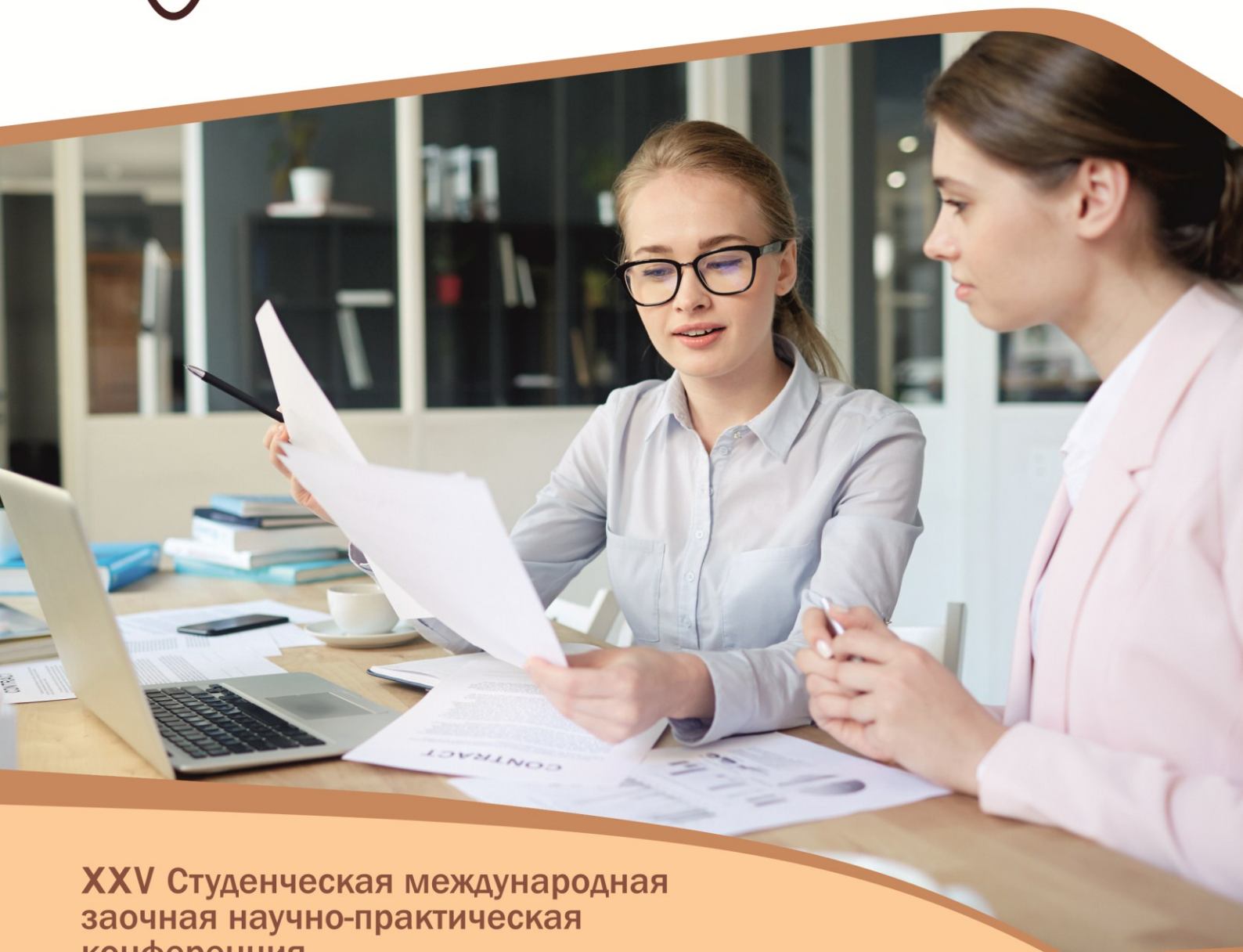




**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2618-6837



**XXV Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция**

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.
СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ
№3(25)**

г. МОСКВА, 2020



ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ. СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

*Электронный сборник статей по материалам XXV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 3 (25)
Март 2020 г.

Издается с февраль 2018 года

Москва
2020

УДК 3+33
ББК 60+65.050
О28

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

Волков Владимир Петрович – кандидат медицинских наук, рецензент АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

Захаров Роман Иванович – кандидат медицинских наук, врач психотерапевт высшей категории, кафедра психотерапии и сексологии Российской медицинской академии последипломного образования (РМАПО) г. Москва;

Зеленская Татьяна Евгеньевна – кандидат физико-математических наук, доцент, кафедра высшей математики в Югорском государственном университете;

Карпенко Татьяна Михайловна – кандидат философских наук, рецензент АНС «СибАК»;

Костылева Светлана Юрьевна – кандидат экономических наук, кандидат филологических наук, доц. Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Москва;

Попова Наталья Николаевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры коррекционной педагогики и психологии института детства НГПУ;

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

О28 **Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум.** Электронный сборник статей по материалам XXV студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2020. – № 3 (25) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/3%2825%29.pdf

Электронный сборник статей по материалам XXV студенческой международной научно-практической конференции «Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

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

ISSN 2618-6837

ББК 60+65.050
© «МЦНО», 2020 г.

Оглавление

Секция 1. История и археология	4
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ООН В УЗБЕКИСТАНЕ	4
Ёкубов Сухроб Фирдавсович Рахматуллаев Мустафо Рахматуллаевич	
Секция 2. Социология	9
УСЛОВИЯ ТРУДА УЧИТЕЛЯ В СЕЛЬСКОЙ ШКОЛЕ (НА ОСНОВАНИИ РАЗВЕДЫВАТЕЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)	9
Блажченко Ксения Витальевна Дубикова Ангелина Владимировна Лактионов Василий Викторович	
Секция 3. Экономика	16
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА КАК РЫНОЧНЫЙ ТОВАР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	16
Башлак Максим Анатольевич Малхасян Вячеслав Сергеевич Казущик Анна Александровна Бонцевич Николай Васильевич	
ПОИСКОВЫЙ МАРКЕТИНГ	21
Домнин Артем Григорьевич	
ЗНАЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА	27
Еприкян Ася Гндзаровна	
УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ ОРГАНИЗАЦИИ. ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ФОНДА СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ НА СЛУЧАЙ БЕЗРАБОТИЦЫ	34
Маврина Ирина Васильевна Кислая Татьяна Николаевна	
Секция 4. Юриспруденция	42
ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ПРИНЦИПА ЭСТОППЕЛЬ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКЕ	42
Адамов Илья Олегович	
ПРЕИМУЩЕСТВА МЕХАНИЗМА ЛИЗИНГА ДЛЯ ЛИЗИНГОПОЛУЧАТЕЛЯ	47
Роганина Анастасия Викторовна Бондаренко Сергей Сергеевич	

СЕКЦИЯ 1.

ИСТОРИЯ И АРХЕОЛОГИЯ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ООН В УЗБЕКИСТАНЕ

Ёкубов Сухроб Фирдавсович

*студент, Самаркандский Государственный Университет,
Республика Узбекистан, г. Самарканд*

Рахматуллаев Мустафо Рахматуллаевич

*научный руководитель, канд. ист. наук,
Самаркандский Государственный Университет,
Республика Узбекистан, г. Самарканд*

Узбекистан вступил в Организацию Объединенных Наций (ООН) как новое, суверенное, независимое государство в 1992 году. Год спустя в Ташкенте открылось представительство ООН. В Узбекистане «семья» ООН представлена Программой развития ООН (ПРООН), Фондом ООН в области народонаселения (ЮНФПА), Детским фондом ООН (ЮНИСЕФ), Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Управлением ООН по наркотикам и преступности (УНП ООН), Региональным центром ООН по превентивной дипломатии в Центральной Азии (РЦПДЦА), Международной организацией труда (МОТ), Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН (ФАО), Международной организацией по Миграции (МОМ), а также Программой добровольцев ООН, находящейся под руководством ПРООН.

Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН).

ПРООН открыла свое представительство в Узбекистане в январе 1993 года, и с того момента Агентство взяло на себя обязательство оказывать содействие стране в целях развития.

Содействие ПРООН в Узбекистане в рамках Плана действий Страновой программы на 2010-2015 гг. было нацелено на достижение двух взаимосвязанных задач. Эти задачи заключались в оказании поддержки Правительству в ускорении продвижения экономических и демократических реформ, а также в усилении и развитии участия гражданского общества в процессах развития на национальном и местном уровнях. Работа ПРООН в Узбекистане сосредоточена на трех тематических направлениях, в частности, развитие государственного управления, экономическое управление и сокращение бедности, а также защита окружающей среды и энергия.

В области эффективного государственного управления ПРООН сосредотачивает свое внимание на сферы, которые были выделены в «Концепции по дальнейшему углублению демократических реформ и формированию гражданского общества в стране», озвученной Президентом Республики Узбекистан в ноябре 2010 года. Данная концепция открыла новые перспективы и обозначила отправные точки для согласованной работы Правительства Узбекистана и ПРООН. Также ПРООН уделяет особое внимание и поддерживает активное участие женщин в процессах развития в стране.

Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. ЮНЕСКО. Деятельность ЮНЕСКО в Узбекистане планируется и управляется Бюро ЮНЕСКО в Ташкенте в тесном сотрудничестве со штаб-квартирой ЮНЕСКО, региональными бюро в Бангкоке, Джакарте и Алматы, а также Национальной комиссией по делам ЮНЕСКО в Узбекистане. ЮНЕСКО осуществляет свою деятельность в четырех программных областях: образование, социальные и гуманитарные науки, культура, коммуникация и информация. Бюро ЮНЕСКО в Ташкенте оказывает поддержку правительству Узбекистана в повышении качества образования и расширении доступа к нему посредством консультирования по техническим вопросам, разработки стандартов, реализации новаторских проектов, наращивания потенциала и развития сети для обмена передовым опытом.

Миссия ЮНЕСКО в области культуры заключается в том, чтобы продемонстрировать, что помимо внутренней ценности культурного наследия, которая обуславливает необходимость его защиты и сохранения для будущих поколений, культурное наследие также способствует устойчивому развитию страны путем создания возможностей для получения доходов, особенно для женщин и молодежи. С этой целью Бюро ЮНЕСКО в Ташкенте оказывает поддержку в надлежащем управлении объектами Всемирного наследия в Узбекистане, защите и пропаганде нематериального культурного наследия страны, а также развитию культурного туризма.

Фонд народонаселения ООН ЮНФПА это международное агентство по развитию, продвигающее право каждой женщины, каждого мужчины и каждого ребенка наслаждаться жизнью, полной здоровья и равными возможностями.

ЮНФПА открыло свое Страновое представительство в Узбекистане в 1993 году. В настоящее время Фонд прорабатывает свою четвертую Страновую программу (2016-2020 гг.), в которой особое внимание уделено вопросам охраны репродуктивного здоровья и продвижения соответствующих прав, обеспечения полной реализации прав, возможностей и обязанностей женщин и мужчин, а также и наращивания национального потенциала в использовании демографических данных в программах развития. Основные направления деятельности ЮНФПА в стране ведется в трех основных направлениях:

Усиление национального потенциала в использовании демографических данных для программ развития. Работа ЮНФПА в демографической сфере имеет решающее значение для достижения целей международного сообщества повысить уровень жизни и достичь устойчивого развития. Демографическая динамика, в частности, уровень прироста, возрастная структура, уровень рождаемости и смертности, миграции и т.д. влияют на каждый аспект человеческого, социального и экономического развития. Другие основные сферы работы ЮНФПА, в том числе и в области репродуктивного здоровья и расширения прав и возможностей женщин, имеют мощное воздействие на демографические тенденции. Организация работает над обеспечением доступа

населения к надежной информации, консультациям и другим услугам по профилактике нежелательной беременности. ЮНФПА вносит значительный вклад в целенаправленные усилия агентств ООН по поддержке национальных программ по профилактике ВИЧ и ИППП.

Обеспечение полной реализации прав, возможностей и обязанностей женщин и мужчин. ЮНФПА оказывает содействие в разработке эффективного законодательства по гендерным вопросам в стране. При поддержке Фонда разработан законопроект о равенстве прав и возможностей для мужчин и женщин и рассмотрен международным экспертом. В настоящее время законопроект представляется к рассмотрению национальным законодательным органам для дальнейшей проработки.

Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности

УНП ООН является мировым лидером в борьбе с незаконным оборотом наркотиков и транснациональной организованной преступностью. Деятельность организации направлена на обеспечение здоровья, безопасности и справедливости для всех путем борьбы с глобальными угрозами, а также посредством оказания правовой и технической помощи в деле предупреждения терроризма.

Совместно с национальными и международными партнерами, в том числе, с организациями гражданского общества и другими со-финансирующими ЮНЭЙДС организациями, УНП ООН оказывает помощь странам в достижении всеобщего доступа к комплексным, основанным на фактических данных, ориентированным на общественное здравоохранение и права человека услугам по профилактике и лечению ВИЧ инфекции, уходу и поддержке лиц, употребляющих наркотики, а также лиц, которые живут и работают в тюрьмах.

С населением более 33 миллионов человек, Узбекистан является самой густонаселенной страной в Центральной Азии, и его роль в обеспечении стабильности в регионе является ключевой. В этой связи УНП ООН работает в Узбекистане с 1993 года, осуществляя поддержку стране в решении вопросов,

связанных с безопасностью, защитой и здоровьем населения, особенно молодежи. Развитие не является устойчивым до тех пор, пока эффективно не решены проблемы, связанные с незаконным оборотом и злоупотреблением наркотиков, организованной преступностью, коррупцией и терроризмом.

Основные направления деятельности : Незаконный оборот наркотиков

В целях обеспечения помощи Республике Узбекистан в устранении негативных последствий этой незаконной торговли, УНП ООН оказывает содействие национальным правоохранительным органам с целью совершенствования пограничного контроля и повышения их оперативного потенциала в борьбе с торговлей людьми.

Предупреждение преступности, терроризма и торговля людьми. Сосредотачивая внимание на предупреждении преступности и торговле людьми, УНП ООН поддерживает правительство в его усилиях по укреплению законодательной базы по борьбе с торговлей людьми, а также проводит обучение сотрудников правоохранительных органов и органов уголовного правосудия с целью создания и поддержания базы данных о торговле людьми. Оно осуществляет свою работу в целях обеспечения поддержки региональному и международному сотрудничеству. УНП ООН также оказало помощь правительству Узбекистана в укреплении правового режима борьбы с терроризмом путем содействия ратификации и реализации Конвенций и Протоколов ООН и соответствующих резолюций Совета Безопасности по борьбе с терроризмом.

СЕКЦИЯ 2. СОЦИОЛОГИЯ

УСЛОВИЯ ТРУДА УЧИТЕЛЯ В СЕЛЬСКОЙ ШКОЛЕ (НА ОСНОВАНИИ РАЗВЕДЫВАТЕЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Блажченко Ксения Витальевна

*студент, Воронежский государственный педагогический университет,
РФ, г. Воронеж*

Дубикова Ангелина Владимировна

*студент, Воронежский государственный педагогический университет,
РФ, г. Воронеж*

Лактионов Василий Викторович

*научный руководитель, канд. ист. наук, доцент,
Воронежский государственный педагогический университет,
РФ, г. Воронеж*

Сегодня российская система образования переживает период реформирования: появляются новые типы школ, предметы, методы обучения, образовательная среда становится все более альтернативной, предпринимаются попытки создания единого образовательного пространства во всем государстве. Но, несмотря на активность в этой сфере, условия труда в сельских школах по-прежнему находятся в кризисной ситуации. [1, с. 231] При этом сельские школы существенно отличаются от городских школ. Эти различия обусловлены спецификой сельского социума, различным социальным составом учащихся, объемом доступной информации, малочисленностью классов, географическим положением и т.д. Рассмотрим особенности сельских школ более подробно.

Первой и самой главной особенностью является сельский социум. Он наиболее открытый нежели городской. Его субъекты менее обособлены друг от друга. Педагог подвержен постоянному социальному контролю. Он должен воспитывать на личном примере, с особой ответственностью относиться к общественному мнению. На селе до сих пор сохраняется более низкий уровень образования населения, общий уровень культуры взрослых, которые окружают

ребенка. Это сказывается на развитии способностей, знаний и кругозоре детей, что часто ведет к заниженным требованиям к получаемому образованию. Контингент школы состоит в основном из детей, не посещавших дошкольные учреждения. И довольно часто это дети из малообеспеченных, социально неблагополучных семей.

В сельской школе преобладает малочисленность классов, что приводит к индивидуализации обучения. Именно это требует применения специальных образовательных методик, которые на данный момент не разработаны в полной мере.[1, с. 232]

Объективными факторами успешного обучения и воспитания детей в школе является ее географическое положение. Наличие сельскохозяйственной среды и близость к природе позволяет осознать связь обучения с жизнью. Ученики имеют возможность узнать о видах сельскохозяйственного производства и жизни сельских тружеников на конкретных примерах. Близость к природе и организация непосредственного общения с ней, способствует приобретению сельскими школьниками более полной и осознанной системы естественнонаучных знаний, способствует формированию экологических культов, воспитывает уважение к окружающему миру. Личные подсобные хозяйства и приусадебные участки, учебно-экспериментальные площадки при школе способствуют вовлечению сельских школьников с раннего возраста в процесс трудовой деятельности. Это сказывается не только на трудовом воспитании, но и на физическом развитии и двигательной активности.

Школа в сельской местности является единственным учреждением, способным удовлетворить социально-культурные потребности жителей. В селе нет спортивных и музыкальных школ. Вся учебная деятельность учащихся проводится под руководством и силами самих учителей. Именно от школы семья ожидает помощи в воспитании и обучении детей, развитии их способностей и интересов. Многие дети подвергаются социальному риску. Вся ответственность за судьбу этих детей ложится на плечи педагогов, которые

зачастую не имеют достаточной квалификации для решения подобных задач. [1, с. 232]

Сельский учитель должен владеть современными компьютерными технологиями, Интернет-технологиями и активно использовать их в своей педагогической практике, а сельская школа недостаточно оснащена компьютерной, проекционной и телекоммуникационной техникой. Из-за этих затруднений, и часто отсутствия постоянной возможности выхода в Интернет, учитель не может своевременно знакомится с различными методическими новациями. Это оказывает существенное влияние на его самообразование.

Педагогический коллектив сельской школы невелик, что создает благоприятные возможности для создания сотрудничества между учителями и родителями. Чаще всего в сельской школе царит атмосфера доверия друг к другу, дух взаимного уважения, взаимопонимания. Это обусловлено общностью интересов, как в самой школе, так и за ее пределами.

Несмотря на это, при проведенном нами опросе, учителя утверждают что, выпускники сельских школ показывают высокие результаты на областных и региональных олимпиадах, получают высокие баллы на ЕГЭ и поступают в престижные вузы нашей страны.

На основании опубликованных работ мы выделили наиболее важные характеристики современной сельской школы и пришли к выводу, что в системе образования существует ряд проблем, требующих от педагогических коллективов разработки оригинальных социокультурных моделей, жизнеспособных вариантов самоорганизации и саморазвития народного образования в сельской местности. Представленные данные современных исследователей по проблемам сельской школы, показывают неприглядную картину положения сельского учителя. Это актуально и для сельских школ Воронежской области. Поэтому практическая часть нашего исследования была посвящена изучению условий труда сельского учителя по различным направлениям педагогической деятельности. Нами

были разработана анкета, и были опрошены 70 педагогов со стажем работы 10 и более лет.

Анализируя полученные данные нашего анкетирования, были выявлены насущные проблемы, которые очень волнуют сельских педагогов. Основными из них являются низкая заработная плата, плохая оснащенность кабинетов, большая учебная нагрузка, большая отчетность и это лишь малая часть. С полным перечнем вы можете ознакомиться в диаграмме 1.



Рисунок 1. Диаграмма 1

При составлении анкеты, мы также уделили внимание наиболее значимым аспектам педагогической деятельности и выявили, что для педагогов самым важным считается наличие: благоприятных условий труда (30,9 %), наличие дружного коллектива (22,2 %), и возможности для реализации творческих способностей (16 %). Стоит заметить, что педагоги у которых учебная нагрузка составляет более одной ставки, выделяют наиболее важным аспектом - высокий уровень заработной платы (20,6 %)

Анкетирование показало, что только 30% опрошенных учителей довольны оснащенностью кабинетов ТСО и различными материалами. В своей работе педагоги испытывают трудности при общении с родителями (23,5%),

составлении календарно-тематического планирования (18,7), проведение внеклассных мероприятий (15,8%) и это лишь малая часть проблем с которыми может столкнуться педагог в своей работе. Более подробные данные представлены в диаграмме 2.



Рисунок 2. Диаграмма 2

Несмотря на все сложности в образовательном процессе, большинство учителей утверждают, что они удовлетворены своей работой. Однако только 21,7 % учителей отмечают присутствие всех необходимых условий для профессионального роста и развития творчества учителя.

В результате анализа анкет было выявлено, что учителю ежедневно приходится заполнять множество документов. Объем данной работы представлен в диаграмме 3.



Рисунок 3. Диаграмма 3

Наличие высокой отчетности приводит к нехватке времени на полноценную подготовку к уроку и чрезмерному переутомлению.

Таким образом, в рамках современных требований реализации ФГОС условия труда сельского учителя отстают по всем направлениям. Слабая материально техническая база. Во многих классах из оборудования мел и доска. А плохая оснащенность кабинетов оказывает негативное влияние на реализацию учено-воспитательного процесса. Все высказанные нашими учителями проблемы отвлекают от главного процесса - обучения и воспитания подрастающего поколения. Перечень проводимых воспитательных мероприятий велик, поэтому приведем только некоторые. Ежегодно, на регулярной основе, проводятся такие мероприятия как: 1 сентября – День знаний, День пожилого человека, День учителя, День народного единства, День матери, Новогодний утренник, 23 февраля, 8 марта, День победы - 9 мая, Последний звонок. Все это сопровождается тщательной подготовкой детей с привлечением иногда родителей, что повышает интенсивность труда учителя на селе. И все же, несмотря на все изложенное, сельские учителя нашей области с энтузиазмом и любовью относятся к своему тяжелому труду - это отмечают 95% всех опрошенных. Вместе с тем, в беседах с учителями мы убедились, что сельская школа продолжает играть интегрирующую роль

социальной и производственной жизни села, а также выполняет роль селообразующего фактора и социокультурного центра.

Список литературы:

1. Кузьмин Р.И., Кузмина С. В. Сельская школа и социум проблемы взаимодействия и пути решения//Вестн. ТГУ.2007. №1. С. 230-234. - [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/selskaya-shkola-i-sotsium-problemy-vzaimodeystviya-i-puti-resheniya/viewer> (Дата обращения 23.11.2019)

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКА

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА КАК РЫНОЧНЫЙ ТОВАР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Башлак Максим Анатольевич

*студент, Гомельский государственный университет,
РБ, г. Гомель*

Малхасян Вячеслав Сергеевич

*студент, Гомельский государственный университет,
РБ, г. Гомель*

Казущик Анна Александровна

*научный руководитель, доцент, канд. экон. наук, доцент,
Гомельский государственный университет,
РБ, г. Гомель*

Бонцевич Николай Васильевич

*научный руководитель, доцент, док. экон. наук, доцент,
Гомельский государственный университет,
РБ, г. Гомель*

Анализируя образовательную услугу как рыночный товар, имеет смысл рассмотреть различия в трактовке образовательной услуги, используемых в следующих подходах: классическом рыночном, маркетинговом, институциональном, системном.

Теоретико-методологической основой классического рыночного подхода к исследованию рынка образовательных услуг является теория рыночной экономики, в которой рынок – это сфера обмена, механизм купли-продажи, механизм взаимодействия покупателей и продавцов. Рассмотрение рынка как механизма, который сводит вместе представителей спроса и поставщиков отдельных товаров и услуг, как деятельности, где процессы покупки и продажи вступают в силу рыночной экономики [1, с. 45], позволяет раскрывать рынок образовательных услуг с помощью рыночных категорий:

- спрос как форма выражения потребностей индивидов и общества в образовательных услугах;
- предложение как объем образовательных услуг, продуцируемых и предоставляемых субъектами образовательного процесса;
- цена в виде платы за оказанную услугу, образовательную программу, приобретённые умения, знания, навыки;
- товар – образовательная услуга, образовательная программа, образовательный продукт, которые имеют потребительскую стоимость.

Образовательный продукт имеет стоимость, потому что в процессе образовательной деятельности используется человеческий труд (педагогов, научно педагогических работников, студентов), расходуются технические средства, материалы, электроэнергия и т.п.

Потребительская стоимость образовательного продукта предполагает наличие способности удовлетворять потребности не только личности, но и других людей, т.е. она имеет не только индивидуальный, но и общественный характер. В рамках классического рыночного подхода можно говорить о существовании в этой сфере экономического закона стоимости [2], по которому производство и обмен товарами осуществляется на основе их стоимости, величина которой определяется общественно необходимыми затратами труда, уровнем спроса и предложения.

Итак, в соответствии с классическим рыночным подходом, можно сказать, что образовательная услуга – это определённый вид товара, особая потребительская стоимость процесса труда, деятельность для удовлетворения потребностей участников образовательного процесса.

В теории маркетинга образовательная услуга может рассматриваться как продукт учебного заведения, т. е. комплекс образовательных услуг, направленных на изменение уровня образования потребителей, и которые обеспечены соответствующими ресурсами учебного заведения. Образовательные программы могут классифицироваться по нескольким

признакам, например: по уровню образования (бакалавриат, магистратура, аспирантура, докторантура); по специализации; по форме обучения и пр.

Заинтересованность УВО в соответствии программ и направлений обучения требованиям рынка заключается в том, что рынок труда через изменение спроса на специалистов определяет ориентиры для образования, уточняет знания и навыки, которыми должны обладать выпускники.

Возросший интерес к экономике образования объясняется значительными институциональными изменениями, процессами институциональных трансформаций в мировой и отечественной системах образования. Основой институционального подхода к изучению рынка образовательных услуг является то, что последний является интересным объектом для изучения экономистами и представителями других специальностей, содержит богатый эмпирический материал. Современный институционализм – научный подход, позволяющий сформулировать целостную систему знаний и расширить представление о поведении экономических субъектов на основе таких факторов, как технологии, власть, частная собственность, корпоративная система, правительство и т. д.

В рамках институционального подхода институты собственности, рынка имеют непосредственное отношение к функционированию рынка образовательных услуг, поскольку в мире растёт доля сегмента рынка с частной формой собственности, усиливается позиция негосударственных УВО, растут требования к государственному регулированию образовательной сферы. На этом рынке свою нишу по предоставлению образовательных услуг занимают классические и исследовательские университеты, а получение населением образовательных услуг опосредуется действием рыночных механизмов и т. п.

Итак, в рамках институционально теории основными субъектами взаимоотношений выступают непосредственные производители образовательных услуг и их потребители. Собственную нишу на рынке образовательных услуг занимают посредники (например, служба занятости, рекрутинговые агентства). Каждый субъект играет свою роль в механизмах

работы рынка образовательных услуг. Участниками купли-продажи образовательной услуги являются УВО, будущий специалист и работодатель, а также такой важный институт, как государство, которое определяет стратегические ориентиры развития в понимании, что отношение к образованию является индикатором будущего состояния страны. Причём интересы государства как важного института рынка образовательных услуг, проявляются как со стороны спроса (основной платательщик при предоставлении бесплатного образования), так и со стороны предложения (основной производитель образовательных услуг). Осуществляя политику по соблюдению определённого уровня финансирования всех уровней образования, государство обеспечивает формирование человеческого и социального капиталов, интеллектуального потенциала общества. Среди подходов к изучению рынка образовательных услуг также заслуживает внимания системный подход, согласно которому рынок образовательных услуг – это сложная социально-экономическая система, состоящая из определённых элементов, а именно: производителей этих услуг (научно-педагогического состава УВО) и потребителей (страны, региона, домохозяйств, физических и юридических лиц). Как система этот рынок выполняет следующие функции: образовательную, научную, интеграционную, социальную, предпринимательскую, мотивационную, информационную. Рынок образовательных услуг как система обладает такими системными свойствами, как целостность, иерархичность, эмерджентность, открытость, наличие целей, изложенных в ряде программных национальных документов и законодательных актах по развитию образовательной сферы.

Выводы. Подводя итог, отметим, что приведённые выше подходы к определению категориального аппарата рынка образовательных услуг (классического рыночного, маркетингового, институционального, системного) позволяют нам сделать следующее обобщение. Рынок образовательных услуг – это сложная социально-экономическая система, которая состоит из производителей образовательных услуг (УВО, преподавательского состава,

других юридических лиц) и потребителей (страны, региона, домохозяйств, физических и юридических лиц). Это сфера рыночных отношений, которые имеют место между субъектами образовательной деятельности при купле-продаже специфического товара – образовательной услуги. Образовательные услуги являются товаром, имеют стоимость и потребительскую стоимость. Образовательные услуги также являются личным и общественным благом, благом, которое способствует накоплению человеческого и социального капитала общества, региона, личности.

Продавцами на рынке образовательных услуг высшего образования выступают УВО (университеты, институты, академии и др.), а покупателями – абитуриенты, их родители, работодатели, субъекты хозяйственной и административной деятельности, нанимающие выпускников.

Основными особенностями, характеризующими рынок образовательных услуг, являются:

- асимметричность информации, которая предусматривает различие в знаниях одних участников по сравнению с другими;
- неодинаковая доступность образовательных ресурсов для различных субъектов рынка;
- относительная самостоятельность высших учебных заведений в осуществлении образовательной деятельности;
- адаптация системы образования и человека к новым возможностям обучения, переобучения, повышение квалификации;
- ориентация молодёжи на престижные профессии.

Список литературы:

1. Макконнел, Кэмпбелл Р. Экономикс: принципы, проблема и политика [Электронный ресурс] / Кэмпбелл Р., Макконнел, Стэнли Л. Брю; пер. с англ.: Н. Н. Барышникова и др. – М.: ИНФРА-М, 1999. – Режим доступа: <http://vpluse.net/ekonomika-i-finansy/524-k-r-makkonnell-s-l-bryu-ekonomiks>. – Дата доступа: 03.03.2020
2. Закон стоимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/923668>. – Дата доступа: 03.03.2020

ПОИСКОВЫЙ МАРКЕТИНГ

Домнин Артем Григорьевич

*студент Новосибирского Государственного
Университета Экономики и Управления НИИХ,
РФ, г. Новосибирск*

SEARCH ENGINE MARKETING

Artem Domnin

*Student of Novosibirsk State University of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

Аннотация. Поисковый маркетинг сейчас активно развивается как канал продвижения товаров. В данной статье описывается понятие поискового маркетинга, виды и его особенности.

Abstract. Search engine marketing is now actively developing as a channel for promoting products. This article describes the concept of search engine marketing, types and its features.

Ключевые слова: поисковый маркетинг; поисковые системы; реклама; социальные сети.

Keywords: search engine marketing; search engines; advertisement; social networks.

Что такое поисковый маркетинг? Еще несколько лет назад такого термина просто не существовало.

Однако бурное развитие интернет-технологий привело не только к появлению данного направления, но и к его удивительной популярности.

На текущий момент поисковый маркетинг известен как эффективный способ раскрутки, включающий в себя целый комплекс мероприятий, направленных на достижение всего одной цели - привлечение клиентов.

Search engine marketing предполагает продвижение в поисковых системах с целью привлечения целевой аудитории.

Надо сказать, что это целая система, в которой задействовано сразу несколько специалистов. Это маркетологи, программисты, копирайтеры, дизайнеры и т.д.[5].

По сравнению с другими методами поисковый маркетинг в интернете обладает важнейшим преимуществом.

Он позволяет обратиться к аудитории, которая заинтересована в адресованном ей предложении.

Это связано с тем, что она приходит в поисковик за ответом на свой запрос. Предлагая то, что нужно потенциальным посетителям, вы оба оказываетесь в выигрыше. Клиенты получают то, что искали, а вы – реальных покупателей.

Поисковый маркетинг до сих пор остается довольно новой технологией. Поэтому у пользователей возникает логичный вопрос: зачем он нужен и нужен ли вообще? Давайте узнаем.

Чтобы среди десятков конкурентов пользователь заметил именно ваш сайт, нужно применять различные методы поискового маркетинга.

Ведь, как правило, пролистывая выдачу, пользователь редко просматривает более десяти сайтов.

Грамотно используя актуальные технологии, можно оказаться в первой десятке и опередить конкурентов в борьбе за внимание потенциальных клиентов [2].

Теоретическое определение не всегда дает точное понимание. Давайте попробуем выяснить, как работает и для чего нужен поисковый маркетинг.

Итак, предположим, что начинающий предприниматель решил открыть собственное дело – продавать женское белье в интернет-магазине. Это востребованный товар, который пользуется спросом.

Однако в любой сфере нужна реклама, которая позволяет привлечь клиентов.

Потому что их отсутствие означает отсутствие прибыли. Для начинающих предпринимателей все расходы на счету, а любая реклама обходится недешево.

Есть немало компаний, которые среди прочих услуг предлагают поисковый маркетинг. Можно даже привязать размер оплаты к достигнутому результату или вносить частями. То есть сначала предприниматель получает реальных клиентов, а потом из полученной прибыли вносит оставшуюся часть оплаты за такой необычный способ рекламы. Удобно всем.

Знать определение недостаточно. Нужно знать, для каких целей используется поисковый маркетинг.

- Продажи. Это самая очевидная задача, которую выполняет такой способ продвижения. Нужно привлечь на сайт заинтересованных покупателей, которые совершат покупку.

- Имидж. Чем чаще человек будет видеть логотип вашей компании, тем больше вероятность, что он вас запомнит и рано или поздно станет клиентом.

- Репутация. Если речь идет о продвижении в социальных сетях, большое значение могут иметь отзывы. Желательно найти способ стимулировать покупателей на оставление реальных отзывов. Чем больше положительных мнений удастся собрать, тем больше вырастет уровень доверия к компании среди потенциальных клиентов.

- Конкуренция. Рынок товаров и услуг в текущий момент перенасыщен. Вот почему особенно важно составлять достойную конкуренцию и переманивать клиентов на собственную сторону.

- Информация. Можно предлагать пользователям актуальную информацию об интересующих их товарах и услугах. Даже если они сразу ничего не купят, ваша компания станет для них экспертом. В дальнейшем они могут вернуться, выбрав именно вас среди многочисленных конкурентов [1].

Нужно понимать, что SEM (поисковый маркетинг) – это целый комплекс мероприятий, который может включать в себя оптимизацию сайта, запуск контекстной и вирусной рекламы и т.д. В результате интернет-ресурс работает более эффективно, привлекая целевых клиентов и конвертируя их в реальных покупателей. Итак, какие существуют технологии поискового маркетинга?

- Контекстная реклама.

- Таргетированная реклама.
- Поисковая оптимизация.
- Социальные сети.

Давайте поговорим подробнее о некоторых из перечисленных выше технологий.

Поисковая оптимизация это лишь часть маркетинговой кампании. Предполагает работу непосредственно с продвигаемым сайтом. Причем поисковая оптимизация может быть как внутренней, так и внешней. В первом случае работают с текстами, опубликованными на сайте, метатегами, ссылками и т.д. Во втором случае усилия направлены на увеличение количества ссылок на сторонних ресурсах.

Есть немалое количество факторов, которые позволяют добиться повышения позиций сайта в поисковой выдаче. Простому пользователю знать их все необязательно. Для этого есть отдельная профессия, представители которой занимаются поисковой оптимизацией сайтов.

Контекстная реклама. Эта система для размещения платных объявлений, созданная самими поисковиками. Каждый пользователь может составить собственные объявления и таким способом привлекать целевую аудиторию на собственный сайт.

Преимущество контекстной рекламы состоит в том, что пользователь платит не за сам факт размещения рекламного объявления. Оплата списывается, только если пользователь кликнул по объявлению и перешел на указанный сайт.

Еще одна важная особенность состоит в том, что для попадания на верхние строчки не нужно долго и кропотливо заниматься оптимизацией сайта. Можно купить это место за определенную плату, выставленную поисковой системой. Насколько высокой будет конверсия в этом случае, предугадать сложно [4].

Социальные сети. Эти сайты невероятно популярны среди населения. Неудивительно, что этим вполне успешно пользуются маркетологи. В данном случае нередко публикуют интересные для пользователей материалы,

поддерживают общение в тематических сообществах и т.д. В каком-то смысле маркетинг в социальных сетях можно назвать скрытым. Кроме того, такой способ рекламы подходит не всем компаниям. Далеко не каждый продукт можно прорекламирровать красивыми фотографиями в социальных сетях и завлекающими текстами.

Безопасность поискового маркетинга. Этот вопрос становится актуален, если задействуются нелегальные методы продвижения. Условно их называют «серыми» и «черными».

Выше были описаны исключительно «белые» методы поискового маркетинга, к которым лояльно относятся поисковики. Такая добросовестная раскрутка требует много времени и сил, но в конечном счете повышает репутацию сайта и дает надежный результат.

Зачем тогда применять «серые» и «черные» схемы? По той причине, что далеко не все владельцы сайтов готовы вкладывать немало времени, сил и средств в добросовестную раскрутку. Однако нужно понимать, что при использовании недобросовестных способов потом будет крайне трудно восстановить репутацию сайта или вовсе невозможно.

Запрещенные методы:

- рассылка спама;
- автоматический обмен и покупка ссылок;
- размещение ссылок на нетематических сайтах.

Некоторые из этих методов могут давать результат, но могут привести и к бану сайта. Тогда он вовсе пропадет из поисковой выдачи. Стоит ли так рисковать, каждый владелец сайта решает самостоятельно.

Недостатки

- Отсроченный результат. Может потребоваться несколько недель упорной работы, чтобы увидеть первые результаты поискового маркетинга. Нужно понимать, что это задача, предполагающая долгосрочную реализацию. Не стоит браться за нее, ожидая молниеносно быстрых результатов.

- Зависимость от конкурентов. Даже если в результате грамотно организованного поискового маркетинга вам удастся оказаться на выгодной позиции в выдаче, все в любой момент может измениться из-за действий ваших конкурентов.

- Сложность. Выполнить весь комплекс мероприятий по продвижению компании в интернете в одиночку практически нереально. Для этого нужна целая команда, состоящая из профессионалов, а не случайных людей.

- Финансовые затраты. Оплачивать придется как услуги специалистов, так и поисковый маркетинг.

Например, если речь идет о контекстной рекламе. Нужно понимать, что продвижение не может быть абсолютно бесплатным.

Итак, основная задача поискового маркетинга состоит в том, чтобы привлечь потенциальных потребителей.

Причем не случайных, а только заинтересованных.

Ведь предложение адресовано только тем, кто уже ищет товар или услугу, которые вы готовы предложить.

Список литературы:

1. Никишкин В.В., Цимбаев В.В. Интернет-маркетинг как инструмент в рамках концепции маркетинга отношений при взаимодействии торговых центров с покупателями // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2019. Т. 10. № 3. С. 175-192.
2. Изакова Н.Б., Капустина Л.М. Концептуальная модель управления маркетингом малого промышленного предприятия // Журнал экономической теории. 2019. Т. 16. № 4. С. 796-809.
3. Рыхторова А.Е. Маркетинг в библиотеках: анализ трендов // Труды ГПНТБ СО РАН. 2019. № 4 (4). С. 79-83.
4. Хисматуллин С.А. Селективный маркетинг как вид политического маркетинга // E-Scio. 2019. № 1 (28). С. 40-43.
5. Шевченко Е.И., Сулова Т.А., Михайличенко К.И. Маркетинг концертно-театральной деятельности // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 8 (42). С. 150-156.

ЗНАЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА

Еприкян Ася Гндзаровна

*студент, Московский городской университет управления Правительства
Москвы,
РФ, г. Москва*

Аннотация. В статье рассмотрено значение механизма государственных закупок для экономического развития города. Выделены основные направления госзакупок в РФ в 2019 г., определена роль субъектов малого предпринимательства в экономике регионов, их конкурентные преимущества относительно крупных корпоративных образований, выявлены возможности и перспективы интеграции данных экономических категорий. Рассмотрена сущность проблемы монозависимости городов от деятельности градообразующих предприятий, обозначена роль Фонда развития моногородов в экономическом развитии страны.

Abstract. The article deals with the importance of the public procurement mechanism for the economic development of the city. The main directions of public procurement in the Russian Federation in 2019 and the role of small businesses in the economy of the regions are defined. The competitive advantages of relatively large corporate entities and the opportunities and prospects for the integration of these economic categories are investigated. The essence of the problem of mono-dependence of cities on the activities of city-forming enterprises is considered, the role of the Development Fund for single-industry towns in the economic development of the country is indicated.

Ключевые слова: государственные закупки, субъекты малого предпринимательства, моногород.

Keywords: public procurement, small businesses, single-industry town (monotown).

Одним из инструментов экономической политики государства является механизм осуществления государственных закупок. Государственные закупки

представляют собой процесс приобретения товаров, работ и услуг для нужд государства за счет бюджетных средств и средств государственных внебюджетных фондов [3]. Реализация закупочного процесса обеспечивается путем формирования государственного заказа и последующего бюджетного финансирования. Закупочные процедуры осуществляются участниками закупок на конкурентной и неконкурентной основе.

В научной литературе выделяются различные цели осуществления государственных закупок. Авторы сходятся во мнении, что механизм госзакупок позволяет поддерживать внутренние источники экономического роста, снижать социальную напряженность в обществе, оказывать защиту окружающей среды (например, через «зеленые закупки»). Исследования С. Эрроусмита [5] показывают, что еще одной немаловажной целью осуществления государственных закупок, имеющей непосредственное влияние на развитие городов и регионов, является стимулирование малого предпринимательства. Доступ данной экономической категории к госзакупкам обусловлен необходимостью развития конкуренции и поддержки инновационного развития страны. В отличие от других инструментов государственной экономической политики (к примеру, льготного налогообложения или прямого финансирования через государственные субсидии и гранты), стимулирующих предложение, участие малого предпринимательства в государственных закупках стимулирует спрос. Спрос на продукцию со стороны бюджета снижает риски колебаний рыночной конъюнктуры для малых предприятий, облегчает для них доступ к получению финансовых ресурсов [2].

Государственные закупки осуществляется в различных сферах, однако преимущественными направлениями являются национальные проекты. Лидером среди государственных программ РФ по стоимости заключенных контрактов в III квартале 2019 г. остается государственная программа "Развитие транспортной системы" [1]. Сумма контрактов по данному направлению (301 млрд руб.) превышает аналогичную сумму по программам «Развитие

здравоохранения» и «Обеспечение общественного порядка и противодействие преступности» в 2 и 3 раза соответственно. Высокий приоритет реализации комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры как одного из стратегических направлений развития в соответствии с майскими указами 2018 г. подтверждает и статистика в разрезе ОКВЭД 2. Согласно данным, около 50% стоимости заключенных контрактов приходится на сооружение и строительные работы. Продукция обрабатывающих производств является предметом государственных закупок в 29% заключенных контрактов, продукция горнодобывающих производств – в 5%.

Основу механизма осуществления госзакупок составляют такие принципы, как равное и справедливое отношение ко всем участникам закупок, открытость и прозрачность, эффективное расходование государственных и муниципальных ресурсов, а также высокий уровень ответственности участников закупочного процесса. Однако при работе с малыми и средними предприятиями, зачастую составляющими основу экономического развития городов, часть указанных принципов ставится под сомнение. Как отмечает Л. Преус, малый бизнес не всегда способен производить продукцию с более низкими издержками и/или более высоким качеством, чем средние и крупные компании, поэтому перед государством ставится непростая дилемма: обеспечение поддержки малому предпринимательству или максимальная рациональность использования бюджетных средств. Этот факт является одной из причин доминирования крупных корпоративных образований в российской экономике, которое подкрепляется и основными направлениями осуществления государственных закупок, рассмотренных ранее. Однако такая форма организации бизнеса в условиях кризиса приводит к потере конкурентоспособности, что обуславливает актуальность интеграции малых и крупных игроков [4]. Взаимное органичное существование является одним из наиболее перспективных направлений рыночных преобразований в России в настоящее время.

Экономика города характеризуется кумулятивными эффектами, которые последовательно усиливают концентрацию населения и производства в городе. Концентрация в городе нескольких предприятий (в том числе – малого и крупного размера) одной отрасли увеличивает суммарный спрос этой отрасли на соответствующие факторы производства, например, на закупочное сырье, электроэнергию и т.д. В результате возникает достаточно емкий рынок сбыта, соответствующий промежуточной продукции, что может стимулировать размещение в городе предприятия по производству промежуточной продукции. Если рынок сбыта не справляется с поставленной задачей, то государство через госзакупки стимулирует развитие предприятий и всего города.

Механизм осуществления государственных закупок может служить основой стимулирования интеграции субъектов малого предпринимательства и крупных компаний. Малое и среднее предпринимательство традиционно ассоциируется с созданием рабочих мест, инвестиционной и инновационной активностью, ростом адаптивности и уровня конкуренции в экономике городов. Однако административные и экономические барьеры имеют регрессивный в зависимости от размеров предприятия характер, в связи с чем политика поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства имеет приоритет перед другими направлениями, в частности в России. При этом малые предприятия, расположенные не только в городах ЦФО, но и по всей стране, обладают следующими конкурентными преимуществами:

- отсутствие традиционного для крупных предприятий разделения прав и функций между собственниками и наемными менеджерами;
- быстрая адаптация к изменяющейся конъюнктуре рынка, развитая способность к освоению новых видов продукции, переориентации на другие категории клиентуры, а при необходимости - осуществление полного перепрофилирования уставной деятельности;
- лучшие возможности в инновационном проектировании и экспериментальном внедрении инноваций;

- способность оперативно «заполнять» рыночные ниши, в которых крупный бизнес малоэффективен;

- возможность индивидуального подхода к обслуживанию клиента;

- более низкая стоимость создания рабочих мест.

Перечисленные преимущества оказывают существенное положительное влияние на экономическое развитие городов, в котором находятся малые предприятия. Рост спроса через механизм госзакупок становится наиболее заметным на местном и региональном уровне, что выражается в изменении различных макроэкономических индикаторах, а именно – росте ВРП, уровня заработных плат, снижении безработицы, а также улучшении условий и качества жизни населения города. Если государственные закупки распределяются равномерно по субъектам страны и в соответствии со специализацией этих субъектов, то данный инструмент становится причиной сокращения экономического и социального разрыва между городами и регионами страны, стимулируя при этом внутреннюю торговлю.

Как уже было отмечено ранее, субъекты малого предпринимательства - это неотъемлемая часть экономики городов, в связи с чем механизм государственных закупок оказывает существенное влияние на их развитие. Однако актуальной на сегодняшний день остается другая немаловажная проблема – это существование моногородов. В России существует около 460 поселений городского типа, где есть только одно или несколько взаимосвязанных предприятий, на которых работает более 20% всего местного экономически активного населения. В таких поселениях противостояние рискам внешней среды является практически невозможным, поэтому любые изменения рыночной конъюнктуры (к примеру, падение спроса на продукцию градообразующего предприятия) становятся первопричиной масштабного кризиса всего моногорода.

Для формирования необходимых условий для создания новых рабочих мест, привлечения инвестиций и развития городской среды был создан Фонд развития моногородов. Он также выступает посредником между государством

и монопрофильными городами в области осуществления госзакупок. Помимо перечисленных функций, Фонд развития моногородов также занимается софинансированием расходов бюджетов РФ и бюджетов муниципальных организаций в целях реализации мероприятий по строительству и/или реконструкции объектов инфраструктуры, выполняет функции проектного офиса по проектам развития моногородов, координирует деятельность по улучшению социально-экономической инфраструктуры в моногородах и др. Фонд способствует осуществлению государственных закупок не только у градообразующих предприятий по профилю их специализации, но и у местных подрядчиков в сфере строительства объектов инфраструктуры. Монозависимость и безработица таким образом снижается, что положительно влияет на экономическое развитие города в целом.

Подводя итог, можно сделать следующие выводы о значении государственных закупок для экономического развития города:

- Основным драйвером роста экономики города выступают субъекты малого и среднего предпринимательства, поэтому стимулирование спроса путем осуществления государственных закупок имеет положительное влияние в первую очередь на экономическое развитие города.

- Интеграция малого и крупного бизнеса способна нивелировать как неконкурентоспособность крупных корпоративных образований в условиях кризиса, так и ограниченность в ресурсах малых предприятий, а механизм равномерного распределения госзакупок может повлиять на увеличение темпов внутренней торговли и экономического роста.

- Наиболее чувствительными к изменениям конъюнктуры рынка субъектами экономической деятельности являются моногорода. Экономика таких городов имеет прямую зависимость от эффективности функционирования механизма госзакупок, который, в свою очередь, обеспечивает рабочие места и спрос на продукцию градообразующего предприятия.

Список литературы:

1. Аналитический отчет по результатам осуществления мониторинга закупок, товаров, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» по итогам III квартала 2019 года / Минфин России – М, 2019.
2. Туманянц К.А., Сеницына Е.Д., Интыкбаева С.Ж. Влияние государственных закупок на развитие малого предпринимательства в России // Финансы и кредит. - 2017. - №35(755). – С. 2107-2122.
3. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / И. Ю. Федорова, А. В. Фрыгин. – М. Издательство Юрайт, 2019. – 148 с.
4. Шешукова Т.Г. Система государственных закупок: понятие, влияние на экономику // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. - 2018. - №20(452). – С. 18-23.
5. Arrowsmith S. Public Procurement as an Instrument of Public Policy and the Impact of Market Liberalisation. Law Quarterly Review, 1995, no. 111, pp. 235–284.

УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ ОРГАНИЗАЦИИ. ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ФОНДА СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ НА СЛУЧАЙ БЕЗРАБОТИЦЫ

Маврина Ирина Васильевна

студент, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Луганской Народной Республики Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко, ЛНР, г. Луганск

Кислая Татьяна Николаевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Луганской Народной Республики Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко, ЛНР, г. Луганск

Аннотация. Способность организации развиваться в условиях социально-экономических изменений внешней среды представляется как показатель ее рыночной стабильности и конкурентоспособности, видение развития рынка труда и наличие стратегических управленческих решений.

Abstract. The organization's ability to develop in conditions of social and economic changes in the external environment is presented as an indicator of its market stability and competitiveness, a vision of the development of the labor market and the presence of strategic management decisions.

Ключевые слова: внешняя среда учреждения, государственная политика, безработица, трудовые ресурсы, занятость населения.

Keywords: the external environment of the institution, state policy, unemployment, labor resources, employment.

Постановка проблемы. Безработица – одна из важнейших проблем деятельности государства. В свою очередь государство прилагает усилия для решения этой проблемы посредством специализированных учреждений. Какие факторы и как влияют на деятельность этих учреждений.

Цель статьи. Исследование факторов внешней среды, оказывающих воздействие на Фонд социального страхования на случай безработицы в период становления и тенденции в его развитии.

Любая организация (фирма, промышленное производство, компания или учреждение) имеет свою внутреннюю среду и внешнюю, в которой осуществляется ее деятельность.

Внутренняя среда организации формируется в соответствии с целями и задачами организации в соответствии с полномочиями (финансовыми, материальными) Внутреннюю среду организации можно назвать хозяйственным, управленческим механизмом – организационная структура, система управления, производственные технологические процессы, уровень автоматизации, разделение труда, коммуникации.

Внешняя среда включает в себя как общие (присущие любой организации) элементы, так и сугубо «индивидуальные».

Внешняя среда - это окружение организации, то есть совокупность элементов, не входящих в состав организации, но оказывающих на нее воздействие или влияющих на процесс ее функционирования – это экономические условия, потребители, конкуренты, законодательство, техника и технологии [1].

Внешнее окружение организации велико и чрезвычайно разнообразно. Поэтому одна из первоочередных проблем, которую менеджер обязан разрешить это определение элементов внешней среды. Более того, он должен предложить подходящие способы реагирования на внешние воздействия, а для этого он должен знать их характеристики, т.е. характер их влияния.

Рассмотрим, как повлияли внешние факторы на деятельность и развитие одного учреждения.

В условиях войны и экономической блокады занятость населения в контексте управления социально-экономическим развитием играет важнейшую роль, так как является одним из факторов выживания. В республикегосударственным органом, обеспечивающим реализацию

государственной политики в сфере занятости населения и трудовой миграции, является Фонд социального страхования на случай безработицы.

Фонд решает задачи реализации государственной политики в сфере занятости населения, обеспечение граждан социальными услугами в случае безработицы и разрабатывает совместно с заинтересованными органами предложения по совершенствованию законодательства о занятости населения, системы социального страхования [2].

Фонд является специализированным финансовым учреждением, наделенный отдельными государственно - властными полномочиями и функциями. Специализированные финансовые учреждения оказываются специальные услуги, которые не предоставляются банками. Эти организации образуют специальные фонды (страховой фонд) за счет страховых взносов граждан и юридических лиц. К таким учреждениям относятся страховые фонды, пенсионные. Пенсионные Фонды – это государственные организации, которые образуются для обеспечения населения средствами на период после выхода на пенсию [3].

Развитие организации происходит постепенно. В январе 2015 года утверждено создание Фонда. В 2015 году Фонд предоставляет информацию о наличии актуальных вакансий в территориальных отделениях, обслуживают население только в случае личного обращения при наличии документов, предусмотренных Временным порядком, согласно которому осуществляется подбор работы, с учетом четко установленных требований работодателей.

Информация о свободных рабочих местах, поступившая от работодателей в территориальные отделения Фонда, находится в свободном доступе для граждан, которые обращаются в территориальные отделения за содействием в трудоустройстве. Кроме того, перечень вакантных рабочих мест публикуется в средствах массовой информации, а также размещается на официальном сайте учреждения.

В 2016 году утвержден Временный порядок организации работ временного характера. Вступление данного документа в силу позволило гражданам,

оставшимся без работы и не имеющим специальной подготовки, наличия лицензий и допусков, временно выполнять неквалифицированные работы. К гражданам, занятым на работах временного характера, применяется трудовое законодательство и законодательство о социальном страховании [4].

Следующим шагом в 2018 году стал Временный порядок организации профессионального обучения, получения дополнительного профессионального образования, прохождения курсов целевого назначения и стажировки гражданами, ищущими работу. Порядок определяет механизм предоставления социальных услуг по организации профессионального обучения, получения дополнительного профессионального образования, прохождения курсов целевого назначения и стажировки гражданами, зарегистрированными в территориальных отделениях [4].

В настоящее время рассматривается законопроект «О занятости населения». Данный нормативный документ определяет правовые, экономические и организационные основы государственной политики содействию занятости населения, в том числе конституционные гарантии государства на труд и социальную защиту от безработицы.

Основным приоритетом государственной политики республики является создание системы постоянной социальной поддержки граждан. Вступление в силу данного закона позволит человеку, оставшемуся без работы, получить защиту в виде материального обеспечения, получения бесплатных услуг, правовой защиты, профессиональной подготовки, перепрофилирования, финансовой помощи для самозанятости населения.

Деятельность Фонда развивается в сложных социально - экономических условиях: активные боевые действий, напряженная общественно - политическая ситуация оказывает влияние на стабильность и устойчивость экономики.

Одной из функций Фонда является осуществление постоянного мониторинга ситуации на рынке труда. В 2019 году регистрируемый рынок труда Луганской Народной Республики в общей численности граждан, ищущих

работу, мужчины составили 53,7%, женщин – 46,3%. Практически каждый третий, обратившийся в Фонд, относится к категории молодежь в возрасте до 35 лет [4].

С начала 2019 года территориальные отделения Фонда располагали информацией о наличии 16,5 тысяч вакантных рабочих мест на постоянной основе. Наиболее востребованными на рынке труда являются рабочие профессии – 52,9% (от общего количества поступивших вакансий), далее идут профессии для служащих – 29,7%, и 16,9% – профессии, не требующие специальной подготовки [4].

Для проведения работ временного характера работодателями создано 11669 временных рабочих мест. К участию в этих работах привлечены 6907 человек, из них 177 человек принимали участие в ремонтно-строительных работах по восстановлению индивидуальных жилых домов, разрушенных в ходе боевых действий [4].

С целью реализации своих задач и функций Фонд постоянно организует и проводит:

- ярмарки вакансий для граждан, которые обратились в службу занятости в связи с поиском работы, в том числе и для граждан с ограниченными физическими возможностями;
- семинары для граждан, ищущих работу;
- информационные семинары с ученической и студенческой молодежью, которая изъявила желание работать в свободное от учебы время.

Для учащейся молодежи проводятся тренинги для определения типа будущей профессии, ответив на вопросы теста, анкетизируемый сможет узнать, какой тип профессии ему лучше выбрать для достижения успеха в будущей карьере.

Фонд оказывает работодателям комплекс услуг способствующих быстрому и квалифицированному подбору кадров.

С января 2017 года установлено квотирование для трудоустройства молодежи на первое рабочее место и трудовой адаптации молодых людей на

рынке труда. В 2017 году данной услугой воспользовались 53 работодателя, с помощью которых трудоустроено 67 молодых специалистов [5].

В целях удовлетворения потребностей экономики Луганской Народной Республики специалистами, имеющими среднее профессиональное и высшее образование, в 2018 году утвержден Порядок распределения и трудоустройства выпускников образовательных организаций (учреждений). Выпускники образовательных учреждений среднего профессионального и высшего образования, получивших образование за счет средств Государственного бюджета Луганской Народной Республики, направляются на работу по распределению и обязаны будут отработать три года.

Численность населения республики по состоянию на 01.01.2016 года составляет 1504 тыс. человек, ожидаемая численность населения республики на 01.01.2019 года составит 1458,5 тыс. человек. Сохраняется тенденция снижения численности населения. В общей структуре населения городские жители составят порядка 94%, проживающие в сельской местности – 6% [5].

В конце 2017 года уровень смертности достиг 15,1 %. Основными факторами, влияющими на смертность населения, относятся: уровень и образ жизни, возрастной состав населения, экология, качество продуктов питания.

Возрастной состав населения по состоянию на 01.01.2017 доля населения старше 60 лет и старше составляла 25,1 %, что выше, чем в предыдущем году [5].

Важной составляющей экономического развития республики является уровень заработной платы. Среднемесячная заработная плата одного штатного работника за 2018 год составит 10320 рос.руб., что в 3 раза выше размера должностного оклада работника 1 разряда (3566 рос. руб.) и на 21,7% больше, чем за 2017 год (8480 рос. руб.) [5].

В республике сохраняется дефицит медицинских и педагогических работников. Востребованы работники инженерных специальностей, электрики, слесари, а также подсобные рабочие, уборщики.

На примере добывающей промышленности можно проиллюстрировать, какие изменения происходили в республике. В 2013 году в регионе было добыто 17 500,0 тыс. тонн угля, а в 2015 году - 3 800,0 тыс. тонн угля, что в 4 раза меньше [5]. Экономическая блокада республики, проблемы с выплатой заработной платы и реализацией готовой продукции, это всего лишь несколько проблем, с которыми пришлось столкнуться.

Таким образом, организация, учреждение не может существовать «в своем мире», она постоянно воздействует на окружение, а внешнее окружение воздействует на неё. Очень часто «внутренние» проблемы называют «внешними» причинами, несовершенство законодательства, противоречиями экономических процессов. Когда управленческий механизм организации, учреждения отлажен, коллектив четко реагирует на поставленные задачи, материальная, техническая база позволяет варьировать в критических ситуациях, то какими сложными не были условия и факторы, оказывающие воздействие, организация будет не только «держаться на плаву», будет четко идти к поставленной цели, выполнять свои задачи и функции.

Список литературы:

1. Мескон М. Основы менеджмента: учеб.пос./М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури.-Москва:3-е изд; Вильямс, 2006.-594с.
2. Постановление Совета Министров Луганской Народной Республики от 28.12.2017 № 81 «Об утверждении Положения о Фонде социального страхования на случай безработицы Луганской Народной Республики». – Режим доступа: <https://sovminlnr.ru/akty-soveta-ministrov/postanovleniya>, свободный. (Дата обращения 14.10.2019г.).
3. Грибовский А.В. Роль специализированных финансово-кредитных институтов в банковской системе Российской Федерации // Молодой ученый. — 2013. — №5. — С. 285-288. — URL <https://moluch.ru/archive/52/6901/> (дата обращения: 12.11.2019).
4. Информационный портал «Фонд социального страхования на случай безработицы Луганской Народной Республики» Режим доступа: <https://fssblnr.su/>свободный. (Дата обращения 14.10.2019 г.)

5. Закон Луганской Народной Республики от 03.04.2018 № 224-III "О Программе социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2018 год" [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://glava-lnr.info>, свободный (Дата обращения 14.10.2019).
6. Закон Луганской Народной Республики от 05.03.2019 № 36-III "О Программе социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2019 год" [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://glava-lnr.info>, свободный (Дата обращения 14.10.2019).

СЕКЦИЯ 4. ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ПРИНЦИПА ЭСТОППЕЛЬ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Адамов Илья Олегович

*студент, Сибирский Юридический Университет,
РФ, г. Омск*

Принцип «эстоппель» происходит из общего английского права, являя собой результат правотворчества судов, использовавших его как средство представления доказательств в судебном разбирательстве.

Смысл принципа заключается в том, что любое лицо с учетом определенных обстоятельств может утратить право отсылки на определенные факты для обоснования притязаний. Принцип применяется главным образом в международном публичном праве, где обозначает утрату субъектом международного права (государством) права ссылки на обстоятельства и факты, как правило, в случаях разрешения приграничных конфликтов. Сегодня проблема применения принципа тесно связана с возможностью использования прецедента и обычая при вынесении судебных актов.

Отметим, что принцип эстоппель все интенсивнее находит свое применение в патентном праве [3, с.8].

В отечественной практике доктрина эстоппель используется крайне редко, однако в патентном праве такие случаи наличествовали еще в начале 2000-х годов. Так обладатель патента на изобретенную им полезную модель предпринял попытку распространить весь объем исключительных прав на один из вариантов конкретного исполнения модели. Данное исполнение не могло удовлетворять условию «новизна» [4, с. 54-55].

В начале 2010-х арбитражные суды зачастую отклоняли применение принципа. Так не был признан изобретением «Фиточай», хотя авторы и имели

патент на изобретение [2, с. 15-16]. Однако, говорить здесь о «чистом» применении правила эстоппель не приходится. В 2012-м году Высший Арбитражный Суд Российской Федерации (ВАС РФ) рассматривал дело, когда обладатель патента на вакцину подал иск к индийской компании, а главным аргументом стал патент на конкретную комбинацию веществ [1].

Мы не считаем, что здесь суд исходил главным образом из рассматриваемого принципа, а скорее сопоставил время изобретения и регистрацию вакцины на территории РФ. Более того, в решении наличествовал вывод о том, что истец злоупотребил своим правом. Пример сложен и с этической точки зрения, поскольку истцом вакцина не могла производиться в нужном объеме, а индийская компания вывела на рынок необходимое количество вакцины. Ответчик подал возражения по охране патента истца, поскольку по мнению будущего ответчика патент не мог соответствовать признаку «новизна», поскольку были известны подобные американские и немецкие патенты. Однако, палата признала, что патент истца обладает новизной. Технические решения действительно обладали таким свойством, но само вещество, по мнению ответчика, нет. Дело в том, что зачастую заявителем на патент указывается и сам продукт и способ его производства в одной заявке, что приводит в недоумение суды, поскольку, как в данном случае, во главу спора ложился не способ производства, а само вещество. Суд не пошел по формальному пути и признал наличие злоупотребления правом со стороны истца. По сути, способ производства второстепенен и лишь формально говорит о наличии исключительного права у истца на него, но не на само вещество.

В данном случае мы рассматриваем первые попытки применения принципа эстоппель как принципа прецедентного права в правовой системе РФ.

Здесь мы подходим к проблеме возможности и ограничений применения принципа эстоппель в странах романо-германской правовой системы. Общее право зиждется на законе в первую очередь, и лишь как исключение используется прецедент, обычай. Вместе с тем, расширение использования принципа эстоппель назрело. Можно сравнить этот процесс с процессом

расширения влияния закона в англо-саксонской системе. Взаимопроникновение систем объясняется гармонизацией, унификацией законодательства, а шире – глобализацией жизни и экономики, приводящей к стиранию границ в общественных отношениях.

Нельзя не признать и того факта, что законы все более динамично подвергаются толкованиям, со временем переходя в некие правила, основанные на судебной практике. Если пристально рассмотреть нормы Французского гражданского кодекса (ФГК), то уже в самом начале в статье 5 мы увидим, что судьям запрещено выносить решения в форме общего распоряжения. То есть суды рассматривают конкретное дело, решение по которому не может связывать низшие суды [5]. Но статья 4 ФГК предписывает рассматривать дело, исходя из принципов и практики, если случай не подлежит однозначной оценки с точки зрения законодательства. То есть, судебная практика как бы помогает регулированию общественных отношений, что предполагает возможность применения и принципа эстоппель.

Нужно обратить внимание и на то, что законы в англо-саксонской системе носят скорее казуистичный характер, а деление право на публичное и частное отсутствует. Поэтому прогнозировать динамичное развитие прецедента как источника права в РФ не представляется возможным.

Вместе с тем в базах судебных решений содержится около 2500 документов, когда стороны прибегали к использованию принципа эстоппель. С чем связана такая растущая динамика за последние годы? Например в делах о договорах аренды, сторона с одной стороны часто указывает на незаключенность договора письменно, а с другой стороны говорит о наличии де-факто таких отношений [6]. Перед судами стоит вопрос соотношения позитивного и естественного права, а точнее – вопрос о применении интегративного подхода, когда понятие правовой жизни не является юридической категорией. Это, скорее, философский концепт в стадии перманентного становления, который не ограничивает исследователя рамками какой-то одной науки, которая наиболее полно отвечает задачам

интегративного познания. Концепт как таковой выражает процессуальную сторону познания, акцентирует внимание на динамизме познания и рефлексии субъекта познания. Также теоретико-методологические возможности концепта полностью соответствуют требованиям феноменологической редукции.

Нельзя, тем не менее, бездумно следовать рассматриваемому принципу. Вполне возможно смоделировать ситуацию, когда незаключенность договора письменно преследует целью уход от налогов, получение государственной поддержки и т.д.

Мы считаем, что применение принципа эстоппель в судебной практике Российской Федерации будет возрастать, однако нельзя сказать, что данный принцип может повсеместно и безоговорочно применяться, особенно в спорах о патентных правах.

Принцип эстоппель – порождение, прежде всего, системы прецедентного права, которая отличается не только главенствующей ролью правоприменительной практики, но и казуистичностью законов, которые быстро «обрастают» судебными решениями.

Применительно к правовой системе РФ пока сложно говорить о том насколько динамично будет применяться принцип эстоппель как основа судебного решения. Пока в основной массе судебных решений правоприменитель применяет статью 10 Гражданского Кодекса [7].

Список литературы:

1. Вестник ВАС РФ. – 2012. - № 5.
2. Гражданский кодекс Франции (Civil Code) [Электронный ресурс] // URL:http://www.legifrance.gouv.fr/content/download/1950/13681/version/3/file/Code_22.pdf (дата обращения: 25.09.2019 г.)
3. Джермакян, В.Ю. Доктрина эстоппель в спорах о нарушении патентов : [Текст] / В.Ю. Джермакян // Патенты и лицензии. - 2011. - № 6. - С. 13-17
4. Еременко, В.И. О применении теории эквивалентов в рамках Евразийской патентной системы : [Текст] / В.И. Еременко // Изобретательство. - 2011. - № 10. - С. 1-10

5. Морская, О., Аверьянов, А. Применение понятия «эквивалентный признак» при установлении факта использования изобретения (полезной модели). : [Текст] / О. Морская, А. Аверьянов – М.: ИНИЦ Роспатента. 2001. – 63 С.
6. Решение АС Красноярского края от 26 марта 2019 г. по делу № А33-19630/2018 : [Электронные текстовые данные] // Судакт.ру URL: //sudact.ru/arbitral/doc/ебаміВnntJQT/ (дата обращения: 03.10.2019 г.)
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федеральный закон от 30.11.1994 N 51-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

ПРЕИМУЩЕСТВА МЕХАНИЗМА ЛИЗИНГА ДЛЯ ЛИЗИНГОПОЛУЧАТЕЛЯ

Роганина Анастасия Викторовна

*магистрант юридического института Белгородского государственного
национального исследовательского университета,
РФ, г. Белгород*

Бондаренко Сергей Сергеевич

*научный руководитель, канд. юрид. наук, доцент,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

ADVANTAGES OF THE LEASING MECHANISM FOR THE LEASING RECIPIENT

Anastasia Roganina

*Master student, Department of Civil Law and Procedure
Law Institute of Belgorod State National Research University,
Russian Federation, Belgorod*

Sergey Bondarenko

*Candidate of law, associate professor,
Belgorod State National Research University,
Russian Federation, Belgorod*

Аннотация. В современных экономических условиях для сохранения конкурентоспособности и перспектив развития компаниям необходимо уделять внимание модернизации и внедрению новых технологий. Данная необходимость требует значительного вложения средств, которыми, как правило, компании не владеют. Привлечение банковского кредита также представляет сложность, выдвигая жесткие условия, зачастую неприемлемые для организации. Также высока вероятность отказа в предоставлении кредита, особенно для мелкого и нового бизнеса. Лизинг представляет собой эффективный источник финансирования предприятия не зависимо от его уровня развития и масштабов.

В статье рассматриваются имущественные, правовые, бухгалтерские, налоговые и инвестиционные преимущества от сделки для компании-лизингополучателя. Обилие государственных программ льготного лизинга

предлагает возврат определенной части авансовых и/или самих лизинговых платежей, помогая организациям выйти на новый уровень.

Рынок лизинговых услуг развивается стремительно, положительно влияя на развитие предприятий и экономики, что обуславливает актуальность данной статьи.

Abstract. In the current economic conditions, in order to maintain competitiveness and development prospects, companies need to pay attention to the modernization and implementation of new technologies. It requires a significant investment, which, as a rule, companies do not own. Attracting a bank loan is also difficult, putting forward tough conditions, often unacceptable to the organization. Also, there is a high probability of refusal to provide a loan, especially for small and new businesses. Leasing is an effective source of financing for an enterprise, regardless of its level of development and scale.

The article considers the property, legal, accounting, tax and investment advantages of the transaction for the lessee company. The abundance of state programs of preferential leasing offers the return of a certain part of advance and / or leasing payments themselves, helping organizations to reach a new level.

The leasing services market is developing rapidly, positively influencing the development of enterprises and the economy, which determines the relevance of this article.

Ключевые слова: лизинг, договор лизинга, субсидирование лизинга, лизингополучатель.

Keywords: leasing, leasing contract, subsidized lease, the lessee.

В настоящее время процесс глобализации влияет на быстрое развитие технологий, достижений в сфере науки и техники. Единое информационное поле, в свою очередь, способствует распространению сведений о данных технологиях и внедрению их на производстве. В условиях конкурентной борьбы предприятиям приходится следить за данным развитием в своей

области и по возможности внедрять инновации на производстве. Недостаток же внутренних ресурсов тормозит возможное развитие и рост организации.

Как показывает мировой опыт, выгодным источником финансирования для предприятий является лизинг. Он позволяет организациям, не зависимо от их уровня развития и величины, получить доступ к необходимому имуществу, без использования собственных средств и без привлечения банковского кредита. Согласно Федеральному закону от 29.10.1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» [2], лизинговая деятельность представляет собой вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в лизинг. Договор лизинга - соглашение, в соответствии с которым лизингодатель обязуется приобрести в собственность указанное лизингополучателем имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование. Для исключения спорной ситуации, в договоре лизинга стоит предусмотреть, кто выбирает продавца приобретаемого имущества лизингодатель или же лизингополучатель. Предметом лизинга могут быть любые непотребляемые вещи, в том числе предприятия и другие имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другое движимое и недвижимое имущество [3].

Механизм лизинга активно используется в странах с рыночной экономикой. Предприятия независимо от отрасли и финансового положения прибегают к услугам лизинговых компаний. Занимая второе место по объему инвестиций после банковских кредитов, лизинг в развитых странах является одним из основных способов инвестирования средств в экономику.

В России, несмотря на динамичный рост лизингового рынка, особенно в последние два года, его масштабы оставляют желать лучшего. Большая часть предприятий в России использует морально устаревшее оборудование, которое является фактором снижения производительности труда и экономической эффективности в разы. Для улучшения экономической ситуации необходимо техническое перевооружение и модернизация оборудования, которую

позволить себе могут далеко не все предприятия и организации. Лизинг в подобной ситуации является идеальным, а для некоторых и единственно возможным вариантом, способным обеспечить безопасную сделку, избавив себя от непредвиденных убытков. Сам по себе, договор лизинга позволяет всем сторонам извлечь выгоду. Продавец необходимого оборудования получает прибыль, лизингодатель увеличивает объем продаж, при минимальном риске от сделки, а лизингополучатель берет в пользование необходимое оборудование, без высоких затрат и последующей возможностью выкупа оборудования, в зависимости от заключенного договора. Цель данной работы рассмотреть основные преимущества лизингополучателя от использования лизинга.

Лизинг открывает новые возможности и перспективы развития для начинающего бизнеса, без внушительной суммы начального капитала. В сравнении с банковским кредитом, который к тому же одобрит не каждый банк, не придется задумываться о том, какое имущество предоставить в залог. Условия договора лизинга не такие жесткие, ежемесячные выплаты, как правило, фиксированы, что позволяет выплачивать долг постепенно и упрощает прогнозирование денежного потока в организации.

Основное преимущество, для предприятия, которое нуждается в техническом перевооружении, состоит в том, что внедрение новых технологий становится возможным с минимальным первоначальным вложением. Если иное не предусмотрено договором, обязательства по выплате лизинговых платежей совпадает с началом использования лизингового оборудования.

Лизинговая сделка открывает широкий спектр в выборе предмета лизинга. А тот факт, что лизинговая компания имеет возможность приобрести оборудование по более низкой цене, чем пришлось бы покупать организации, подтверждает эффективность данного инструмента. Он также идеально подходит в том случае, когда оборудование нуждается в постоянном обновлении, открывая доступ к новинкам на рынке.

Следующим положительным моментом является индивидуальный подход к каждому отдельному лизинговому соглашению. При составлении договора учитывается специфика компании.

Для того чтобы лизинговая сделка оказалась максимально выгодной для компании-лизингополучателя, ей стоит изучить и принять решение, какой пакет услуг выбрать в зависимости от наличия технического обслуживания, страхования объекта лизинга, оплаты всех сборов и налогов. Весомое значение на сумму договора оказывает его срок. Чем он дольше, тем выше затраты лизингодателя на обслуживание, следовательно и дороже лизинг.

Организации–лизингополучателю необходимо рассмотреть все возможные варианты расчетов авансовых платежей с разными условиями и периодами оплаты, которые предлагает лизинговая компания. Определить для себя оптимальные условия, соответствующие финансовым возможностям. Выбранные параметры будут влиять на коэффициент удорожания, который учитывается лизинговой компанией при расчете авансового платежа (чем он выше, тем меньше коэффициент). Таким образом, индивидуальный подход к каждой сделке позволяет проанализировать и учесть все влияющие факторы, выбрав для себя наиболее выгодные условия.

На текущий момент действуют специальные программы льготного лизинга и специальные программы субсидирования лизинговых операций, которые подразумевают возврат определенной части авансовых или лизинговых платежей из федерального или местного бюджета. Субсидирование лизинга – это частичное возмещение государством из федерального бюджета затрат, связанных с финансовой арендой производственных активов. Юридическим основанием служит Постановление Правительства РФ от 27.12.2019 N 1908 "Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета на стимулирование спроса и повышение конкурентоспособности Российской промышленной продукции и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации", изменения и дополнения к этому акту и другие нормативные документы.

На сегодняшний день существует масса госпрограмм, направленных на поддержку технологического перевооружения и модернизацию основных производственных фондов российских компаний. Например:

- цель государственной программы льготного лизинга «Свое дело» - предоставить скидку на уплату первоначального взноса в размере 12,5 процентов при покупке автотранспорта в лизинг (но не более 625 000 рублей за одну машину);

- программа «Лизинговые проекты» занимается выдачей льготных займов для оплаты части аванса по лизингу оборудования;

- цель программы «Лизинг в легкой промышленности» - субсидирование аванса по лизингу оборудования для легкой промышленности.

Подобных программ достаточное количество, среди прочих: «Лизинг вертолетов», «Оборудование для пищевой и перерабатывающей промышленности», «Сельскохозяйственная техника и оборудование», «Российский тягач», «Российский фермер» [6].

Воспользоваться возможностью субсидирования лизинга могут все категории покупателей: компании малого, среднего и крупного бизнеса, а также индивидуальные предприниматели.

Рассматривая бухгалтерские и налоговые преимущества, стоит отметить следующее:

- постановка на баланс лизингового имущества увеличивает актив баланса, положительно влияя на показатели при анализе финансовой деятельности организации;

- лизингополучатель может уменьшить налогооблагаемую прибыль, включая в себестоимость продукции лизинговые платежи [4];

- предмет лизинга амортизируется с использованием специального коэффициента, не превышающего 3 [3].

В довершение всего стоит отметить тот факт, что задолженность по договору лизинга не увеличивает кредиторскую задолженность, расширяя возможность компании в привлечении кредитных средств.

Несмотря на объемный перечень положительных сторон от лизинговой сделки, нельзя не обратить внимание на недостатки. Лизинг для многих предприятий является безальтернативной мерой, на которую они вынуждены пойти (в

том случае, когда собственными средствами они не располагают, и не могут взять кредит).

В сравнении с прямым приобретением необходимого оборудования, лизинг, за счет уплаты процентов выходит гораздо дороже, в особенности при приобретении предмета лизинга в конце срока действия договора. А также, в случае необходимости, расторгнуть такой договор, с учетом негибких среднесрочных и долгосрочных соглашений будет сложно.

Лизинг является внушительным инвестиционным инструментом, благодаря которому финансируется до 35% в оборудование и технику. Как мы видим, договор лизинга гарантирует минимальные риски для всех сторон сделки, становясь привлекательным для инвесторов. При помощи такого инструмента, как лизинговая сделка, российские предприятия обновляют техническое оборудование, наращивают производственную мощность, выпускают качественную и конкурентоспособную продукцию, увеличивая прибыль, а следовательно и налоговые поступления в бюджет.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.
2. Федеральный закон от 29.10.1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (ред. от 16.10.2017) // Собрание законодательства РФ. 1998. № 44. Ст. 5394.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 27.12.2019, с изм. от 28.01.2020) // Собрание законодательства РФ. 2000. № 32. Ст. 3340.
4. Постановление Правительства РФ от 27.12.2019 N 1908 "Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета на стимулирование спроса и повышение конкурентоспособности Российской промышленной продукции и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации".
5. Горшков Р.К. Лизинг: проблемы и перспективы развития в России: монография / Р.К. Горшков, В.А. Дикарева. – Москва: МГСУ, 2012. – 160 с.
6. <https://www.all-leasing.ru>

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.
СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ**

*Электронный сборник статей по материалам XXV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 3 (25)
Март 2020 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: mail@nauchforum.ru

16+

