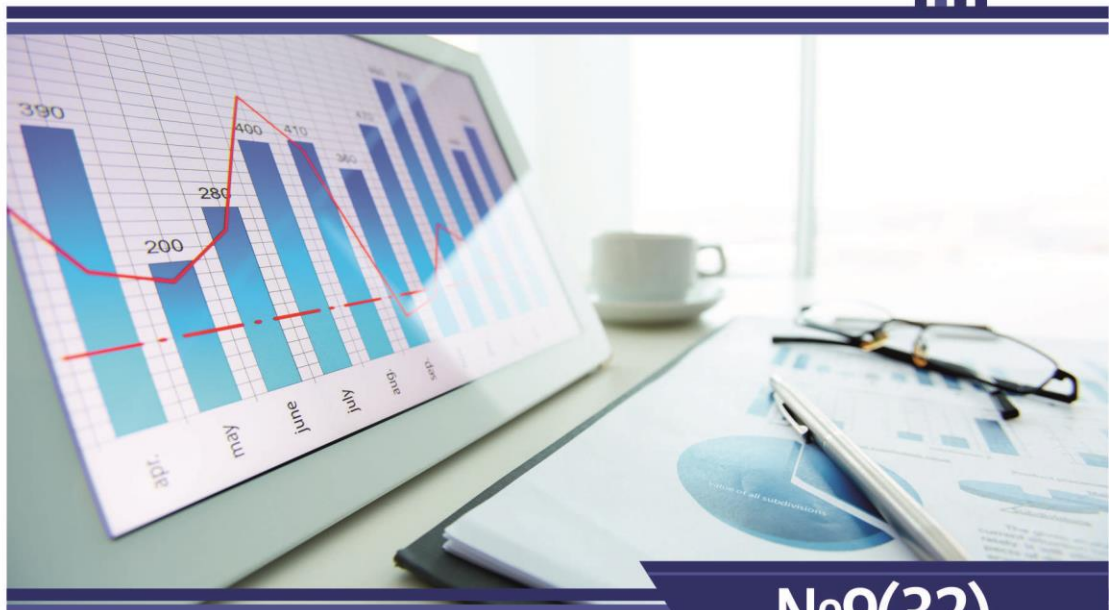




**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№9(32)

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

МОСКВА, 2019



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам XXXII международной
научно-практической конференции*

№ 9 (32)
Ноябрь 2019 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2019

УДК 33
ББК 65
НЗ4

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:

Илларионова Елена Александровна – канд.экон.наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО "Воронежский экономико-правовой институт", Россия, г. Старый Оскол;

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

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

НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам XXXII междунар. науч.-практ. конф. – № 9 (32). – М.: Изд. «МЦНО», 2019. – 88 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2019

Оглавление

Экономика	5
1. Менеджмент	5
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ Лысых Татьяна Владимировна	5
БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО, КАК СИСТЕМА НЕПРЕРЫВНОГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ Никольская Юлия Владимировна	9
ОТРАСЛЕВЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ Никольская Юлия Владимировна	12
АУТПЛЕЙСМЕНТ КАК ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ Чуйкова Василиса Андреевна	17
2. Мировая экономика	22
РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ Асташко Павел Борисович	
СТРУКТУРА ОПЕРАЦИОННЫХ РИСКОВ В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ Горбач Антон Вячеславович	29
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИК АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ Шматко Алексей Дмитриевич Кальчинскас Влад Витальевич Красильников Александр Иванович Шитов Дмитрий Алексеевич	35
3. Региональная экономика	40
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СНИЖЕНИЯ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ ЗАКАЗЧИКОВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПОК МАЛОГО ОБЪЕМА Аристов Анатолий Викторович Куницын Николай Сергеевич Овчаров Максим Александрович Аристов Юрий Иванович	40

4. Финансы, денежное обращение и кредит	45
АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА КАЧЕСТВО КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ АРМЕНИИ Аветисян Ара Андраникович	45
РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ПОВЫШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ЕЕ СОБЛЮДЕНИЮ Лукина Виктория Федоровна	55
5. Ценообразование	61
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ДИСКРИМИНАЦИИ Шматко Алексей Дмитриевич Кайор Анна Алексеевна Павлова Анастасия Сергеевна Яшина Алина Сергеевна	61
6. Экономика и управление народным хозяйством	66
ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В РФ, ТРЕБУЮЩИЕ РЕШЕНИЯ Гашникова Анастасия Евгеньевна	66
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ Юрова Светлана Юрьевна	70
7. Экономика предпринимательства	77
ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН Яценко Вероника Сергеевна	77
8. Экономика труда	82
РЫНОК ТРУДА ПРИ ПЕРЕХОДЕ К ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ Смирнов Вячеслав Олегович Грацинская Галина Всеволодовна	82

ЭКОНОМИКА

1. МЕНЕДЖМЕНТ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

Лысых Татьяна Владимировна

магистрант,

Санкт-Петербургского политехнического университета

Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

В настоящий момент довольно очевидно, что конкуренция является движущей силой развития общества, одним из средств экономии ресурсов, а также позволяет повысить качество товара и уровень жизни населения. Равно как и другими факторами экономической деятельности, конкуренцией необходимо грамотно и правильно управлять. Управление конкурентоспособностью включает в себя способы нахождения, исследования, укрепления, применения и формирования конкурентного преимущества. Термин «конкурентное преимущество» отображает характеристики товара, марки или предприятия, которые бы превосходили конкурентов в рыночной борьбе [3, с. 98]. Данные качества могут быть абсолютно разными и иметь отношение как к изначально базовому продукту, так и к сопутствующим услугам, способам изготовления и реализации, специфическим для компании или продукта. Для того чтобы достичь успеха и процветания, каждой фирме необходимо отыскать источник данного преимущества, сформировать условия с целью его стабильности. Конкурентные преимущества формируются в результате преобладания сильных сторон компании над ее слабыми сторонами и имеют все шансы реализоваться одним субъектом конкуренции перед иными в рыночных условиях.

В связи с этим при подборе конкурентной стратегии следует, с одной стороны, обладать четким пониманием сильных и слабых сторон работы компании, знать ее позицию на рынке, а с другой – иметь представление о структуре национальной экономики и в общем о структуре отрасли, где находится фирма.

Конкурентное преимущество складывается из сравнения с конкурентом, который занимает наиболее выигрышную позицию на рынке товара либо в определенном сегменте рынка [1, с. 170]. Ж.Ж. Ламбен все конкурентные преимущества делит на внешние и внутренние. К первым относятся преимущества, создающие ценность для потребителя и увеличивающие рыночную мощь компании, что позволяет принудить рынок принять наибольшую цену продаж. В качестве примера можно привести маркетинговые «ноу-хау», понимание, что ожидает покупатель.

Внутренних конкурентных преимуществ компания достигает с помощью персонала, где особую значимость имеют руководители. Данная группа преимуществ дает превосходство изготовителю, так как позволяет снизить себестоимость.

Появление внутреннего конкурентного преимущества является следствием наибольшей «производительности», тем самым у компании увеличивается рентабельность, она становится более устойчивой к уменьшению цены продаж, которая навязывается рынком или конкурентами. К данным преимуществам можно отнести специализацию, масштаб производства, опыт, операционную эффективность.

По мнению Кевина Койна, облегченный метод установления конкурентного преимущества определяется так: производитель, который выгодно реализует свою продукцию, превосходит своих соперников в том случае, когда покупатель выбирает именно его товар. При этом определенные преимущества имеют большую ценность, чем иные. Чтобы конкурентное преимущество стало стратегически важным, должны быть выполнены три условия [5, с. 147]:

1. Покупатель должен понимать, что товар или услуга, которые предлагает конкретная компания, значительно отличаются от товаров или услуг конкурентов. Они должны обладать уникальностью по нескольким основным аспектам, согласно которым потребитель осуществляет реальный выбор и принимает решение о приобретении товара или услуги.

2. Указанное разделение продукта должно опираться на довольно значительную разницу потенциалов изготовителей, то есть на разрыв между наиболее внушительными способностями данной компании и менее внушительными способностями ее соперников.

3. Отличия в покупательских свойствах продукта и в потенциале фирм должны быть на протяжении продолжительного периода.

Соблюдение вышеизложенных условий даст возможность компании завоевать конкретную нишу на рынке или в его сегменте, то есть позиционировать компанию посредством конкурентных преимуществ.

Удерживать конкурентное преимущество, как правило, намного труднее, чем его определить. Это происходит потому, что появляются новые технологии, новые товары, способы доставки, новые требования

потребителей, изменения в ценах или в наличии факторов производства (рабочая сила, сырье, энергия, средства информации, охрана окружающей среды и так далее). Можно выделить три группы факторов, которые определяют, в течение какого времени производитель способен сохранять превосходство над конкурентами [4, с. 113]:

- источник конкурентного преимущества;
- количество существующих у компании очевидных источников конкурентного преимущества;
- постоянное усовершенствование производства и иных видов деятельности.

Среди конкурентных преимуществ выделяют преимущества низкого и высокого ранга. Первые достаточно просто приобрести, например дешевую рабочую силу и сырье, также сюда относятся преимущества, которые базируются только на факторе масштаба от использования технологий, оснащения либо способов, приобретенных у конкурентов. Ко второй группе преимуществ можно отнести патентованные технологии, репутацию компании, основанную на интенсивной рекламной деятельности, близкие отношения с покупателем. Данные преимущества возможно сохранять в течение долгого времени, если направлять долговременные и интенсивные капиталовложения в производство, в специальную подготовку персонала, осуществлять научно-исследовательскую работу и проводить маркетинговую деятельность.

Количество существующих у компании очевидных источников конкурентного преимущества находится в зависимости от длины и количества звеньев производственной цепочки [2, с. 98].

Осуществление постоянной модернизации производства и иной деятельности является важнейшим фактором. М. Портер считает, что компания обязана приобретать новейшие преимущества со скоростью не меньше той, с какой соперники способны повторять существующие. Вера в провал нового технологического процесса, который применяет конкурент, пренебрежение появлением нового сегмента рынка или канала сбыта – все это говорит о том, что конкурентное превосходство ускользает. Согласно М. Портеру, есть три варианта стратегий, чтобы создать устойчивые конкурентные преимущества. Так как все компании сталкиваются с рядом факторов – появляются новые соперники, покупатели пытаются снизить цену, а поставщики, наоборот, – повысить их, продвижение продуктов-субститутов – то все без исключения участники рынка имеют интерес к ослаблению конкуренции. Для достижения этого М. Портер предложил осуществить либо минимизацию

производственных затрат на дифференциацию продукта, либо концентрации на определенном секторе рынка.

Множественность подходов к измерению конкурентоспособности вызывает необходимость обоснования единого методического инструментария для установления признаков наличия конкурентных преимуществ. Для современной экономической науки оценка конкурентоспособности является одной из актуальнейших проблем, однако множество разработок зачастую имеют противоположные методические измерители и в основном сводятся к определению финансового положения предприятия. В то же время экономисты признают, что обнаружение факторов, определяющих уровень конкурентоспособности, позволяет выработать предприятию комплекс мероприятий по формированию системы улучшений в соответствии с изменяющимся спросом рынка.

Воспринимая конкурентоспособность предприятия как возможность рационально использовать имеющийся потенциал для проявления конкурентных преимуществ на рынке, можно утверждать, что конкурентоспособность представляет собой проявление экономического результата управления предприятием за счет достижения превосходства над конкурентами и получения оптимального уровня показателей для устойчивого финансового развития и стоимости предприятия.

Список литературы:

1. Абрамов В.С. Стратегический менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: В 2-х ч. / В.С. Абрамов. – М.: Юрайт, 2018. – С. 170.
2. Лозик Н.Ф. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Н.Ф. Лозик, М.Н. Кузина, Д.В. Царегородцев, А.А. Семенова. – М.: Русайнс, 2017. – С. 98.
3. Малюк В.И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.И. Малюк. – М.: Юрайт, 2018. – С. 216.
4. Носова С.С. Стратегический менеджмент: Учебно-методическое пособие / С.С. Носова. – М.: Русайнс, 2017. – С. 113.
5. Попов С.А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение, цели, изменения: Учебно-практическое пособие / С.А. Попов. – М.: Юрайт, 2018. – С. 147.

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО, КАК СИСТЕМА НЕПРЕРЫВНОГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ

Никольская Юлия Владимировна

студент

*Национальный исследовательский
Томский государственный университет,
РФ, г. Томск*

LEAN MANUFACTURING AS A SYSTEM OF CONTINUOUS PROCESS IMPROVEMENT

Yulia Nikolskaya

student

*National Research Tomsk State University,
Russia, Tomsk*

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению производственной системы – Бережливое производство. Внедрение бережливого производства поможет исключить потери, минимизировать проблемы, тем самым повышая производительность труда.

Abstract. The article is focused on the consideration of the production system - lean manufacturing. Implementation of this methodology helps to eliminate losses and minimize problems, in doing so labor productivity is increasing.

Ключевые слова: бережливое производство; потери; производительность.

Keywords: Lean manufacturing; losses; productivity.

Актуальность данной проблемы заключается в том, что стремясь повысить свою конкурентоспособность, российские компании проявляют все более глубокий интерес к лучшим мировым практикам в области технологий управления предприятием и активно ищут пути построения эффективных производственных систем. При кажущемся обилии бизнес-концепций в мире существует не так уж много систем производственного менеджмента, которые предлагают реальные методики повышения эффективности производства.

Одной из таких систем является Бережливое производство. Концепция БП позволяет:

- постоянно повышать удовлетворенность потребителей, акционеров и других заинтересованных сторон;
- постоянно повышать результативность и эффективность бизнес-процессов;
- упростить организационную структуру, улучшить процессы менеджмента;
- быстро и гибко реагировать на изменение внешней среды [1].

В любой системе существуют скрытые потери. Не устраняя потери, мы рискуем потерять конкурентоспособность. Классификацию семи важнейших видов потерь предложил Тайити Оно: перепроизводство, излишние запасы, лишние движения, избыточная обработка, переделка и брак, ненужная транспортировка или перемещение, ожидание [2].

В бережливом производстве производственный процесс организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальное расположение оборудования и последовательность прохождения через него сырья и материалов с целью минимизировать затраты времени и средств на изготовление продукции.

Объектом исследования стало предприятие ООО «ТПК «САВА», которое специализируется на выпуске и реализации продуктов питания из дикоросов.

Перед ООО «ТПК» САВА были поставлены следующие задачи:

- снизить время протекания процесса;
- сократить запасы;
- повысить загрузку персонал;
- повысить загрузку оборудования;
- снизить количество транспортировок и перемещений.

Для начала на предприятии был внедрен производственный анализ, который позволит оценить выполнение плана производства и выявление причин, повлекших его отклонение. Результаты производственного анализа должны быть задокументированы и понятны любому участнику процесса. С этой целью на предприятии был введен лист производственного анализа, представленный в таблице № 1.

Таблица 1.

Производственный анализ

№ п/п	Наименование продукта	Вес/ Время - план	Вес/ Время факт	Отклонение по весу/времени	Причина
-------	-----------------------	-------------------------	-----------------------	-------------------------------	---------

Производственный анализ поможет своевременно получать точные фактические данные о ходе выполнения производственной программы на любом из этапов изготовления продукции и находить быстрое решение проблем, возникающих на производстве[3].

Следующим этапом были внедрение листа фиксации проблем (таблица 2). Проблема – отклонение от стандартов изготовления продукции, сформированных на основании требований клиента.

Правила точной формулировки проблем:

- формулировка проблемы понятна для всех и не требует дополнительных разъяснений;
- в формулировке отсутствуют оценочные прилагательные и наречия;
- отсутствует указание на предположительные причины;
- нет готового решения.

Таблица 2.

Лист фиксации проблем

№ п/п	Наименование проблем	Дата написания	Статус	ФИО исполнителя	Дата исполнения	Примечание
						



Работа не начата



Работа запланирована



Работа выполнена



Работа выполнена качественно



Работа стандартизирована

Лист фиксации проблем позволяет оперативно решать возникшие проблемы, в случае невозможности решения на производственном участке, донесения до уровня Генерального директора.

Отличительной особенностью бережливого производства является стремление проанализировать проблему. Найти ее первопричину, отказаться от временных решений в пользу устранения коренной причины [4].

Внедрение бережливого производства позволяет создать систему организации и управления разработкой продукции, производственными операциями, взаимоотношениями с поставщиками и клиентами, при которой продукция изготавливается в точном соответствии с запросами потребителей и с меньшим числом дефектов. Для неизменного объема выпуска продукции при использовании системы бережливого производства, как правило, требуется в два раза меньше затрат труда, производственных площадей и капиталовложений, в несколько раз меньше времени на разработку новой продукции и выполнение заказов, продукция производится партиями меньшего размера, снижается процент дефектов и объемы запасов.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 56020-2014 Бережливое производство. Основные положения и словарь – М.: Стандартиформ, 2015. – 48 с.
2. Сигео Синго. Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2010. - 296 с.
3. Джеймс П. Вумек, Даниел Т.Джонс. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. – М.: Альпина Паблишер, 2018. -472 с.
4. С. Колесников, И. Альшулер, Т. Бергова. Эффективное производство в России? Да! – М.: Альпина Паблишер, 2015. - 256 с.

ОТРАСЛЕВЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Никольская Юлия Владимировна

студент,

Национальный исследовательский

Томский государственный университет,

РФ, г. Томск

INDUSTRY QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS

Yulia Nikolskaya

student,

National Research Tomsk State University,

Russia, Tomsk

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению отраслевых систем управления качеством. Такой стандарт позволяет не только отладить работу на производстве и минимизировать возможные риски, а также его регламентация необходима для обеспечения качества продукции в данной отрасли.

Abstract. The article is focused on the consideration of Industry Quality Management Systems. Said standards allow to set up the production processes, minimize possible risks. In addition, implementation of these strictly standards is necessary to ensure the quality of products.

Ключевые слова: отраслевой стандарт; система менеджмента безопасности пищевой продукции; риски.

Keywords: Industry standard; food safety management system; risks.

В эпоху растущей конкуренции перед предприятиями стоит важная задача: повысить качество своей продукции и сделать ее более конкурентоспособной, учитывая и устраняя возникающие в процессе производства несоответствия.

Процесс производства любого продукта является ресурсозатратным процессом.

Поэтому необходимо анализировать причины возникновения бракованных изделий, минимизировать процент возможности их появления, для экономии ресурсов.

Сегодняшний потребитель имеет множество возможностей для выбора товаров и услуг, при этом он становится всё более и более требовательным к уровню качества обслуживания.

Поэтому стандартизация работы через формализацию процессов в компании, разработку и внедрение внутренних стандартов работы исполнителей крайне необходима для поддержания имиджа компании [1].

Как правило, компания сертифицируется по стандарту, который применим в ее отрасли. Так, например AS 9100 в аэрокосмической области, ИСО 13485:2003 – это медицинские изделия, ИСО 22000 пищевая промышленность и т. д. Рассмотрим более подробно такой отраслевой стандарт, как ИСО 22000.

Объектом исследования стало предприятие ООО «ТПК «САВА», которое специализируется на выпуске и реализации продуктов питания из дикоросов.

Для управления рисками, угрожающими безопасности пищевой продукции на ООО «ТПК «САВА» используется методология отраслевого стандарта ИСО 22000 Система менеджмента безопасности пищевой продукции [2].

Система менеджмента безопасности пищевой продукции включает в себя следующие общепризнанные ключевые элементы, позволяющие обеспечить безопасность пищевой продукции во всей цепи ее создания вплоть до стадии конечного употребления пищевой продукции в пищу:

- интерактивный обмен информацией;
- системный менеджмент;
- программы предварительных обязательных мероприятий;
- принципы ХАССП [3].

Для каждой группы продуктов, выпускаемой на предприятии, проводится анализ опасностей, и разрабатываются мероприятия по управлению. Для этого на каждый продукт составляется план ХАССП. Схема составления плана ХАССП указана на рисунке 1.

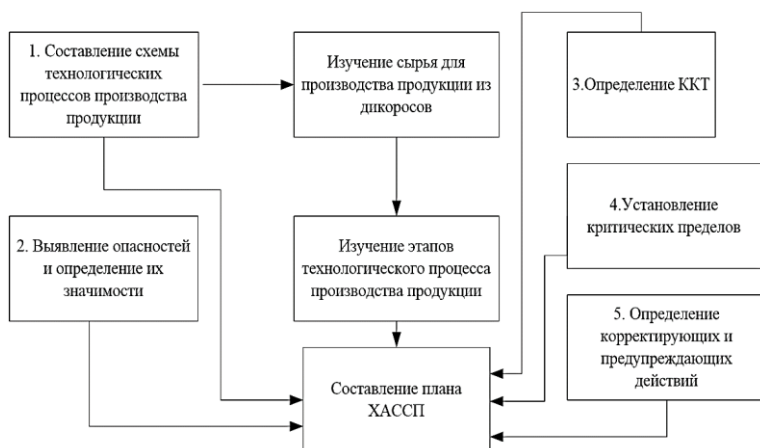


Рисунок 1. Схема составления плана ХАССП

На первом этапе составляется технологическая схема производства продукции, в которой прописывается подготовка сырья и производство самой продукции. На основании этой схемы происходит описание сырья и поэтапное описание производства продукции.

После этого рабочая группа выявляет опасности, производит их оценку и определяет их значимость. На основании этих данных выявляются операционные программы предварительных условий (ОППУ), критические контрольные точки (ККТ) и определяются корректирующие мероприятия для каждой операции.

Данные заносятся в таблицу 1 (ОППУ) и таблицу 2 (критическая контрольная точка: место проведения контроля для идентификации опасного фактора и (или) управления риском) [4].

Таблица 1.

Операционная программа предварительных условий

Этап	Опасный/Опасный фактор	Источник	Мероприятие по управлению/ документ	ОПШ № 3			Корректирующие меры			
				Процедура	Ответственный	Периодичность	Записи	Действия	Периодичность	Ответственный
Для всего оборудования, тары, пивендр.	Контаминация продукта, Биологическая/ Б4 (БГКП)	Оборудование/ некачественная мойка	Выполнение санитарной инструкции по обработке оборудования	Контроль соблюдения времени и порядка обработки оборудования	Технолог	Ежедневно	Журнал передачи смен	Провести дополнительную обработку оборудования	При обнаружении недостатков мойки	Технолог / Мастер Оператор

Таблица 2.

Контрольная критическая точка

Этап	Опасность/Опасный фактор	Источник	Мероприятия по управлению/ Документ	Критические пределы	Порядок осуществления мероприятия по ККТ №1			Корректирующие меры			
					Процедура	Ответственный	Периодичность	Записи	Действия	Периодичность	Ответственный
Фильтрация	Выдаивание, Биологическая/ Б2(Плесени) Б3(Дрожжи)	Продукт/ при отклонении от установленного режима фильтрации	Контроль вязкости при фильтрации	1. Показания вязкости не более 0,25%	Визуальный контроль состояния фильтра	Техник-технолог	На этапе луско-насадки	Журнал Контроля вязкости	Возврат на повторную фильтрацию	При выявлении отклонения от заданной вязкости	Техник-технолог / Технолог
Порядок верификации					Измерение вязкости, перекисного числа, кислотного числа	Лаборант, химик	На начальном и конечном этапе фильтрации				

- 1) При проведении проверок со стороны надзорных органов
- 2) При проведении внутренних аудитов/ СТП 03-01-?2015
- 3) Контроль выполнения ОПШУ и ККТ со стороны лаборатории с записью в Журнале контроля готовой продукции (1 раз в три месяца)

Для мероприятий по управлению, отнесенных к ОППУ, разрабатывается система мониторинга.

Определяется необходимая коррекция и корректирующие мероприятия, которые будут предприняты в случае, если при мониторинге будет выявлено, что мероприятие не обеспечивает необходимого управления или не выполняется.

Для каждой ККТ Группой безопасности ХАССП разрабатывается система мониторинга и план корректирующих мероприятий, в случае нарушения критических пределов.

Специалисты Группы безопасности ХАССП определяют: способ проведения мониторинга; периодичность мониторинга; ответственных за проведение мониторинга; требования к ведению записей при мониторинге.

При разработке системы мониторинга учитывается характер контролируемого риска, сложность производственного процесса, возможности предприятия (метрологическое обеспечение, лабораторное оборудование, освоенные методики испытаний и т. п.), квалификация персонала, проводящего мониторинг.

Использование методологии отраслевого стандарта ИСО 22000 позволяет сконцентрировать ресурсы и усилия компании в критических, с точки зрения безопасности продукта, областях производства.

При этом соответственно резко снижает риск выпуска и продажи опасного продукта.

Отраслевой стандарт позволяет не только отладить работу на производстве и минимизировать возможные риски, а также его регламентация необходима для обеспечения качества продукции в данной отрасли.

Список литературы:

1. Е.В. Сысоева, Г. Кутырев. Контроль качества продуктов питания. – Казань: КНИТУ, 2012. -100 с.
2. Официальный сайт ООО «ТПК «САВА». [Электронный ресурс]. – URL: <http://tpksava.ru/>
3. ГОСТ Р ИСО 22000-2007 Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции. – М.: Стандартинформ, 2007. – 67 с.
4. ГОСТ Р 51705.1-2001 Системы качества. Управление качеством пищевых продуктов на основе принципов ХАССП. Общие требования. – М.: Стандартинформ, 2009. – 12 с.

АУТПЛЕЙСМЕНТ КАК ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Чуйкова Василиса Андреевна

магистрант

*Уральского государственного экономического университета,
ведущий экономист АО "Самотлорнефтегаз",
РФ, г. Нижневартовск*

OUTPLACEMENT AS HUMAN RESOURCE MANAGEMENT TECHNOLOGY

Vasilisa Chuikova

undergraduate

*Ural State University of Economics,
leading economist Samotlorneftegaz JSC
Russia, Nizhnevartovsk*

Аннотация. В статье представлена программа аутплейсмента, представляющая собой комплекс мер, направленных на смягчение отрицательных результатов увольнения, которые включают эмоциональную помощь. Кроме того, демонстрирует этапы аутплейсмента, устанавливает положительные аспекты использования проекта в организациях.

Abstract. The article presents the outplacement program, which is a set of measures aimed at mitigating the negative results of dismissal, which include emotional assistance. In addition, it demonstrates the stages of outplacement, establishes positive aspects of the use of the project in organizations.

Ключевые слова: управление персоналом; аутплейсмент; высвобождение персонала; персонал; сокращение штата.

Keywords: personnel management; outplacement; staff release; personnel; staff reduction.

Социально-экономическая политика современного государства основывается на цели обеспечения высокой степени экономического развития. Проблемы управления персоналом становятся актуальными в условиях кризисного развития экономики и характеризуются темпами изменения, нестабильностью и непредсказуемостью последствий.

Продолжающиеся преобразования в организации влияют на количество сотрудников. Решения этой проблемы разнообразны и проявляются в широком спектре других HR-технологий.

Зачастую компаниям для бизнеса необходимо уменьшать себестоимость, что приводит к поиску новых заключений относительно персонала, например, сокращение персонала. Организация и проведение операции увольнения представляется одной из наиболее малоприятных, где следует принимать во внимание человеческий фактор, оценку профессиональных умений и другое.

В существующей экономической среде работодатель обязан защитить сотрудников от последствий увольнения. Один из инструментов корпоративной ответственности представляется современная методика управления персоналом – аутплейсмент, использование которой играет главную роль в социальной ответственности. Применение технологии дает возможность согласовать между собой экономические цели учреждения, заключающиеся в увеличении дохода и сокращении затрат, а так же застраховать от потери работы штат.

Итак, аутплейсментом называют набор услуг по оказанию помощи уволенным сотрудникам. Его главная задача – обеспечить содействие в трудоустройстве и комфортный переход специалиста на другое место работы. Речь идет о сотрудниках, которые были уволены из-за сокращения штата, а не по собственному желанию или в результате допущенных нарушений [1, с. 156].

Услугами аутплейсмента персонала пользуются многие современные компании. Такой формат прекращения трудовых отношений является наиболее щадящим и удобным для персонала, способствует формированию благоприятной корпоративной культуры. В зависимости от задач клиента практикуются разные форматы аутплейсмента. Чаще всего используется комплекс мер, который может включать в себя помощь при составлении резюме, предоставление списка подходящих вакансий, организацию собеседования на новом месте работы и т. д.

На Западе аутплейсмент возник в 1940-х годах, а на рубеже 70–80-х годов XX столетия оказался в центре внимания индустриальных компаний в связи с потребностью преодоления упадка занятости и необходимостью преобразовать свою внутреннюю структуру.

Активность в применении инструмента увеличилась к середине 90-х годов, в нынешнее время в США до 80% компаний используют услугу. Зачастую аутплейсмент указывается в трудовом договоре. В Японии – до 30% компаний, а в Европе – 15-20% компаний упрощают работникам расставание с привычным местом работы и поиском новой. Таким образом, в данный период времени метод широко применяется

в обществе. Использование услуги в фирмах сообщает о общественной ответственности работодателей за собственный штат.

В России аутплейсмент появился в конце 1998 г., когда экономический кризис привел к увольнениям работников многих фирм. В условиях неустойчивой экономики методика аутплейсмента как один из видов услуг профессионального консалтинга с достаточной эффективностью может быть применена организациями для достойного освобождения сотрудников [2, с. 40].

Процедура аутплейсмента включает разные методы поддержки, в том числе индивидуальные консультации, тренинги. Программа аутплейсмента включает в себя следующие пакеты услуг:

1. Информационный пакет: подготовка рекомендательных писем, информирование о правах и гарантиях при увольнении и трудоустройстве, подготовка списка кадровых агентств и служб занятости.

2. Консультационный – консультации по рынку труда, обучение методам поиска работы и поведению на интервью, консультирование по вопросам трудового законодательства.

3. Маркетинговый пакет – подготовка рекомендательных писем, характеристик; обучение приемам поиска работы и борьбу со стрессами; разработка и профессиональное составление резюме; рассылка резюме в ведущие кадровые агентства; тренинги по прохождению собеседования при приеме на работу.

4. Психологический пакет – подразумевает наличие отработанной технологии процесса увольнения, а также различные типы поддержки в преодолении стресса, увеличение уровня самооценки; психологическую помощь на любой стадии этапа устройства на работу и приспособления.

5. Технический пакет предполагает обеспечение доступ в Интернет для поиска вакансий; обеспечение возможности пользоваться электронной почтой и факсом для рассылки резюме.

Использование программы аутплейсмент имеет следующие преимущества для увольняемых сотрудников и для компании:

- улучшение репутации компании. Выбор наиболее цивилизованного способа разрыва трудовых отношений с персоналом способствует укреплению имиджа предприятия. Это позволяет провести реструктуризацию без репутационных потерь или с минимальным ущербом;

- повышение социальной ответственности организации. Программы аутплейсмента делают процесс увольнения менее стрессовым для персонала и помогают быстро перейти на новое место работы даже в сложной экономической ситуации;

- минимизация судебных рисков. Бывший сотрудник может посчитать увольнение неправомерным и предъявить претензии работодателю.

Если использовать программы аутплейсмента, степень недовольства снижается и риск судебных разбирательств сводится к минимуму;

- увеличение конкурентоспособности фирмы. Если после ухода с работы бывшие сотрудники сохраняют хорошие отношения с компанией, при необходимости они могут оказать ей помощь в каком-либо вопросе. Кроме того, в оставшемся коллективе поддерживается благоприятная атмосфера, которая способствует повышению производительности труда.

Впервые услугу аутплейсмента на российском рынке труда применила компания «ProcterandGamble» (P&G), которая реализовывала в 1992 г. инвестиционный проект стоимостью \$50 млн. в Новомосковске (Тульская область), предусматривавший увольнение более 1000 сотрудников «Новомосковскбыхима».

Процедура сокращения штата работников включала выплату выходных пособий от 2 до 4,5 годовых окладов и оказание помощи при дальнейшем трудоустройстве. Компанией P&G был создан центр переквалификации кадров «Старт», открытие которого обошлось компании в 1 млн. долл. После открытия центра «Старт» в России, через 2 года подобные проекты появились в Аргентине и Китае.

Кадровым агентством «Прогресс-Инфо» при закрытии кондитерской фабрики «Чок энд Роллс» в Санкт-Петербурге была проведена программа по оказанию содействия высвобождаемому персоналу в поиске новой работы, в 2003 г. инвестиционная компания «Росбилдинг» основала центр трудоустройства и за 2 года было трудоустроено около 4000 человек [3, с. 336].

Также ярким примером является компания ManpowerGroup, проводящая программы в области карьерного консультирования и аутплейсмента в мире с 1980 года (силами подразделения Right Management), в России и странах СНГ - с 2008 года. Консультанты компании обладают серьезной экспертизой в области аутплейсмента и карьерного консультирования для сотрудников крупнейших западных и российских компаний, прошли международную сертификацию по технологии проведения аутплейсмента Right Management.

За это время консультантами ManpowerGroup Russia & CIS было реализовано более ста проектов с общей численностью участников более 1400 человек из 13 индустрий.

Уровень позиций участников наших программ - от рабочих специальностей до руководителей высшего звена. К настоящему моменту возрастной диапазон участников находится в пределах от 26 до 68 лет.

Команда профессионалов ManpowerGroup комплексно работает с каждым участником и предлагает актуальные действенные инструменты

по карьерного развития. Эффективность такого подхода подтверждается тем, что около 96 % участников, воспользовавшихся нашими программами положительно ее оценивают.

Итак, в нынешнее время перемены в сфере политики и технологий управления человеческими ресурсами в трансформируемой экономике содействует формированию аутплейсмента. Его применение имеет большое значение как инструмент антикризисного управления персоналом. Несомненно, за программу надо заплатить, однако расходы этого стоят.

В рамках предприятия услуга позволит качественно устроить работников при этом, сохраняя хорошие отношения, а также поддерживать благоприятный климат в коллективе и уровень производительности труда. Если же рассматривать аутплейсмент в рамках страны, то это увеличение занятого населения, снижение количества безработных граждан и недопущение обострения социально-экономического напряжения в обществе.

Применение аутплейсмента способствует также совершенствованию отдельных элементов таких как этические, социально-психологические и правовые взаимоотношения в процессе трудовой деятельности между работниками и работодателями.

Сохраняются инвестиции, сделанные фирмой в усиление собственного имиджа, в последующем, организация сможет сэкономить на выборе требуемых работников. А в компании, пользующиеся престижем у собственного персонала и у партнеров, профессионалы проходят намного охотнее, чем в прочие компании

Список литературы:

1. Долженко Р.А. Возможности реализации аутплейсмента персонала как формы корпоративной социальной ответственности компании : Известия ЮЗГУ. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. - 2016. - № 4. - С. 156-163.
2. Камарова Т.А. Применение программы аутплейсмента при высвобождении персонала в организациях: Управленец. - 2013. - № 5. - С. 40-45.
3. Низовцева А.А. Аутплейсмент как технология кадрового менеджмента // Молодой ученый. - 2017. - № 12. - С. 336-338.

2. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Асташко Павел Борисович

магистрант

*Белорусского государственного университета
информатики и радиоэлектроники,
Республика Беларусь, г. Минск*

TRADE DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Pavel Astashko

undergraduate

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics
Republic of Belarus, Minsk*

Аннотация. В статье представлены результаты изучения развития торговли в Республике Беларусь, на основании данных национального статистического комитета Республики Беларусь. Приводится динамика изменений в розничной и оптовой торговле. Рассматриваются положительные и негативные факторы, влияющие на дальнейшее развитие торговли в Республике Беларусь.

Abstract. The article presents the results of a study of the development of trade in the Republic of Belarus, based on data from the national statistical committee of the Republic of Belarus. The dynamics of changes in retail and wholesale trade is given. Positive and negative factors affecting the further development of trade in the Republic of Belarus are considered.

Ключевые слова: розничная торговля; оптовая торговля; товарооборот.

Keywords: retail; wholesale; commodity circulation.

После распада Советского Союза в 1991г. В странах центральной и восточной Европы благодаря возможности быстрого оборота капитала и получения прибыли в оптовой и розничной торговле, процесс приватизации и замена государственной формы собственности на частную в основном завершился к 1994г. Приход крупных зарубежных ретейлеров привел к качественной трансформации отрасли, возникновению крупных торговых сетей.

Роль торговой деятельности заключается в физическом перераспределении продукции от производства к конечным потребителям в необходимое время, в нужное место и в требуемом объеме, а также в формировании перспективных направлений деятельности в соответствии с потребностями различных категорий покупателей. В связи с вышеперечисленным становятся значимым анализ и диагностика факторов, обуславливающих эффективное функционирование и развитие отрасли, выявление проблем и способов их решения.

Анализ деятельности розничной и оптовой торговли проведем по данным национального статистического комитета Республики Беларусь. Данные розничной торговли взяты за 2010-2018 год, оптовой торговли за 2013-2018 год и представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Динамика объемов оптовой и розничной торговли (значения в млн. бел. рублей после деноминации 2016 года)

В связи с прошедшей деноминацией в 2016 году, значения за отчетные периоды за 2015 и ранее представлены национальным статистическим комитетом Республики Беларусь без деноминации. В статье для удобства сравнения значений они представлены деноминированными.

В 2010-2018 годах в регионах Республики Беларусь обеспечено стабильное развитие внутреннего потребительского рынка в основном за счет высоких темпов роста объема розничного товарооборота, совершенствования материально-технической базы торговли, а также развития новых форм и методов продажи товаров. Доля продажи товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота в 2018 году составила 57,2%, из них 78,4% приходилось на продовольственные товары и 36,8% на непродовольственные. За последние годы прослеживается устойчивая негативная тенденция сокращения отечественных товаров на внутреннем рынке и замена их товарами производителей из ЕС и ЕАЭС.

Основным показателем розничной торговли является розничный товарооборот. Его объем по стране стремительно растет и в 2018 году он составил 45165,2 млн. бел. руб. при том, что в 2010 году он был равен 6486,2 млн. бел. руб. Расчеты темпов роста на основании значений розничного товарооборота представленных национальным статистическим комитетом Республики Беларусь представлены в таблице 1.

Таблица 1.

**Темп роста розничного товарооборота за год по областям
и г. Минску**

Области и г. Минск:	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.
Брестская	176%	180%	129%	116%	107%	106%	109%	113%
Витебская	175%	181%	130%	117%	106%	104%	107%	113%
Гомельская	177%	180%	133%	120%	107%	106%	108%	112%
Гродненская	172%	180%	134%	118%	107%	102%	108%	113%
г. Минск	176%	177%	136%	119%	112%	108%	110%	113%
Минская	170%	182%	131%	123%	111%	110%	109%	111%
Могилевская	167%	178%	131%	115%	109%	104%	110%	111%

В розничном обороте регионов Республики Беларусь в 2018 году лидирующие позиции из областей занимает Минская (6681,9 млн. бел. руб.). Позитивной динамике розничного товарооборота способствовала активная политика развития инфраструктуры торговли минского региона. В 2016 году за счет нового строительства, реконструкции, а также перепрофилирования неторговых объектов в регионах области открыто 402 объекта торговли различной формы собственности общей торговой площадью 50,5 тысячи кв. метров, из них 286 магазинов (264 магазинов шаговой доступности, 21 магазин современного формата, 1 магазин крупного формата) и 1 торговый центр. Розничная торговая сеть Минской области в настоящее время представлена 10782 объектами

общей торговой площадью 826,4 тысячи кв. метров. За рассматриваемый период наименьший розничный товарооборот в Могилевской области (3972,6 млн. бел. руб. в 2018 году).

Удельный вес областей в розничном товарообороте практически не изменяется за исследуемый период и на 2018 год составляет 12% для Брестской области, 11% для Витебской области, 12% для Гомельской области, 10% для Гродненской области, 15% для Минской области, 9% для Могилевской области. Удельный вес города Минска изменился на 3% в сравнении с 2010 годом за счет опережающих темпов роста и составляет 31% в 2018 году.

Оптовый товарооборот является основным показателем хозяйственной деятельности предприятий и организаций оптовой торговли. Его объем по стране в целом на конец 2018 года составил 94967,6 млн. бел. руб., в то время как в 2013 году он был равен 48196 млн. бел. руб. Расчеты темпов роста на основании значений оптового товарооборота представленных национальным статистическим комитетом Республики Беларусь представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Темп роста оптового товарооборота за год по областям и г. Минску

<i>Области и г. Минск:</i>	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.
Брестская	117%	99%	110%	114%	117%
Витебская	152%	99%	93%	113%	133%
Гомельская	111%	110%	113%	126%	133%
Гродненская	120%	103%	117%	114%	112%
г. Минск	111%	116%	107%	116%	124%
Минская	120%	99%	109%	121%	122%
Могилевская	112%	99%	117%	107%	110%

Оптовая торговля в Республике Беларусь в последнее десятилетие справляется со своей первостепенной задачей - систематически регулировала товарное предложение в соответствии со спросом. Одним из наиболее эффективных рыночных механизмов формирования оптового рынка страны стало создание национальной товарной биржи в 2005 году и внедрение биржевых методов торговли. Доля экспортных сделок в общем обороте биржи в стоимостном выражении в последние годы сохраняется на уровне 30 %.

Удельный вес областей и города Минска в оптовом товарообороте, если не брать во внимание спад экономической активности на рынке 2015-2016 годов, значительно изменился лишь для города Минска.

На 2018 год 4% у Брестской области, 4% у Витебской области, 7% у Гомельской области, 3% у Гродненской области, 12% у Минской области, 2% у Могилевской области и 69% у города Минска. Удельный вес города Минска вырос на 3% относительно 2013 года.

В оптовом товарообороте регионов Республики Беларусь лидирующую позицию из областей занимает Минская. Минская область имеет наилучшую динамику оптового товарооборота в сопоставимых ценах, что свидетельствует об изменении условий современной рыночной конъюнктуры. С целью преодоления негативных тенденций в Минской области разработаны и внедрены ряд прогрессивных мер для поддержки малого и среднего бизнеса, предпринимаются усилия по развитию инфраструктуры торговли. Функционирование 12-ти оптовых баз, подведомственных Министерству антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, отгружают товары отечественного и импортного производства индивидуальным предпринимателям, субъектам малого бизнеса. Кроме того, существует 6 оптовых организаций, осуществляющих импорт потребительских товаров и 13 логистических центров по оказанию субъектам хозяйствования комплекса логистических услуг. Относительно других областей в оптовом товарообороте отстает Могилевская область. Функции оптовых баз в этой области выполняют ОАО "Бакалея Могилев", ОАО "Бакалея Бобруйск", ОАО "Белхозторг-1М", ОАО "Пошив и ремонт обуви" [2].

Из негативно влияющих факторов в регионах можно выделить:

- неэффективное использование торговой площади магазинов самообслуживания;
- технологическое отставание в области логистики;
- низкий уровень материально-технической базы;
- невысокий уровень организации складской работы;
- большой износ и дефицит собственного транспорта.

Функционирование районных торгово-распределительных складов в системе замедляет процесс товародвижения. Производители с опозданием реагируют на изменение внешней среды, что снижает их конкурентоспособность по сравнению с западными и восточными производителями [3].

Серьезной проблемой для малого бизнеса является слабая защищенность от сетей, это особенно заметно в продовольственной сфере из-за больших издержек на транспортировку товара. Магазины шаговой доступности закрываются, не выдерживая конкуренции с ретейлерскими сетями, создавая неудобство для покупателей. В большей степени это характерно для спальных районов городов. Квалифицированные торговые кадры становятся безработными со следующими за этим этапами поиска работы или переобучением [4].

Описанные выше проблемы замедляют скорость роста товарооборота. Некоторые области не получают должного внимания и финансирования со стороны государства. Низкая покупательная способность населения препятствует развитию торговли и предпринимательства. Слабая техническая и технологическая база логистических центров является одним из препятствий быстрому товарообороту.

На основании вышесказанного, можно утверждать, что оптовый и розничный рынок Республики Беларусь развивается быстрыми темпами. Фиксируется общее увеличение объемов торговли, объем оптового рынка вырос в два раза, а розничного в 7 раз за исследуемый период. Темпы развития до сих пор остаются высокими и составляют порядка 12 % в год для розницы и 22% для оптовой торговли. Значительно улучшилась товарная обеспеченность отдалённых населенных пунктов и увеличился ассортимент розничной торговли.

В целях повышения эффективности и результативности деятельности торговых организаций регионов Беларуси необходимо:

- активизировать работу по планированию и прогнозированию деятельности торговых организаций в соответствии с новейшими методиками организации товародвижения;
- рассмотреть возможность изменений в правовом поле, с целью поддержки малого и среднего бизнеса;
- оптимизировать процесс и объем сдаваемой отчетности объектами торговли;
- уделять больше внимания различным инфраструктурным проектам, таким как автомагистрали, железные дороги, складские помещения, пограничные пропускные пункты;
- внедрять новое технологическое оборудование широко использовать биржевые методы торговли;
- активно использовать мировые достижения маркетинга и хорошо развитой в стране сферы информационно-коммуникационных технологий;
- совершенствовать уровень подготовки и переподготовки персонала;
- добиться увеличения соответствия профессионализма работников современным стандартам качества торгового обслуживания.

Оптимизация деятельности торговли за счет передовых методов и технологий позволит обеспечить динамичное развитие и рост доли отрасли в ВВП, что повлечет за собой ряд позитивных структурных преобразований. В частности, сокращение товарных запасов в цепях товародвижения за счет перераспределения запасов между оптовой и розничной торговлей и сосредоточения запасов в оптовом звене,

для схожей цели и развитие инфраструктурных объектов. Изменения в правовом поле повышающие защищенность малого и среднего бизнеса и возможные изменения в налоговом законодательстве привлекут новых участников в данную сферу, создадут новые рабочие места. Оптимизация документооборота позволит сократить издержки, как и государственным ведомствам, так и объектам торговли. Обеспечение достижения высокой степени согласованности участников за счет повышения уровня подготовки персонала в торгово-посреднической деятельности и управление торговыми издержками сокращает время между размещением и выполнением заявок, ускоряет товарооборот, оборачиваемость материальных запасов, повышает эффективность торговли.

Список литературы:

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by> – Дата доступа: 07.10.2019.
2. Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/economy_ru. – Дата доступа: 12.10.2019.
3. Современные проблемы оптовой торговли потребительской кооперации Республики Беларусь / Н.Г. Петухова, Т.В. Бондарева. – Гомель.: Белкоопсоюз, 2017. - С. 227-232.
4. Н.Г. Забродская, Л.А. Липницкий. Внешняя торговля, производство и товарооборот в Республике Беларусь: рекомендации по развитию. Вестник белорусского государственного экономического университета. Минск, БГЭУ № 1, 2019. - С. 28-37.

СТРУКТУРА ОПЕРАЦИОННЫХ РИСКОВ В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ

Горбач Антон Вячеславович

магистрант,

Белорусский государственный университет

информатики и радиоэлектроники,

Республика Беларусь, г. Минск

STRUCTURE OF OPERATIONAL RISKS IN ELECTRONIC BUSINESS

Anton Horbach

master candidate,

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,

Belarus, Minsk

Аннотация. В статье рассматривается роль операционного риска в электронном бизнесе. Его понятие, виды и влияние на цифровую экономику. Выделяются наиболее характерные типы составляющих операционного риска по отношению к электронной экономике.

Abstract. The article discusses the role of operational risk in the electronic business. Its concept, types and impact on the digital economy. The most characteristic types of components of operational risk in relation to the electronic economy are distinguished.

Ключевые слова: электронный бизнес; операционный риск; правовой риск; риск искажения финансовой отчётности; риск мошенничества; риск персонала; риск несовершенства операционных процессов; технологический риск; риск конфиденциальности; риск с привлечением третьих лиц.

Keywords: electronic business; operational risk; legal risk; risk of misrepresentation of financial statements; risk of fraud; risk of personnel; risk of imperfection of operational processes; technological risk; risk of confidentiality; risk involving third parties.

Электронный бизнес (англ. Electronic Business) – бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем,

где несколько клиентов работают с одним или несколькими серверами, предоставляющими сервисные функции. Эти распределённые вычислительные системы являются одной из основ электронного бизнеса, обеспечивающих его функционирование и дающих ему преимущества для повсеместного внедрения и распространения. Распространённость такой модели ведения бизнеса можно увидеть на примере статистики.

По состоянию на 1 января 2019 года в Торговом реестре Республики Беларусь зарегистрировано 19,4 тыс. интернет-магазинов. За 2018 год их количество возросло на 20%, а товарооборот в период с 2010 по 2017 год вырос более чем в 30 раз. [1]

Количество безналичных операций в 2018 г. на территории Республики Беларусь составило 1 330,7 млн. (86,2% от общего количества операций), наличных – 213,3 млн. (13,8% от общего количества операций). Сумма безналичных операций составила 29 740,1 млн. руб. (49,9% от общей суммы операций), наличных – 29862,8 млн. руб. (50,1% от общей суммы операций) [1].

Если брать общемировую статистику, мы можем обратиться к данным министерства торговли США согласно которым 53 % глобальных интернет-пользователей совершили минимум одну онлайн-покупку в 2016 году. Кроме того, согласно последним исследованиям за 2019-ый год Digital Market Outlook компании Statista, расходы в сфере электронной коммерции выросли на 14% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. По оценкам компании, за весь 2018 год только на потребительские товары было потрачено 1,78 триллиона долларов США.

В следствии распространённости электронных магазинов, платежей и заказов встаёт вопрос о безопасности проводимых транзакций. Как рассредоточенной компьютерной системе, взаимодействующей посредством передачи данных по открытым сетям, электронному бизнесу угрожают все внутренние и удаленные атаки, присущие любой другой компьютерной системе. Кроме того, на операции может влиять и человеческий фактор. Всё вышесказанное делает операционный риск одной из важных составляющих сферы электронной коммерции.

Согласно документам, принятым Базельским комитетом по банковскому надзору при Банке Международных расчетов, операционный риск представляет собой риск ущерба в результате неверных или неправильных внутренних процессов, действий сотрудников и систем или внешних событий. Данное определение, исключая стратегический и репутационный риски, включает юридический риск [2].

Данная формулировка операционного риска была принята всеми членами рынка в качестве стандартной. Она носит универсальный характер, так как может быть использована для разношёрстных

финансовых институтов и, кроме того, четко выделяет источники операционного риска.

На практике существуют различные классификации операционного риска, при этом наиболее оптимальная основывается на источниках его происхождения применительно к платежной системе кредитной организации:

- Правовой риск – возникновение ущерба по причине: неисполнения требований нормативных правовых актов и заключенных договоров; совершаемых правовых ошибок при осуществлении деятельности; несовершенства правовой; нарушения контрагентами нормативных правовых актов, а также условий заключенных договоров.

- Риск искажения финансовой отчетности – предоставление недостоверных данных финансовой отчетности, а также несоблюдение правил ведения бухгалтерского учета, как в отношении публикуемой отчетности, так и отчетности, используемой при принятии управленческих решений.

- Риск мошенничества – причинение ущерба материальным и нематериальным активам, сотрудникам, клиентам или другим контрагентам по причине ненадлежащего обеспечения безопасности и защиты от противоправных действий третьих лиц и других неправомерных действий.

- Риск персонала – риск, связанный с неподобающей организацией рабочего пространства, ненадлежащим определением четких функций и обязанностей, отсутствием адекватной организационной структуры, недостаточной квалификацией и несвоевременным повышением квалификации персонала и другим.

- Риск несовершенства операционных процессов – риск, возникающий по причине нерезультативной организации процессов, включая обработку транзакций, которая не позволяет в полной мере оценить получаемые результаты.

- Риск, связанный с привлечением третьих лиц (аутсорсингом) – невыполнение третьими лицами договорных обязательств, а также риск совершения указанными лицами действий, противоречащих интересам банка и влекущих отрицательные последствия.

- Технологический риск – возникновение убытков вследствие ненадлежащей обработки данных, возникшей в результате сбоев, ошибок, несанкционированного доступа и другое.

- Риск конфиденциальности – риск, связанный с неспособностью защищать должным образом персональные данные существующих и потенциальных клиентов [3].

Наиболее характерными для электронного бизнеса являются риски мошенничества и несовершенства операционных процессов, технологический риск и риски, связанные с привлечением третьих лиц.

В связи с вышеуказанным, психологический фактор является одним из препятствий, возникающих на пути развития этой сферы, так как люди опасаются угрозы возможного мошенничества. По данным платежной системы VISA около 23% транзакций с банковскими картами так и не производятся из-за страха клиента ввести персональную информацию, запрашиваемую электронным магазином или сервисом. Еще более угрожающими являются данные утверждающие, что 47 % случаев предъявления карточек VISA через Интернет оказываются мошенническими.

При этом среди видов мошенничества характерных для электронного бизнеса выделяют:

- риск дублирования технического устройства;
- риск изменения или дублирования сведений, или программ;
- риск изменения сообщений;
- риск кражи;
- риск отказа операций.

Риск дублирования технического устройства представляет собой убытки в результате производства мошенником нового аппарата, принимающего электронные кошельки как настоящих.

Риск изменения или дублирования сведений представляет собой увеличение мошенническим путем остатков денежных средств, записанных на карте.

Риск изменения сообщений представляет собой вероятность убытков в результате изменения данных или процессов технического устройства в результате удаления, повтора или замены сообщений.

Риск кражи проявляется в возникновении вероятности убытков в результате хищения технического устройства и незаконного использования остатков средств, оставшихся на нем.

Мошенничество может быть совершено также путем отказа от операций, сделанных при помощи электронных денег, что может привести к финансовым потерям торгового предприятия или эмитента электронных денег [4].

Мероприятия по обеспечению безопасности расчетов в сети Интернет, принимаемые участниками электронной коммерции, достаточно многообразны. Прежде всего, они включают в себя обучение пользователей минимальным навыкам обеспечения собственной безопасности в всемирной паутине: использование только знакомых Интернет-ресурсов, изучение порядка доставки товаров и предоставления услуг,

проверка использования интернет-коммерсантом сертифицированных протоколов.

Однако, как показывает практика, эти действия недостаточны. По данным МВД Республики Беларусь в 2018 году на территории страны зарегистрировали 4741 киберпреступление, что на 53% больше, чем годом ранее. Уровень раскрываемости таких преступлений составляет 53–55%.

Большая часть киберпреступлений состоит из хищений путём использования компьютерной техники (75,5%), несанкционированного доступа к компьютерной информации (18%) и компьютерного саботажа (3,5%). Наиболее значительный рост МВД отметило по количеству преступлений, связанных с несанкционированным доступом к информации (статья 349 УК РБ). В 2018 г. их стало на 97% больше, чем год назад [5].

Как отметил Иван Судникович, старший следователь по особо важным делам главного следственного управления центрального аппарата Следственного комитета: ”Основной рост осуществляется за счет преступников, которые действуют на профессиональной основе. Можно не обладать большими познаниями в компьютерных технологиях, но иметь представление о природе совершения киберпреступления — основных способах анонимности, разветвленности преступных групп, интернет-сообществах, в которых обсуждают противоправные деяния”.

Обращаясь к опыту соседей, в частности Российской Федерации, можно сказать, что более половины кредитных организаций не имеют специалистов по информационной безопасности.

Часть банков администрируют задачи филиалов с удаленных и головных офисов. Однако данные мероприятия носят фрагментарный характер, в следствии чего задачи по обеспечению безопасности практически не решаются. Наименее защищёнными являются филиалы, где системы часто не настроены, внутренние сети, как правило, соединены с внешними, неправильно эксплуатируются межсетевые экраны и средства АРМ-клиента Банка России.

На откуп специалистам IT (согласно статистике) функции безопасности передают 42% банковских подразделений. Но для них это направление работы является непрофильным, носит второстепенный и фрагментарный характер [6].

На фоне этого по данным Генпрокуратуры Российской Федерации, за первые восемь месяцев 2019 г. количество зарегистрированных киберпреступлений в России показало годовой рост почти на 67 %. По темпам роста киберпреступность опережает все остальные виды преступлений.

Жертвами 75% кибератак были кредитно-финансовые организации, а также предприятия в сфере электронной коммерции и игрового бизнеса. ИБ-компания Positive Technologies оценивала рост количества успешных кибератак в России в 2018 г. на уровне 27%. В 49 % случаях хакеры атаковали инфраструктуру, в 26% — веб-ресурсы компаний. В 30% случаях преступники украли персональные данные, в 24% — учетные данные, в 14% — платежные данные. В целом количество атак, целью которых являлась кража данных, демонстрировало рост [7].

Также проблемы безопасности онлайн-услуг связаны с отсутствием нормативно-правовой базы: закона об электронно-цифровой подписи, комплекта нормативных актов, прямо регулирующих права и обязанности участников оборота онлайн-финансовых услуг, гарантий по выполнению распоряжений, отданных в электронной форме, толкования подобных операций соответствующими контролирующими и надзорными ведомствами.

К примеру, в работе «Правовые проблемы электронной коммерции в РФ» А.А. Королёв выдвигает на первый план отсутствие единого закона «Об электронной торговле».

По его мнению, существующая нормативно-правовая база не может адекватно регламентировать сферу электронной коммерции: законы, правовые акты и нормативы применимые к традиционному (оффлайновому) рынку, косвенно или прямо влияя на экономические отношения в сфере электронного рынка, лишь вносят путаницу, не ставя точку в регламентации электронной коммерции [8].

Подводя итог всему вышесказанному, можно сказать, что операционный риск в действительности оказывает серьёзное влияние на электронный бизнес.

Недостаточное уделение внимания данному типу рисков может привести как к отпугиванию клиентской базы, так и к финансовым и репутационным потерям самой фирмы. Рост количества преступлений в этой сфере, в свою очередь, явно свидетельствует о ещё нерешённых проблемах безопасности операций и хранения конфиденциальной и личной информации, что как раз и учитывается операционным риском.

Список литературы:

1. Сведения Торгового реестра Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Единый портал электронных услуг. URL: <https://portal.gov.by> (Дата обращения: 17.10.2019).
2. Basel Committee on Banking Supervision (2003). Sound Practices for the Management and Supervision of Operational Risk.

3. Рольфс Александра Николаевна Моделирование операционных рисков электронных платежных систем // УЭКС. 2012. №9 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-operatsionnyh-riskov-elektronnyh-platezhnyh-sistem> (Дата обращения: 19.10.2019).
4. Абдеева З.Р. Проблемы безопасности электронной коммерции в сети Интернет // ПСЭ. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-bezopasnosti-elektronnoy-kommertsii-v-seti-internet> (Дата обращения: 19.10.2019).
5. Правоохранительные органы отмечают значительный рост киберпреступности в стране [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <http://www.pravo.by> (Дата обращения: 18.10.2019).
6. Тимошкин А.В. Эволюция финансового контроля теневой экономики. Защита информации и технологий — условие стабильности банковской системы // Банковское дело. – 2009. – № 6.
7. Киберпреступность в России растёт быстрее любых других видов преступлений [Электронный ресурс] // CNews. URL: <https://safe.cnews.ru> (Дата обращения: 25.10.2019).
8. Королев А.А. Правовые проблемы электронной коммерции в РФ // Наука. Мысль: электронный периодический журнал. 2016. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovye-problemy-elektronnoy-kommertsii-v-rf> (Дата обращения: 15.11.2019).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИК АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Шматко Алексей Дмитриевич

*д-р. экон. наук, профессор, профессор,
Балтийский государственный технический университет
"ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова,
главный научный сотрудник ИПРЭ РАН,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Кальчинскас Влад Витальевич

*студент
Института магистратуры
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Красильников Александр Иванович

студент

Института магистратуры

Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

Шитов Дмитрий Алексеевич

студент

Института магистратуры

Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
РФ, г. Санкт-Петербург

В данной статье авторами анализируется опыт антимонопольного регулирования Соединенных Штатов Америки, Германии, Франции, Великобритании и Российской Федерации. В ходе исследования проведено сравнение зарубежного и российского опыта.

Антимонопольное регулирование является необходимым инструментом практически во всех странах мира, поскольку оно необходимо для развития конкуренции и создания благоприятных условий роста экономики государства в целом. Антимонопольное регулирование основывается на законодательной базе, которая формировалась и формируется по сегодняшний день в условиях актуальных проблем, связанных, в частности, с появлением монополий на отраслевых рынках.

Для Российской Федерации данная проблема на сегодняшний день остается актуальной, так как уровень монополизации рынков в нашем государстве значительно выше, чем в зарубежных странах, которые осуществляют рыночные отношения на протяжении последних веков [3]. Данные тенденции можно связать, прежде всего, с тем, что страна перешла на рельсы рыночной экономики только в конце прошлого века, а также со сложившимися кризисами постперестроечного периода.

Антимонопольное регулирование сформировалось из двух ветвей развития. Первой веткой развития считается американская, к ней относят систему антимонопольного регулирования таких стран, как Канада и Аргентина. Европейская система считается второй веткой развития, к ней относят, прежде всего, страны Западной Европы, а также ЮАР, Австралию, Новую Зеландию и другие.

Американское антимонопольное регулирование начало свое формирование в Штате Алабама в 1833 году, где был принят первый антистрестовый закон. В дальнейшем, другие штаты начали перенимать опыт Алабамы и принимать аналогичные законы. Появление антистрестовых законов стало причиной формирования Акта Шермана

в 1890 году, который был направлен на формальный запрет монополий. Данный закон был непосредственно создан для сопротивления Джону Рокфеллеру и его компании «Standard oil». В дальнейшем, в начале XX века был принят закон Клейтона, который регулирует ценовую дискриминацию, и законы федеральной торговой комиссии [4].

Американское законодательство исключает появление монополий в любом виде, то есть любые проявления монополизма на рынке запрещены, в независимости от силы влияния этих проявлений. Однако, существуют исключения в случае руководства «разумными правилами», то есть с учетом уровня воздействия на конкурентную среду.

В Европе, в отличие от Соединенных Штатов, антимонопольное законодательство имеет регулятивный вид, то есть допускает существование монополий, но регулирует и контролирует их деятельность. Для этого создаются специальные органы, которые проводят оценку воздействия того или иного акта монополизма на существующий уровень конкуренции на рынке. В том случае, если комиссия решит, что деятельность компании противоречит конкурентным началам и нарушает баланс на рынке, то соглашения монополистического характера признаются недействительными и противозаконными решением суда или вышестоящих государственных органов.

Германия при формировании антимонопольного законодательства включила в его состав принципы как американской, так и европейской веток одновременно. То есть в Германии законодательно запрещены монополии, но при этом действует контроль монополистической практики как в европейской ветке. Первыми антимонопольными действиями в Германии можно считать создание закона о недобросовестной конкуренции в 1909 году. Данный закон включал в себя описание недобросовестной конкуренции, ответственности, которую мог понести нарушитель в случае нарушения закона, и процессуальных норм. Дальнейшая борьба с проявлениями монополизма продолжилась лишь после окончания Второй мировой войны, причиной для борьбы послужило огромное количество картелей, сформировавшихся под влиянием рейха. Самая крупная концентрация картелей наблюдалась в тяжелой промышленности, поскольку она была наиболее необходима для ведения войны. Так в 1957 году появился первый закон, который запрещал картельную деятельность, однако, как и во многих странах, немцы оставили исключения для наиболее влиятельных в отношении экономики государства предприятий. Принятый в 1957 году закон неоднократно дорабатывался для защиты интересов среднего и малого бизнеса. Так, на сегодняшний день доля среднего и малого бизнеса в Германии составляет 57 % от ВВП, а доля всех работающих в них – порядка 70 %.

Одним из самых выразительных проявлений европейской системы антимонопольного регулирования является Франция. Во Франции конкуренция была слабо развита до 1977 года, когда был принят закон, который ужесточал санкции для компаний, злоупотреблявших положением на рынке, а также для запрещенных картелей. Правительство начало всесторонне регулировать концентрацию производственных мощностей. В 1986 году французы приняли закон Ордонанса, который положил начало регулированию ценообразования рынком, также был сформирован Конкурентный совет, который занимается проблемами проявления актов монополизма во Франции. Сегодня французская экономика регулируется антимонопольными правилами, которые сформулированы в 4 ФТК 2000г. «О свободе ценообразования и конкуренции». Стоит заметить, что доля среднего и малого бизнеса во Франции тоже достаточно велика и составляет порядка 50 % от ВВП.

Еще одним наиболее развитым европейским государством является Великобритания. Антимонопольное законодательство Великобритании является более либеральным, чем в странах, которые были рассмотрены ранее. Британцы остались верны традициям свободного рынка и регулирования экономики с минимальным вмешательством государства.

Первым актом антимонопольного регулирования в Великобритании был закон о спекуляции, изданный в 1919 году, благодаря которому Министерство торговли наделялось полномочиями для проведения расследований на предмет ценообразования. Формирование современного антимонопольного регулирования Великобритании берет свое начало с 70-ых годов прошлого века, когда были изданы следующие законы: закон о добросовестной торговле в 1973 году, закон об ограничении торговой практики в 1975 году, а также закон о перепродажных ценах в 1976 году. Последним шагом в направлении формирования антимонопольной политики государства стало принятие закона о конкуренции. Рамки, обозначенные антимонопольным законодательством в Великобритании, не являются жесткими, однако в стране удается поддерживать высокий уровень конкуренции практически во всех отраслях [2]. Доля малого и среднего предпринимательства в стране составляет порядка 51 %, а доля работающего в нем населения достигает 60 %.

Российская Федерация при формировании антимонопольного законодательства опиралась на европейскую ветвь антимонопольного регулирования. Таким образом, на территории России монополии не являются противозаконными, а лишь ограничиваются и регулируются. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» регулирует отношения, связанные с защитой конкуренции, как на товарных рынках, так и на рынке финансовых услуг. Формой

негативного влияния на конкуренцию признаются согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию, т. е. такие действия, которые удовлетворяют совокупности определенных Законом «О защите конкуренции» условий [1]. В Российской Федерации предусмотрены максимальные пороги, которые будут обозначать доминирование компании на рынке, и составляют 35% и 50%. Для европейских стран порог начинается от 25% и выше. Так же существует практика определения монополии по выручке: когда выручка лидера становится в два раза выше, чем у ближайшего конкурента, эта компания признается монополистом. В Соединенных Штатах основываются на судебных решениях, и там порог составляет 60 процентов. В таблице 1 приведены общие данные по анализируемым странам.

Таблица 1.

Сравнительная характеристика исследуемых стран

Страна	Пороги доминирования	Доля малого и среднего бизнеса в ВВП
США	60%	53%
Германия	33,3%	57%
Франция	Доля продаж в 2 раза превышает конкурента	50%
Великобритания	25%	51%
Российская Федерация	35% и 50%	21%

Доля среднего и малого бизнеса в России значительно ниже, чем в анализируемых странах, и составляет 21 % от ВВП, что является результатом массовой приватизации и концентрации собственности, которая произошла после развала СССР, а также вызвана тяжелыми условиями для ведения бизнеса в Российской Федерации.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», ст. 3.
2. Бушев А.Ю. и др. Коммерческое право зарубежных стран. СПб., 2003 г.
3. Самуэльсон Пол А., Нордхаус, Дж. Вильям. Экономика: Уч. пособие пер. с англ. М.: Дело, 1999 г.
4. Шматко А.Д. Основные вопросы организации финансирования инновационной деятельности организаций // Вестник экономической интеграции. 2010. Т. 1. № 11. С. 80-83.

3. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СНИЖЕНИЯ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ ЗАКАЗЧИКОВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПОК МАЛОГО ОБЪЕМА

Аристов Анатолий Викторович

магистрант
Поволжского института управления
имени П.А.Столыпина – филиала РАНХиГС
РФ, г. Саратов

Куницын Николай Сергеевич

магистрант
Поволжского института управления
имени П.А.Столыпина – филиала РАНХиГС
РФ, г. Саратов

Овчаров Максим Александрович

магистрант
Поволжского института управления
имени П.А.Столыпина – филиала РАНХиГС
РФ, г. Саратов

Аристов Юрий Иванович

преподаватель
Тольяттинский Электротехнический Техникум,
РФ, г. Тольятти

INCREASE OF EFFICIENCY OF REDUCTION OF BUDGET EXPENSES OF CUSTOMERS AT IMPLEMENTATION OF PURCHASES OF SMALL VOLUME

Anatoly Aristov

master degree students
Povolzhsky Institute of Management
Named After R.A. Stolypin,
Russia, Saratov

Nikolay Kunitsyn

master degree students
Povolzhsky Institute of Management
Named After R.A. Stolypin,
Russia, Saratov

Maksim Ovcharov

master degree students
Povolzhsky Institute of Management
Named After R.A. Stolypin,
Russia, Saratov

Yury Aristov

teacher,
Tolyatti Electrotechnical College,
Russia, Tolyatti

Аннотация. В статье рассматриваются возможности повышения эффективности снижения бюджетных расходов государственных и муниципальных заказчиков [№ 3], при осуществлении закупок малого объема [№ 1, пп.4, 5, 28 ст.93] на электронных торговых системах путем активного привлечения контрагентов – поставщиков (подрядчиков, исполнителей) реализуя процесс цифровизации экономики России [№2]. Это позволит увеличить конкурентоспособность, что в свою очередь увеличит объем экономии бюджетных средств. Сэкономленные бюджетные средства будут направлены на осуществления дополнительных закупок малого объема для государственных и муниципальных нужд.

Abstract. The article discusses the possibility of improving the efficiency of reducing budget expenditures of state and municipal customers, in the implementation of small-volume purchases on electronic trading systems by actively attracting contractors-suppliers (contractors, performers) implementing the process of digitalization of the Russian economy. This will increase competitiveness, which in turn will increase the amount of budget savings. The saved budget funds will be used for implementation of additional purchases of small volume for the state and municipal needs.

Ключевые слова: снижение бюджетных расходов; закупки малого объема; электронная торговая система; привлечение контрагентов.

Keywords: reduction of budget expenditures; small volume purchases; electronic trading system; attraction of contractors.

В настоящее время часть заказчиков бюджетных учреждений осуществляют закупки малого объема в электронной форме с использованием электронных торговых систем и электронных магазинов. В некоторых субъектах России на региональном и муниципальном уровне данный процесс централизации закупочной деятельности в электронной форме только начинает внедряться и постепенно реализовываться. В связи с этим имеются контрагенты, не зарегистрированные на торговых электронных площадках закупок малого объема в своем регионе или по каким-то причинам не владеющие данной информацией, данные контрагенты лишаются возможности принимать участие в тендерах. При этом, на торговых площадках предусмотрена функциональная возможность, когда заказчик имеет право заключить контракт (договор) вне электронной торговой системы с выбранным им контрагентом, по максимальному ценовому предложению. Это сказывается на экономии бюджетных средств заказчиков. Таким образом, заказчикам целесообразно активно привлекать контрагентов на торговые площадки, чтобы обеспечить конкурентоспособность и тем самым повысить эффективность снижения бюджетных расходов. Некоторые заказчики, являющиеся главными распорядителями бюджетных средств, для привлечения на торговые площадки контрагентов и увеличения конкурентоспособности устраивают бесплатные конференции и обучающие семинары, также консультируют о необходимости электронных торгов и исключения из обихода деятельности заключения сделок традиционным способом. При этом данная информация о переводе осуществления закупок малого объема в электронной форме регламентируется внутренними нормативными правовыми документами и размещается на официальном сайте администраций города, администраций муниципальных районов, администраций муниципальных образований, подведомственных бюджетных учреждений. Эти факторы способствуют активному привлечению контрагентов на торговые площадки для принятия участия в тендерах, что в свою очередь позволит заказчикам обеспечить конкурентоспособность и тем самым повысить эффективность снижения бюджетных расходов при осуществлении закупок малого объема в электронной форме.

Преимущества электронных торгов для контрагентов это:

- удобный, прозрачный и быстрый поиск информации о проведении заказчиками закупок малого объема; дополнительное уведомление на электронную почту контрагента при приглашении его заказчиком принять участие в тендере и другие функциональные возможности уведомления сторон, предусмотренные электронными торговыми системами;

- открытость, конкурентоспособность, прозрачность процесса закупок малого объема;
- возможность принять участие в тендере закупок малого объема, как в своем регионе, так и других регионах;
- эффективная консультационная и техническая поддержка со стороны операторов электронных торговых площадок.

Преимущества электронных торгов для заказчиков это:

- снижение бюджетных расходов;
- конкурентоспособность, открытость, прозрачность, снижение наличия коррупционной составляющей, электронная форма закупок малого объема;
- эффективное взаимодействие с технической службой торговых систем и электронных магазинов;
- автоматизированный сбор анализируемой информации в информационных системах в сфере закупок для оценки эффективности деятельности контрактной системы, подготовки различных и точных отчетов в электронных программах. В связи с новыми изменениями законодательства о контрактной системе в сфере закупок, заказчики бюджетных учреждений на электронных торговых площадках размещают извещения о закупках малого объема на сумму 300 и 600 тысяч рублей [№ 1, пп. 4, 5 ст. 93]. Результаты эффективной работы осуществления закупок малого объема показывают высокую эффективность и прозрачность данной электронной закупочной деятельности. Отражают полученную экономию бюджетных средств, как в количественном, так и в качественном выражении. Государство предоставляет и обеспечивает правовые и экономические условия, способствующие эффективному взаимодействию и функционированию деятельности заказчиков бюджетных учреждений, благоустройству, экономическому развитию и цифровизации экономики на общегосударственном уровне.

Таким образом, при цифровизации экономики Российской Федерации, реализации повышения эффективности снижения бюджетных расходов заказчиками бюджетных учреждений при осуществлении закупок малого объема в электронных торговых системах и обеспечение конкурентоспособности, следует активно привлекать контрагентов для принятия участия в электронных тендерах на торговые площадки и электронные магазины.

Список литературы:

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федер. закон от 05 апр. 2013г. №44-ФЗ (в ред. от 27 июня 2019г.) (с изм., доп., вступ. в силу с 31 июля 2019). URL: http://legalacts.ru/doc/44_FZ-o-kontraktnoj-sisteme/

2. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: распоряжение Правительства Рос. Федерации от 28 июля 2017 №1632-р // Председатель Правительства Рос. Федерации. 2017.
3. Об утверждении концепции «Повышение эффективности бюджетных расходов в 2019 – 2024 годах»: распоряжение Правительства Рос. Федерации от 31 янв. 2019 № 117-р // Председатель Правительства Рос. Федерации. 2019.

4. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА КАЧЕСТВО КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ АРМЕНИИ

Аветисян Ара Андраникович

аспирант,

*Ереванский государственный университет
Армения, г. Ереван*

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MACROECONOMIC FACTORS ON THE QUALITY OF THE LOAN PORTFOLIO OF THE BANKING SYSTEM OF ARMENIA

Ara Avetisyan

Graduate student,

*Yerevan State University
Armenia, Yerevan*

Аннотация. В данной статье рассмотрены макроэкономические факторы влияющие на качество кредитного портфеля Республики Армения. С помощью эконометрических моделей были отделены факторы которые имеют статистически значимое влияние на кредитный портфель, было измерено воздействие каждого фактора отдельно, а так же была построена модель прогнозирования ARIMA с помощью которого представлен прогноз NPL.

Abstract. The paper reviews macroeconomic factors which affect the quality of the credit portfolio of the Republic of Armenia. The factors, which have statistically significant influence on the quality of credit portfolio, were distinguished with the help of econometric models, and estimated the quantitative influence of each factor. Additionally, the text introduces the construction of forecasting model ARIMA, and a forecast of NPL.

Ключевые слова: кредитный портфель; неработающие кредиты; эконометрический анализ; макроэкономические факторы.

Keywords: credit portfolio; non-performing loans; econometric analysis; macroeconomic factors.

Введение

В сегодняшние дни банки выделяют особенное внимание к исследованию влияния макроэкономических факторов на качество кредитного портфеля, не только из за требований супервайзеров, а потому что последние исследования показывают что качество кредитного портфеля зависит не только от индивидуальной кредитоспособности клиента, а ещё больше от отрасли экономики в котором он осуществляет свою деятельность.

Исследования этих влияний дает возможность предварительно сделать прогнозы относящихся рискованности кредитного портфеля, что дает возможность банкам принять меры, чтобы избежать значительных колебаний во время экономических шоков. Учитывая это, эконометрические модели становятся более важны при оценке качества кредитного портфеля в банковской системе, что позволяет оценить влияние отдельных макроэкономических факторов и сделать прогнозы.

Чтобы оценить влияние макроэкономических показателей на кредитный портфель банковской системы Армении, качество кредитного портфеля было определено как удельный вес неработающих кредитов в кредитном портфеле (NPL), то есть удельный вес контролируемых, нестандартных и сомнительных кредитов в кредитном портфеле, что будет выступать в качестве зависимой переменной в регрессионном анализе.

В статистический пакет Eviews были введены данные со следующими наименованиями:

Ind – Объем промышленной продукции (млн. драмов РА)

Agg – Объем валовой продукции сельского хозяйства (млн. драмов РА)

Constr – Объем строительства (млн. драмов РА)

Trade – Оборот торговли (млн. драмов РА)

Service – Объем услуг (без торговли) (млн. драмов РА)

Export – Экспорт (млн. драмов РА)

Import – Импорт (млн. драмов РА)

Fx- Обменный курс USD/AMD

Transfer - Всего ежемесячные денежные переводы из-за границы, выданных на имя физических лиц через банки РА (млн. драмов РА)

Index – Показатель экономической активности %

NPL – удельный вес контролируемых, нестандартных и сомнительных кредитов в кредитном портфеле.

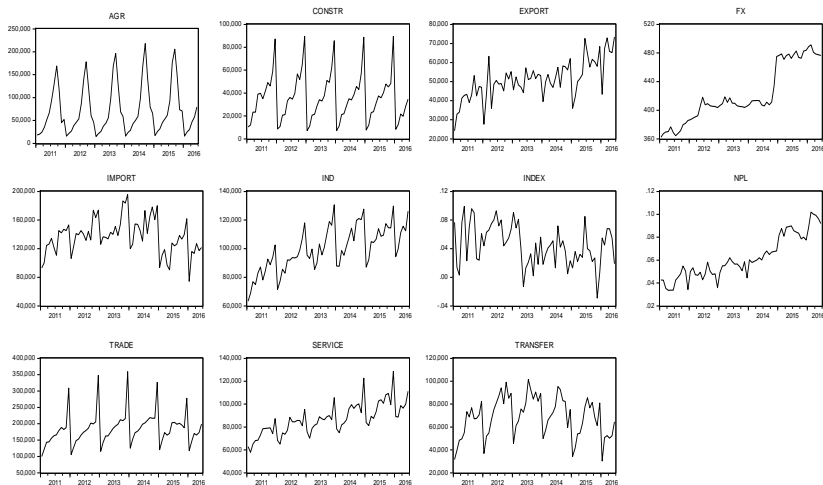


Рисунок 1. Графики рядов переменных

На графике представлены графики рядов переменных. Поскольку, проверяя мы убеждаемся, что большинство строк являются нестационарными, а также имеется компонент сезонности, ряды подверглись стационаризации, а также был очищен компонент сезонности. Стационаризация была выполнена через лог-линеаризацию или различия.

Ряды, подверженные стационаризации, представлены ниже:

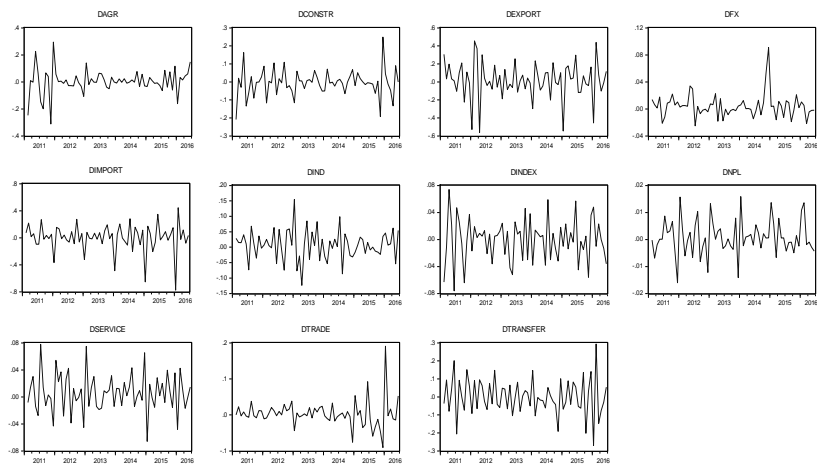


Рисунок 2. Ряды, подверженные стационаризации

Теперь, используя уравнение регрессии, где параметры были оценены методом минимальных квадратов (OLS), предпринята попытка оценить влияние макроэкономических переменных на NPL с помощью модели ADL (autoregressive distributed lags). В уравнении в качестве зависимой переменной выступают разницы NPL, а в качестве независимых переменных – стационарные ряды всех остальных перечисленных выше переменных, их лаговые значения, лаговые значения NPL, а также воздействие случайных шоков, которое дается процессом MA (скользящих средних).

Оцененное изначальное уравнение имеет следующий вид:

Таблица 1.

Оцененное изначальное уравнение

Dependent Variable: DNPL

Method: Least Squares

Sample (adjusted): 2011M04 2016M06

Included observations: 63 after adjustments

Convergence achieved after 39 iterations

MA Backcast: 2011M03

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DAGR	-0.015309	0.009676	-1.582135	0.1215
DAGR(-1)	-0.002986	0.010850	-0.275222	0.7846
DCONSTR	-0.002750	0.013261	-0.207396	0.8368
DCONSTR(-1)	-0.004126	0.014096	-0.292732	0.7712
DEXPORT	-0.003503	0.006561	-0.533900	0.5964
DEXPORT(-1)	0.003961	0.006077	0.651828	0.5182
DFX	-0.005077	0.044317	-0.114562	0.9094
DFX(-1)	0.016254	0.049158	0.330649	0.7426
DIMPORT	-0.017009	0.007285	-2.334760	0.0247
DIMPORT(-1)	-0.017324	0.006435	-2.692194	0.0103
DIND	0.010146	0.020472	0.495615	0.6229
DIND(-1)	-0.004335	0.019339	-0.224164	0.8238

Окончание таблицы 1.

DINDEX	-0.031254	0.037310	-0.837678	0.4072
DINDEX(-1)	0.042728	0.033884	1.261028	0.2146
DSERVICE	0.077189	0.037681	2.048478	0.0471
DSERVICE(-1)	-0.005312	0.037936	-0.140037	0.8893
DTRADE	0.010195	0.029303	0.347915	0.7297
DTRADE(-1)	0.003695	0.025660	0.143997	0.8862
DTRANSFER	-0.007563	0.009214	-0.820774	0.4166
DTRANSFER(-1)	-0.012258	0.009195	-1.333053	0.1901
C	0.000345	0.000438	0.786894	0.4360
AR(1)	0.213294	0.191505	1.113776	0.2720
MA(1)	-0.969017	0.045152	-21.46105	0.0000
R-squared	0.644201	Mean dependent var	0.000895	
Adjusted R-squared	0.448512	S.D. dependent var	0.006525	
S.E. of regression	0.004846	Akaike info criterion	-7.545557	
Sum squared resid	0.000939	Schwarz criterion	-6.763143	
Log likelihood	260.6850	Hannan-Quinn criter.	-7.237830	
F-statistic	3.291960	Durbin-Watson stat	2.019520	
Prob(F-statistic)	0.000522			
Inverted AR Roots	.21			
Inverted MA Roots	.97			

Однако, как мы видим, большинство переменных не являются статистически значимыми (значение t-статистики не превышает 95% и, более того, критическое значение уровня доверия, а также p-value не меньше уровня нашего доверия). Модель подвергнем модификации, последовательно избавляясь от незначимых переменных и пытаюсь включить новые значимые переменные.

Конечная модель имеет следующий вид:

Таблица 2.

Конечная модель

Dependent Variable: DNPL

Method: Least Squares

Sample (adjusted): 2011M05 2016M06

Included observations: 62 after adjustments

Convergence achieved after 52 iterations

MA Backcast: 2010M05 2011M04

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DAGR	-0.016439	0.008678	-1.894390	0.0639
DIMPORT	-0.013226	0.002228	-5.937479	0.0000
DIMPORT(-1)	-0.013679	0.002393	-5.715251	0.0000
DINDEX(-1)	0.083184	0.021989	3.782931	0.0004
DSERVICE	0.060872	0.028392	2.143967	0.0368
DTRANSFER(-1)	-0.015024	0.007853	-1.913162	0.0613
C	0.000603	0.000379	1.588600	0.1183
AR(1)	-0.629902	0.126849	-4.965755	0.0000
AR(2)	-0.697686	0.116585	-5.984364	0.0000
MA(2)	0.599651	0.131263	4.568304	0.0000
MA(12)	-0.321969	0.121718	-2.645204	0.0108
R-squared	0.602197	Mean dependent var		0.000941
Adjusted R-squared	0.524196	S.D. dependent var		0.006568
S.E. of regression	0.004531	Akaike info criterion		-7.796334
Sum squared resid	0.001047	Schwarz criterion		-7.418939
Log likelihood	252.6863	Hannan-Quinn criter.		-7.648159
F-statistic	7.720415	Durbin-Watson stat		1.906865
Prob(F-statistic)	0.000000			
Inverted AR Roots	-.31+.77i	-.31-.77i		
Inverted MA Roots	.87	.74-.47i	.74+.47i	.41-.83i
	.41+.83i			

Мы видим, что переменные значимы как минимум на 94%. Уточненное значение R^2 показывает, что объясняющие переменные объясняют приблизительно 52% колебательности зависимой переменной.

Однако, помимо значимости переменных, необходимо проверить, чтобы условия Гаусса-Маркова были выполнены, чтобы полученные нами оценки были неуклонными и способными. Таким образом, проверим, есть ли в ошибках автокорреляция.

Таблица 3.

Тест автокорреляции

Date: 08/05/18 Time: 12:42

Sample: 2011M01 2016M06

Included observations: 62

Q-statistic probabilities adjusted for 4 ARMA terms

Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob*
. .	. .	1	0.029	0.029	0.0557	
. .	. .	2	-0.045	-0.046	0.1890	
.* .	.* .	3	-0.181	-0.179	2.3889	
.* .	.* .	4	-0.082	-0.077	2.8464	
.* .	.* .	5	-0.127	-0.146	3.9731	0.046
.* .	.* .	6	-0.081	-0.127	4.4352	0.109
.* .	.* .	7	-0.135	-0.197	5.7532	0.124
. .	.* .	8	-0.044	-0.143	5.8938	0.207
. * .	. .	9	0.117	0.013	6.9211	0.227
. * .	. .	10	0.099	-0.025	7.6620	0.264
.* .	.* .	11	-0.068	-0.176	8.0234	0.331
. * .	. * .	12	0.149	0.110	9.7936	0.280
. .	.* .	13	-0.063	-0.119	10.114	0.341
.* .	.* .	14	-0.109	-0.186	11.092	0.350
. .	. .	15	-0.015	-0.012	11.111	0.434
.* .	** .	16	-0.131	-0.226	12.602	0.399
. .	.* .	17	-0.014	-0.106	12.620	0.478
. .	. .	18	0.071	-0.056	13.070	0.521
. .	.* .	19	0.043	-0.146	13.241	0.584
. * .	. * .	20	0.196	0.147	16.874	0.394
. .	.* .	21	0.055	-0.081	17.162	0.443
. .	. .	22	0.038	-0.036	17.306	0.502
. .	. * .	23	-0.044	0.085	17.504	0.556
. * .	. * .	24	0.119	0.111	18.974	0.524
. .	. * .	25	-0.052	0.083	19.268	0.568
.* .	. .	26	-0.149	0.015	21.724	0.476
.* .	. .	27	-0.113	-0.043	23.169	0.451
.* .	. .	28	-0.107	0.001	24.498	0.433

Как мы видим, в меньшем интервале доверия в ошибках нет автокорреляции.

Теперь проверим, являются ли ошибки гомоскедастичными.

Таблица 4.

Тест Гомоскедастичности

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.915606	Prob. F(6,55)	0.4908
Obs*R-squared	5.630436	Prob. Chi-Square(6)	0.4658
Scaled explained SS	4.011271	Prob. Chi-Square(6)	0.6752

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 08/05/18 Time: 12:46

Sample: 2011M05 2016M06

Included observations: 62

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.86E-05	3.24E-06	5.739281	0.0000
DAGR	-3.14E-05	3.75E-05	-0.838466	0.4054
DIMPORT	1.03E-05	1.87E-05	0.552583	0.5828
DIMPORT(-1)	-4.05E-08	1.85E-05	-0.002192	0.9983
DINDEX(-1)	-0.000100	0.000112	-0.891534	0.3765
DSERVICE	-0.000230	0.000115	-1.996285	0.0509
DTRANSFER(-1)	5.81E-06	3.73E-05	0.155797	0.8768
R-squared	0.090813	Mean dependent var		1.69E-05
Adjusted R-squared	-0.008371	S.D. dependent var		2.47E-05
S.E. of regression	2.48E-05	Akaike info criterion		-18.26493
Sum squared resid	3.38E-08	Schwarz criterion		-18.02477
Log likelihood	573.2130	Hannan-Quinn criter.		-18.17064
F-statistic	0.915606	Durbin-Watson stat		2.224310
Prob(F-statistic)	0.490818			

Как мы видим, гипотеза гетероскедастичности Бреуша-Пагана отвергается, ошибки гомоскедастичны, что позволяет нам быть уверенными в том, что проверенные нами гипотезы о значимости параметров верны.

Теперь проверим, распределены ли ошибки нормально.

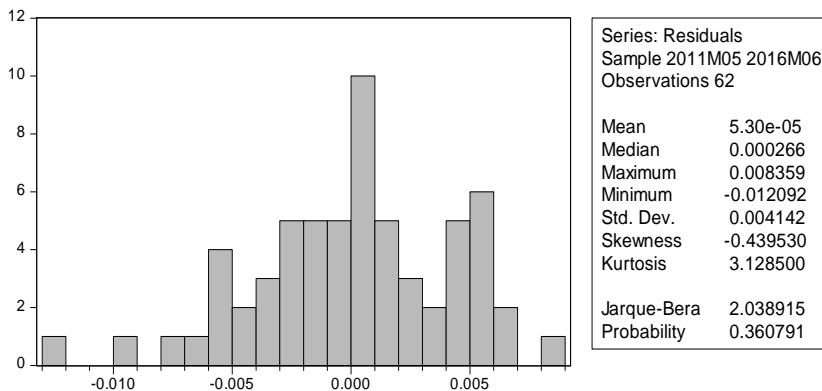


Рисунок 3. Проверка на нормальность распределения

Как мы видим, распределение ошибок близко к нормальному распределению.

Все это позволяет нам утверждать, что при отсутствии пропущенных переменных, оценки OLS являются наилучшими в классе линейно неуклонных оценок.

Толкование параметров модели имеет следующий вид:

Однопроцентный рост валовой продукции сельского хозяйства приводит к сокращению NPL на 0,016 % за тот же период. Однопроцентный рост объемов импорта приводит к сокращению NPL на 0,013 % за тот же период. Однако влияние шока не угасает в тот же период, а продолжается также в следующем периоде, таким образом, долгосрочное влияние роста объемов импорта составляет 0,02690. Однопроцентный рост экономической активности приводит к росту NPL на 0,083 % в течение следующего периода. Однопроцентный рост объема услуг приводит к росту NPL на 0,06 % за тот же период. Однопроцентный рост всего ежемесячных денежных переводов из-за границы, выданных на имя физических лиц через банки РА приводит к сокращению NPL на 0,015 % за тот же период. Однако на NPL также имеют воздействие свои же лаговые значения. Однопроцентный рост NPL приводит

к сокращению на 0,63% в следующем периоде, а в следующем периоде к сокращению нового значения на 0,698%. Случайные шоки также влияют на NPL на 2 периода и интервалами один год. В первом случае NPL увеличивается в результате случайного шока, а во втором случае уменьшается в результате случайного шока на один год. Поскольку модель включает в себя лаговые значения не всех объясняющих переменных, для прогнозирования будущих значений с помощью модели ADL необходимы будущие значения данных переменных, что недоступно. Поэтому, прогноз с помощью этой модели ADL будет сделан до последнего периода выборки, чтобы показать, насколько точно модель отображает действительность.

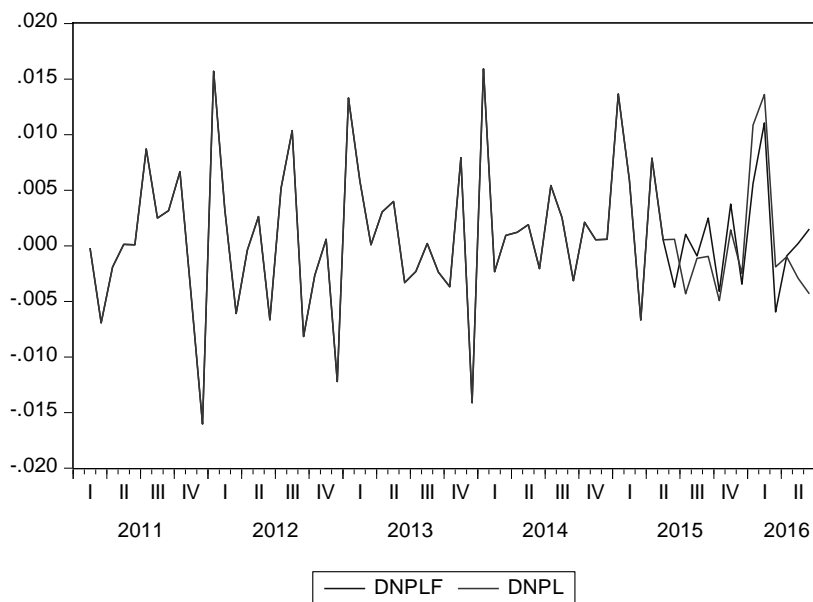


Рисунок 4. Прогноз с помощью модели ADL

В случае прогнозирования будущих значений отдельных переменных некоторой моделью, можно получить прогноз будущих значений NPL.

В качестве альтернативы, представлю прогноз NPL на одно-летний горизонт через модель Automatic ARIMA forecasting, руководствуясь автоматическим выбором наилучшей модели:

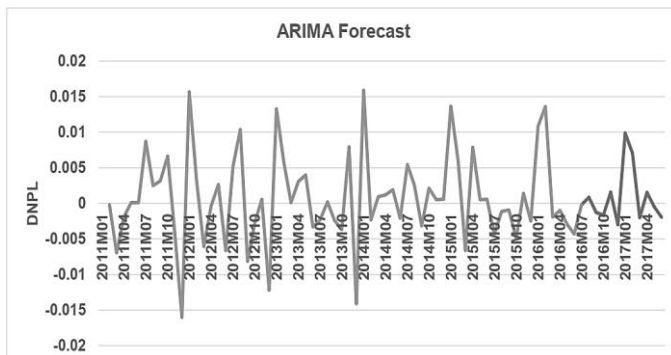


Рисунок 5. Модель Automatic ARIMA forecasting, руководствуясь автоматическим выбором наилучшей модели

Список литературы:

1. Abdelkader Derbali, "The credit portfolio management by the econometric models: A theoretical analysis", 2018. hal-01696010f.
2. FundaYurdakul, "Macroeconomic Modelling of Credit Risk for Banks", Gazi University, 2014.
3. J. Wooldridge, "Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data", The MIT Press, 2002.

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ПОВЫШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ЕЕ СОБЛЮДЕНИЮ

Лукина Виктория Федоровна

студент,

Финансовый Университет при Правительстве РФ,

РФ, г. Москва

DEVELOPMENT OF BANKING CULTURE AND INCREASE OF REQUIREMENTS TO ITS OBSERVANCE

Victoria Lukina

student,

Financial University under the government of the Russian Federation,

Russia, Moscow

Аннотация. Падение банковской культуры на сегодняшний день провоцирует финансовые скандалы, преступное и сомнительное поведение и ценности сотрудников и распространяет их между банками. Совершенствование сложившейся на текущий момент банковской культуры возможно при одновременном развитии трех компонентов: необходимость тщательного рассмотрения вопросов корпоративного поведения правоохранительными органами; повышение внимания руководства банков вопросам повышения банковской культуры; создание преимуществ для банков, имеющих лучшую банковскую и лучшее поведение по отношению к клиентам.

Abstract. The decline of banking culture today provokes financial scandals, criminal and questionable behavior and values of employees and spreads them between banks. Improvement of the current banking culture is possible with the simultaneous development of three components: the need for careful consideration of corporate behavior by law enforcement agencies; increased attention of Bank management to improving banking culture; creating advantages for banks having better banking and better behavior towards customers.

Ключевые слова: банковская культура; корпоративное управление; репутация.

Keywords: the banking culture; corporate governance; reputation.

Мировой финансовый кризис был вызван множеством проблем, в число которых входит также падение банковской культуры, которое, в свою очередь, провоцирует финансовые скандалы, преступное и сомнительное поведение и ценности сотрудников и распространяет их между банками. Все эти обстоятельства привели к большим расходам для организаций (выплата штрафов, судебные разбирательства и несоблюдение законодательства). Падение уровня культуры также негативно повлияло на развитие кредитования, нанесло репутационный ущерб, подорвав доверие населения. Банки играют важнейшую роль в мировой финансовой системе, в связи с чем необходимо поддерживать и укреплять доверие к банкам с целью достижения долговременных результатов. Восстановление доверия к банковским структурам является общественным и экономическим императивом во всех странах, с целью достижения банками финансовых целей и наилучшего обслуживания экономики. В этой связи, в последнее время в банках-лидерах в России и за рубежом начали активно заниматься вопросами корпоративного поведения, несмотря на имеющиеся проблемы в их реализации.

В июле 2015 г. «Группа тридцати» приняла документ под названием «Банковское поведение и культура. Призывы к устойчивой и всеобъемлющей реформе» [1]. Разработчики доклада утверждают, что банковское дело основано на доверии, которое зарабатывается годами, но может быть утрачено в одночасье в силу нарушения деловой этики, приверженности сомнительным ценностям и недобросовестного поведения.

Как известно, культура представляет собой совокупность идей, обычаев и норм поведения определенной группы людей или целого общества. Культура подобно клею объединяет людей в институты, она задает рамки, шаблоны поведения и деловой практики. В этой связи авторы доклада определяют банковскую культуру как механизм, который сообщает ценности и образ действий, которые в свою очередь формируют модель поведения и делают вклад в укрепление доверия к банку и создают положительную репутацию в глазах ключевых заинтересованных лиц, как внешних, так и внутренних.

Существенное улучшение банковской культуры сегодня является результатом экономической потребности и главным залогом восстановления общественного доверия.

Основные предложения Группы 30 сводятся к следующим позициям.

1) Корпоративное управление и ответственность старшего руководства. Советы директоров должны убедиться в том, что надзор за внедряемыми ценностями, образом поведения остается устойчивым приоритетом.

2) Инициативы и практика текущего управления.

Банк должен быть уверен, что его менеджмент не поощряет неприемлемое поведение сотрудников, идущее вразрез с принятыми нормами и образом действий. Это включает в себя открытую и постоянную практику корректировки вознаграждения (уменьшение бонуса или вообще его невыплата) в случае выявления случаев нарушения банковской культуры.

3) Развитие и продвижение персонала.

Банкам следует продолжать твердо внедрять процедуры, направленные на разъяснение и регулярное закрепление модели поведения, которое от них ожидается

4) Три линии обороны.

Бизнес-подразделения (первая линия обороны) должны нести на себе основной груз ответственности за реализацию желаемых ценностей и моделей поведения. Вторая линия обороны (подразделение по рискам) должна устанавливать стандарты, проводить мониторинг и направлять рекомендации в адрес первой линии обороны. А третьей линии обороны (служба внутреннего контроля) надлежит последовательно и в рамках

своих полномочий осуществлять контроль за соблюдением установленных стандартов.

5) *Власти и органы надзора.* Установление культуры поведения является прерогативой совета директоров и менеджмента банка.

Органы надзора и регулирования не могут определять культуру в каждом банке, однако им следует выполнять важную функцию мониторинга. Формирование и поддержание культуры – это постоянный процесс, требующий постоянного внимания и контроля Советом директоров и руководством.

На текущий момент многие российские банки не воспринимают всерьез необходимость поддержания высокого уровня корпоративной культуры, ограничиваются формальным соблюдением требований законодательства и не рассматривают банковскую культуру как важнейшую составляющую долгосрочного успеха и жизнеспособности банка.

Учитывая вышеизложенное, можно сформулировать следующие направления и ориентиры для банков в части повышения банковской культуры:

1. Большинство банков должны стремиться к фундаментальному сдвигу в общем восприятии и отношении к культуре. В этой связи, возможно обеспечение материальных последствий работников. Санкции должны затрагивать тех, кто несет ответственность за надзор, включая генеральных директоров. Банки должны рассматривать культуру и поведение как базовые основы стратегического успеха, а не отдельный дополнительный процесс, возникающий в ответ на краткосрочные публичные, нормативные требования.

2. *Подотчетность и управление.* Правлению следует обеспечить рассмотрение всеми сотрудниками ценностей и корпоративного поведения как важнейшего приоритета деятельности, и возложить главную ответственность за это на генеральных директоров и исполнительные органы. Необходимо обеспечить регулярное внимание в повестке дня вопросам ценностей, поведения и культуры. Внутренние документы должны включать ответственность их членов за обеспечение надзора.

Правление должно проводить постоянный мониторинг репутации, ценностей для упрощения оценки корпоративной культуры.

В свою очередь, акционеры и инвесторы должны прямо указывать на необходимость эффективного управления и подотчетности.

3. *Управление эффективностью и мотивацией.*

Банкам следует обеспечить введение санкций за неэффективное управление или ответственность за несоответствие нормам допустимого поведения установленным принципам корпоративной культуры. Это включает и последовательные корректировки вознаграждений (например,

уменьшение или исключение премий, бонусов) в случае выявленных нарушений. Однако, уклон стоит сделать на исполнительное руководство и мажоритарных акционеров. Так, на данный момент уже частично реализованы данные меры путем принятия ФЗ от 27.07.2017 года "О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в части совершенствования обязательных требований к учредителям (участникам), органам управления и должностным лицам финансовых организаций" [2].

4. Развитие и продвижение персонала. В Банке должны быть четко определены компетенции каждого уровня иерархической схемы управления, в том числе и ответственность отдельных сотрудников. На текущий момент управление персоналом в российских банках находится на невысоком уровне в связи с тем, что существует проблема четкого распределения зоны ответственности подразделений и отдельных сотрудников за результаты их деятельности [3].

5. Регуляторы, контролеры и правоохранительные органы. Регулирующие органы не могут определить должную культуру, но они должны выполнять функцию контроля. Надзор играет важную дополняющую роль в совершенствовании банковской культуры. Надзорные органы должны быть обеспечены достаточными ресурсами для выполнения данного контроля и мониторинга, что может быть обеспечено путем обмена передовым опытом с исполнительным руководством и Правлением.

Рекомендации для регуляторов, контролеров и правоохранительных органов:

а. Регуляторы должны тщательно продумать эффективность принятия тех или иных норм, касающихся ценностей и должного поведения.

б. Органы надзора могут оценить эффективность работы правления и управленческих процессов, и, тем самым, в случае необходимости скорректировать ценности и культуру.

с. Применение не официальных и официальных надзорных инструментов вместо жестких принуждений.

д. Отраслевые инициативы, занимающиеся разработкой кодексов поведения и обеспечение прозрачности информации, должны поощряться. Такие органы не должны дублировать, а дополнять, принятые надзорным органом кодексы.

В заключение вышеизложенного, необходимо отметить, что совершенствование сложившейся на текущий момент банковской культуры возможно при одновременном развитии трех компонентов: необходимость тщательного рассмотрения вопросов корпоративного поведения

правоохранительными органами; повышение внимания руководства банков вопросам повышения банковской культуры; создание преимуществ для банков, имеющих лучшую банковскую и лучшее поведение по отношению к клиентам. Желаемое развитие банковской культуры потребует лидерства, настойчивости и последовательности с целью преодоления укоренившегося поведения и обеспечения долгосрочной тенденции совершенствования требований к банковской культуре.

Список литературы:

1. Банковское поведение и культура, Группа 30, июль 2015. [Электронный ресурс]. URL: http://www.group30.org/G30_BankingConductandCulture.pdf.
2. Новиков Ю.С. «Международные стандарты корпоративного управления, модели корпоративного управления в коммерческих банках» // Развитие регионов и муниципалитетов. – 2016. - № 5. – С. 46-57.
3. Гриних Е.В., Перезовова О.В. Особенности корпоративного управления в России // Символ науки. – 2017. - № 3. – С. 16-31.

5. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ДИСКРИМИНАЦИИ

Шматко Алексей Дмитриевич

*д-р. экон. наук, профессор, профессор
Балтийский государственный технический университет
"ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова,
главный научный сотрудник ИПРЭ РАН,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Кайор Анна Алексеевна

*магистрант
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Павлова Анастасия Сергеевна

*магистрант
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Яшина Алина Сергеевна

*магистрант
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
РФ, г. Санкт-Петербург*

В современной рыночной экономике весьма часто можно заметить явление, когда продавец устанавливает разные цены на один и тот же товар или услугу. Такие различия могут зависеть от доходов покупателей, полезности товара для отдельных покупателей, объёма продаваемой продукции и так далее.

Гибкая ценовая политика достаточно распространена в настоящее время и подразумевает собой индивидуальное установление цены на конкретный товар или услугу для конкретного клиента. В данном контексте стоит рассмотреть понятие ценовой дискриминации — это экономическое явление, при котором один и тот же товар предлагается разным участникам рынка по разным ценам [3].

Ценовая дискриминация имеет свои особенности и условия осуществления. Она является правомерной, за исключением случаев нарушения антимонопольного законодательства или применения гендерных, расовых и религиозных различий в качестве критериев дискриминации [5].

Стоит отметить, что разница в ценах зависит не от затрат производства, а от готовности отдельных групп потребителей приобрести товар [2]. То есть, различия в ценах из-за сезонности, уровня качества, удаленности покупателя и продавца и т. д. не может рассматриваться как ценовая дискриминация. Таким образом, в случае дополнительного сервиса, комплектации, обеспечения изготовителем особых качественных характеристик изделия в соответствии с индивидуальными запросами потребителей ценовые различия, не являются дискриминационными, так как всё вышеперечисленное связано с изменением затрат [7].

Ценовая дискриминация имеет место быть только в том случае, когда покупателем осуществляется дополнительная оплата того, что не требует дополнительных расходов у продавца. Это означает, что ценовая дискриминация рассматривается в качестве инструмента максимизации прибыли компании-монополиста.

Далее следует рассмотреть условия применения ценовой дискриминации [4]:

1. Быть монополистом на рынке. Ценовую дискриминацию могут осуществлять только монополии, так как они могут устанавливать и контролировать цены, что невозможно в условиях совершенной конкуренции.

2. Реализовывать товар, который невозможно перепродать: наиболее благоприятными условиями для проведения ценовой дискриминации обеспечена сфера услуг, так как они, как правило, не могут перепродаваться (например, медицинские услуги);

3. Обладать возможностью проведения сегментации рынка, то есть возможностью разделить всех потребителей определенного товара на группы в соответствии с покупательной способностью. Из-за разницы в доходах, уровне жизни, социальном статусе покупателей одна и та же вещь имеет разную полезность, а значит и цены, которые они готовы платить за нее, могут быть разными. Поэтому, при проведении ценовой дискриминации стоит обращать внимание на эластичность спроса.

Существует три вида ценовой дискриминации: ценовая дискриминация первой, второй и третьей степени [1]. Характеристика данных видов ценовой дискриминации и примеры представлены в таблице.

Таблица 1.

Виды ценовой дискриминации

Вид	Характеристика	Примеры
Первая степень (совершенная дискриминация)	<ul style="list-style-type: none"> • Подразумевает, что цена единицы однородного товара равна цене спроса на данный товар; • данный вид ценовой дискриминации в чистом виде не встречается; • иногда встречается название ценовая дискриминация по доходам покупателя. 	<ul style="list-style-type: none"> • Услуги частного психолога, дизайнера, юриста, репетитора и т. д.
Вторая степень	<ul style="list-style-type: none"> • Подразумевает, что цена на товар зависит от объема потребления; • данный вид ценовой дискриминации реализуется благодаря применению акционных предложений, скидочных и накопительных карт и т. д. 	<ul style="list-style-type: none"> • Скидки на товары, продаваемые оптом; • акционные предложения; • различные цены на утренние, дневные и вечерние сеансы в кино; • различные цены на сезонные товары в разное время года.
Третья степень	<ul style="list-style-type: none"> • Подразумевает деление покупателей на группы, для каждой из которых устанавливается своя цена, т. е. основывается на сегментировании рынка • сегментирование обычно обусловлено следующими признаками: <ol style="list-style-type: none"> 1. Географический признак; 2. Демографический признак; 3. Поведенческий признак 	<ul style="list-style-type: none"> • Предоставление скидок пенсионерам, студентам; • разная цена на один и тот же продукт в разных регионах

На сегодняшний день ценовая дискриминация активно используется в качестве инструмента привлечения различных категорий потребителей и расширения доли компании на рынке. Однако её влияние на рынок неоднозначно.

С одной стороны, ценовая дискриминация позволяет в некоторой степени снизить неравенство между населением с разным уровнем дохода, обеспечивая возможность любому человеку получить товар по приемлемой для него цене [10]. С другой стороны, в связи с тем, что компания может воспользоваться ценовой дискриминацией при достаточной степени власти на рынке, она создает барьеры для входа мелких конкурентов на рынок.

Еще одним преимуществом применения ценовой дискриминации является возможность компании, не планирующей быть монополистом, охватить большую долю рынка. Однако существуют препятствия для реализации данного преимущества. Недобросовестные покупатели могут приобретать товар по низкой цене и реализовывать его там, где данный товар готовы приобрести по более высокой цене, таким образом, первоначальные потребители будут забирать часть прибыли у организации-производителя [9]. Существует ряд факторов, разграничивающих секторы рынка и позволяющих снизить вероятность перепродажи продукции [6]:

1. Наличие высоких транзакционных издержек (как правило, транспортных). Высокие транзакционные издержки позволяют сравнить стоимость продукции в разных секторах рынка. Экономический агент, планирующий выиграть определенную прибыль от перепродажи продукции, откажется от ее реализации, так как транзакционные издержки будут больше или равны сумме прогнозируемой прибыли.

2. Вхождение промежуточного поставщика и фирмы-конечного производителя товаров в вертикально интегрированную систему. Вертикальная интеграция позволяет осуществлять ценовую дискриминацию в результате сокращения общих издержек, позволяющих продавать продукцию по более низкой цене [8].

3. Для предотвращения перепродажи товара фирма-производитель может наделить его особыми свойствами, предающими товару специфичность, вследствие чего экономическому агенту будет сложно найти покупателя.

4. Еще одним вариантом является заключение специальных договоров на продажу, предполагающим не прямую передачу товара покупателю, а предоставление ему права на соответствующую партию продукции, а значит, такой договор перепродать не получится.

5. Активную ценовую дискриминацию можно применять не только к товарам, но и к услугам. Услуги являются особыми товарами, перепродать которые нельзя, соответственно, фирма будет защищена от действий недобросовестных покупателей.

Таким образом, в данной статье рассмотрена сущность ценовой дискриминации как экономического явления, а также приведены факторы использования ценовой дискриминации в современных рыночных условиях.

Список литературы:

1. Ивлева И.С., Сюпова М.С. Ценовая дискриминация и ее воздействие на общественное благосостояние // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». – 2017. – Том 8, № 2. – С. 75-79.

2. Марков А.В., Шматко А.Д. Функциональное моделирование процессов в организационно-технических системах. Учебное пособие для вузов / Балтийский государственный технический университет "Военмех". Санкт-Петербург, 2005.
3. Популярные эксперименты стратегий ценообразования // По материалам conversionxl.com. — [Электронный ресурс] URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/08/21/populyarnye-eksperimenty-strategij-cenoobrazovaniya/> (Дата обращения 15.09.16).
4. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков / Учебник для академического бакалавриата. Часть 2. – М.: Юрайт, 2019. – С. 315.
5. Селиверстова П.О. Ценовая дискриминация и ее применение в сфере информационных технологий // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — 2014. — № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/10/6077> (Дата обращения: 12.09.2016)
6. Хандус М.Ю. Ценовая дискриминация в рыночных условиях // Вопросы экономики и управления. — 2016. — № 5. — С. 12-15. — URL <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1229/> (Дата обращения: 24.10.2019).
7. Шматко А.Д. Организация инновационной деятельности производственных предприятий: современные условия и существующие подходы // Вестник экономической интеграции. - 2009. - Т. 1. - С. 155-159.
8. Шматко А.Д. Основные вопросы организации финансирования инновационной деятельности организаций // Вестник экономической интеграции. - 2010. - Т. 1. № 11. - С. 80-83.
9. Шматко А.Д. Развитие инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства высшей школы в условиях инновационной экономики. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. - Санкт-Петербург, 2012.
10. Шматко А.Д. Моделирование инновационной деятельности предприятий на основе методологии систем менеджмента качества // Вестник экономической интеграции. - 2009. - Т. 1. - С. 78-81.

6. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В РФ, ТРЕБУЮЩИЕ РЕШЕНИЯ

Гашишникова Анастасия Евгеньевна

магистрант,

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
РФ, г. Омск*

THE MAIN FINANCIAL PROBLEMS OF COMPULSORY HEALTH INSURANCE IN THE RUSSIAN FEDERATION THAT NEED TO BE ADDRESSED

Anastasia Gashnikova

graduate student,

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Russian, Omsk*

Аннотация. В статье выделены и детально рассмотрены основные проблемы функционирования системы обязательного медицинского страхования в РФ с точки зрения ее финансовых аспектов.

Abstract. The article highlights and examines in detail the main problems of the functioning of the system of compulsory medical insurance in the Russian Federation from the point of view of its financial aspects.

Ключевые слова: обязательное медицинское страхование; проблемы системы ОМС; качество медицинской помощи; финансовые параметры ОМС; финансовые проблемы ОМС.

Keywords: compulsory medical insurance, problems of the compulsory medical insurance system, quality of medical care, financial parameters of compulsory medical insurance, financial problems of the compulsory medical insurance system.

Система обязательного медицинского страхования в России на сегодня имеет достаточное количество проблем. Проведя анализ основных особенностей ее функционирования, считаем основными проблемами, которые первоначально требуют решения следующие (рис. 1).

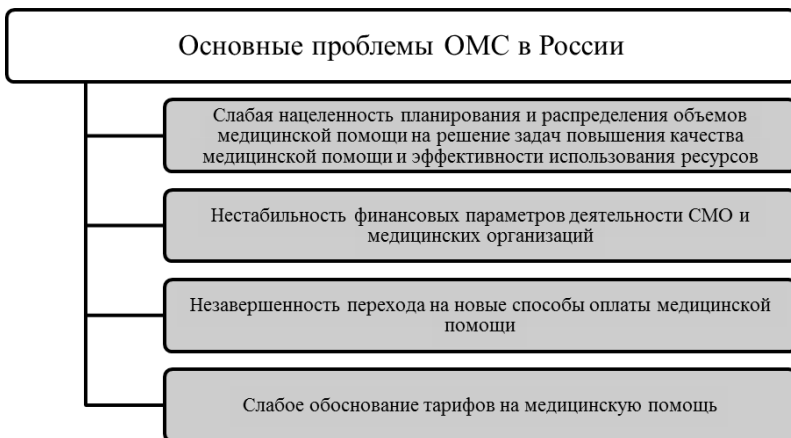


Рисунок 1. Основные финансовые проблемы ОМС в России

Первая проблема. Планирование и распределение объемов медицинской помощи между медицинскими организациями в субъектах РФ осуществляется комиссиями по разработке территориальных программ государственных гарантий бесплатного оказания медицинской помощи, тем не менее, можно говорить о том, что эти функции выполняются недостаточно эффективно. Аргументируем:

- во-первых, доминирует планирование на основе характеристик мощности медицинских организаций и достигнутого уровня объемов медицинской помощи. Практически полностью отсутствует учет качества медицинской помощи, ее сложности и эффективности использования ресурсов в однотипных медицинских организациях, а тем более в их профильных подразделениях. Распространены ситуации, когда больница использует новые технологии лечения, принимает самых сложных пациентов, имеет высокие исходы лечения и более короткие сроки госпитализации по сравнению с другой больницей в том же районе, но при равенстве коечного фонда получает такие же плановые объемы стационарной помощи (следовательно, и одинаковое финансирование);

- во-вторых, действующие в регионах методики распределения объемов медицинской помощи очень неконкретны, и поэтому открывают возможности для субъективизма при принятии решений. В частности, они не устанавливают задач по сбору информации о результатах деятельности медицинских организаций;

- в-третьих, распределение объемов не дифференцируется по экстренной и плановой медицинской помощи. Последняя может планироваться для более широкой зоны обслуживания, например, для крупного города и нескольких соседних муниципальных районов. Планирование межтерриториальных потоков с учетом мощности, ресурсов и качества помощи в медицинских организациях, расположенных за пределами проживания населения, проводится редко, что существенно сужает круг медицинских организаций, претендующих на дополнительные объемы.

Переходя к рассмотрению второй проблемы важно отметить, что к числу важнейших финансовых параметров системы ОМС относятся:

- объемы медицинской помощи, доводимые медицинским организациям;
- размер подушевого финансирования СМО;
- субсидии СМО;
- тарифы на медицинские услуги.

Для нормального функционирования системы ОМС требуется стабильность перечисленных финансовых параметров. При отсутствии стабильности снижается предсказуемость финансовых затрат СМО и медицинских организаций.

Закон об ОМС (2010 г.) устанавливает порядок оплаты согласованных объемов медицинской помощи, и это, несомненно, является разумной мерой [1]. Но в этом законе отсутствует четкий порядок оплаты при отклонениях фактических объемов помощи от плановых. Вместо общепринятых в большинстве развитых стран систем разделения финансовой ответственности покупателя и поставщика медицинских услуг за сверхплановые объемы помощи в российской практике используется механизм текущей корректировки объемов помощи для медицинской организации в зависимости от общей ситуации с финансированием ОМС и фактическими показателями деятельности медицинской организации. Это снижает предсказуемость поступлений медицинских организаций, а, следовательно, усложняется внутреннее планирование их деятельности, включая планирование инвестиций.

Таким образом, можно утверждать, что система субсидирования СМО носит ретроспективный характер; объем субсидий имеет тенденцию к росту; предсказуемость поступлений СМО невысока.

Третья проблема. В последние годы в системе ОМС было объявлено о переходе от традиционного способа оплаты амбулаторной помощи по числу посещений или детальным услугам к подушевой оплате в расчете на численность населения, обслуживаемого амбулаторно-поликлиническим учреждением [4]. Однако этот процесс не завершился. Его нормативное регулирование очень противоречиво и по существу лишает смысла подушевой принцип оплаты. Методические рекомендации по способам оплаты медицинской помощи за счет средств обязательного медицинского страхования лишь формально вводят подушевую оплату. Оплата объемов помощи сохраняется. По сути, речь идет об установлении финансового лимита для поликлиник, который рассчитывается по подушевому нормативу. Реально оплата проводится за число врачебных посещений.

В результате использования такого способа оплаты растет предсказуемость затрат на оказание ПМСП. Но стимулы для поликлиник остаются прежними: чем больше заболевших граждан, которые в них обращаются, чем чаще случаются обострения хронических заболеваний, тем больше будут доходы поликлиник.

Четвертая проблема. Тарифы на оплату медицинской помощи в ОМС устанавливаются не на основе обоснования размеров необходимых затрат, а на основе сложившихся объемов их финансирования. При этом фактические затраты на лечение одних и тех же заболеваний в разных регионах и в разных учреждениях в одном регионе могут существенно различаться. Отсутствует методическая основа для достоверной оценки допустимых различий в затратах и сравнения эффективности однотипных медицинских учреждений. Это делает проблематичным внедрение конкурсного распределения объемов медицинской помощи. Сложившаяся ситуация с тарифами в немалой степени связана с произвольным установлением индивидуальных коэффициентов при оплате медицинской помощи (причем не только для стационаров). В результате тариф отрывается от реальной стоимости медицинской помощи. Сужается поле для реальной экономической работы в медицинском учреждении. Трудно определить выгодность отдельных видов работ и спланировать меры по оптимизации соответствующих затрат [3].

В западных странах обоснованность тарифов определяется специальной службой финансового аудита. Действуют общие методики формирования тарифов в сфере государственного финансирования здравоохранения, использование которых контролируется государством. В России регионы считают тарифы по-своему, и факты проверки обоснованности тарифов остаются неизвестными.

Таким образом, на сегодняшний день в системе ОМС России остается значительное количество финансовых проблем, некоторые

из которых не могут быть решены одновременно, тем не менее, стабилизация нормативно-методического обеспечения процесса финансирования рассматриваемой системы, а также поэтапный переход к планируемым способам тарификации и оплаты могут существенно улучшить ситуацию.

Список литературы:

1. Федеральный закон "Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации" от 29.11.2010 N 326-ФЗ
2. Отчет о результатах деятельности Федерального фонда обязательного медицинского страхования в 2017 году [Текст] / Федеральный фонд обязательного медицинского страхования // Обязательное медицинское страхование. — 2018. — № 4. — 185 с.
3. Здравоохранение: необходимые ответы на вызовы времени. Совместный доклад Центра Стратегических Разработок и Высшей школы экономики [Текст] / С.В. Шишкин, С.Г. Боярский, В.В. Власов [и др.]. — М.: Центр стратегических разработок, 2018. — 56 с.
4. Российское здравоохранение в новых экономических условиях: вызовы и перспективы [Текст] : Доклад НИУ ВШЭ по проблемам развития системы здравоохранения / С.В. Шишкин, Шейман И.М., Абдин А.А., Боярский С.Г., — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 84 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Юрова Светлана Юрьевна

магистрант

*Воронежский государственный университет,
РФ, г. Воронеж*

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности и преимущества применения инноваций в розничной торговле, особое внимание уделено влиянию инновационных технологий на снижение затрат розничных торговых предприятий, представлен расчет снижения затрат и при применении ООО «Авангард» инновационной технологии RFID, а так же рассчитана экономическая эффективность ее внедрения.

Abstract. This article discusses the features and benefits of the use of innovations in retail, focuses on the impact of innovative technologies

on reducing costs of retail enterprises, presents a calculation of cost reductions when Avangard LLC uses innovative RFID technology, and also calculates the economic efficiency of its implementation.

Ключевые слова: инновации; инновационные технологии; розничная торговля; снижение затрат.

Keywords: innovation; innovative technology; retail; cost reduction.

Залог успеха в любой сфере деятельности состоит в постоянном развитии. Конкурентоспособны на рынке лишь компании, идущие в ногу со временем и предлагающие своим клиентам современный сервис.

Инновационные технологии развиваются стремительными темпами и коснулись такого широкого сектора, как розничная торговля. Рост числа предприятий торговли, как следствие, конкуренции повышают значимость экономного использования ресурсов и эффективного управления, которые невозможны без применения современных инновационных технологий. Ввиду этого, проблемы применения инновационных технологий торговыми предприятиями представляются крайне актуальными.

Мировая экономическая литература трактует термин «инновация» как преобразование потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощенный в новых продуктах и технологиях [2].

Инновация в розничной торговле мы понимаем прибыльное использование нововведений, которыми могут быть новые перспективные продукты, технологии, услуги, организационно-технические и социально-экономические решения производственного, коммерческого, финансового, административного или иного характера, направленные на совершенствование торговой деятельности.

Инновационные технологии в торговле должны обладать следующими свойствами: креативность, новизна, экономическая целесообразность, безопасность, потенциальная ценность, конкурентоспособность, прибыльность.

Основные задачи нововведений в торговле: снижение издержек обращения, обеспечение высокого качества торгового процесса, создание необходимых условий роста производительности труда, снижения затрат и повышения эффективности деятельности организации в целом [5].

Классификация инноваций в торговле.

1. По форме:

- продуктовые инновации включают создание новых или улучшение существующих продуктов и нацелены на обеспечение конкурентоспособности торговой организации;

- процессные инновации состоят в разработке и внедрении технологически новых методов и процессов и нацелены на снижение затрат и издержек обращения.

2. В зависимости от типа новизны для рынка инновации могут быть новые для отрасли в мире, в стране, для данного предприятия.

3. По месту в системе предприятия:

- инновация на входе предприятия (используется новое сырье, материалы, машины, оборудование и др.);
- инновация на выходе предприятия (изделия, услуги, технологии и др.);
- инновация системной структуры предприятия (управление, производство, технология и т. д.);
- радикальная (базовая);
- модифицированная (частная).

Применение инноваций в розничной торговле обеспечивает предприятию значительные преимущества, такие как:

- сокращаются издержки обращения и затраты;
- повышается эффективность доведения товаров до потребителя;
- сокращается документооборот и ошибки, возникающие под влиянием человеческого фактора;
- повышается продуктивность работы персонала и улучшаются условия труда;
- улучшается система безопасности [4].

Наиболее значимыми, на наш взгляд, для торгового розничного предприятия является внедрение в свою деятельность инновационных технологий, поскольку именно они позволяют более эффективно использовать ресурсы торгового предприятия, а также создают необходимые предпосылки сокращения затрат и повышения эффективности деятельности предприятия торговли в целом.

Современный рынок инноваций предлагает достаточно разнообразный спектр инновационных технологий, применяемых в торговле.

Наиболее интересными являются: устройство для безналичной оплаты покупок, ручной сканер, автоматический упаковщик, электронные ценники, весы для самообслуживания и т. д. [3].

Рассмотрим некоторые инновационные технологии розничной торговли. Необходимо отметить, что подавляющее большинство применяемых инновационных технологий основано на использовании достижений в области искусственного интеллекта.

1. Process Mining. Инновация предназначена для прогнозирования реального хода бизнес-процессов. В сферах, в которых невозможно заменить человека инновационным оборудованием, необходим контроль бизнес-процессы, отслеживание всевозможных задержек.

2. Компьютерное зрение. Предполагает использование видеонаблюдения, работающего с применением нейронных сетей и искусственного интеллекта. С помощью такой технологии анализируются

самые посещаемые отделы, пол и возраст посетителей, что позволяет выявлять наиболее выгодное расположение отделов и товаров. Компьютерное зрение предотвращает кражи, обеспечивает контроль за наличием товара и правильностью его выкладки, контроль за количеством посетителей магазина и избежание длительных очередей на кассах.

3. Обеспечение безопасности и контроля. Предполагает применение специальных программ, которые реагируют на характер передвижений посетителей и персонала магазина, что позволяет выявлять правонарушения, драки, конфликты, осуществлять контроль за присутствием персонала в торговом зале.

2. Технология Big Data. Позволяет хранить и анализировать большой объем информации, не имеющей на первый взгляд никаких закономерностей, но при этом с высокой точностью прогнозирует спрос на тот или иной товар в конкретной торговой точке в зависимости от времени суток, дня недели, сезонности, погоды и т. д. С помощью BigData в торговле решаются задачи: определение параметров маркетинговых акций, прогноз продаж и т. д., что позволяет существенно снизить затраты на проведение маркетинговых исследований.

3. Smart-контракты. Данная инновация предполагает электронный расчет и построение алгоритма, описывающего набор условий, выполнение которых влечёт за собой наступление определённых событий в реальном мире или цифровых системах. Smart-контракт значительно минимизирует рутинные операции, существенно сокращает нагрузку и затраты на бухгалтерию.

4. Электронные ценники. Магазины часто сталкиваются с проблемой резких скачков цен на товары, что является большой и трудозатратной проблемой для магазинов, где сотни и тысячи наименований товаров требуют корректировки и обновления ценников. Решить данные проблемы и снизить позволяют электронные ценники, которые оперативно изменяют цены на товар. Недостаток электронных ценников - высокая цена. Сама себестоимость ценника – от 5 до 15 долларов, основные затраты приходятся на покупку и на монтаж оборудования. Со временем данные затраты конечно окупаются, но не каждый предприниматель может и готов потратить большую сумму сразу.

5. «Умная» тележка – электронный сенсорный консультант на продуктовых тележках в супермаркетах. Ее особенностью является то, что она имеет специальное устройство с сенсорным экраном, которое показывает информацию о любом товаре, продающемся в данном супермаркете. Информация в общей базе данных о продукции, продаваемой в магазине, периодически обновляется торговым персоналом, это дает возможность покупателям мгновенно узнавать изменения в товарном ассортименте и о самих товарах.

6. Виртуальное зеркало позволяет «примерить» косметику, не нанося ее на лицо, «примерить» одежду и обувь. Данная инновация, как и «умная» тележка не имеет целью снижение затрат магазина, она призвана привлечь покупателя [6].

7. RFID-технологии (англ. Radio Frequency IDentification, радиочастотная идентификация) – это способ автоматической идентификации, когда с помощью радиосигнала считываются и записываются данные, хранящиеся в транспондерах, или RFID-метках.

Для функционирования данной системы необходимо, чтобы товар, к которому прикреплен гибкая электронная метка, находился в поле действия RFID-ридера (считывающего устройства). Применение современных радиочастотных идентификационных технологий позволяет одновременно проводить учет и контроль перемещения нескольких десятков единиц товара. Можно сказать, что RFID технология полностью заменила привычную систему штрихового кодирования со всеми его функциями, ее преимущество состоит в дополнительных возможностях бесконтактного дистанционного считывания метки. Технология RFID существенно снижает роль человеческого фактора в рабочем процессе в магазине и на складе, что исключает возможность ошибок [4].

В качестве примера рассмотрим эффективность внедрения инновационных технологий RFID в работу реального предприятия ООО «Авангард», основным видом экономической деятельности которого является торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием.

1. Капитальные вложения представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1.

Затраты на оборудование

Оборудования	Кол-во, шт.	Цена, руб.	Сумма, тыс. руб.
Самоклеющаяся UHF RFID-метка Hidden H47*	40000	11	440
Терминал сбора данных с внешней антенной ID700	1	29500	129,5
Настольный RFID UHF мини-ридер	1	17700	17,7
Подключение конфигурации IC: УПП для RFID(COM/ActiveX)	1	10000	10
Мобильный клиент ТСД-Mobile SMARTS	1	21000	21
ИТОГО:			805,7

Таблица 2.

Капитальные единовременные вложения

Наименование	Сумма
Затраты на оборудование, К _о	805,7
Кап. вложения на монтажные работы, К _м	51
Кап. вложения на транспортные расходы, К _{тп}	12
Общие кап. расходы	868,7

Таким образом, сумма общих капитальных вложений составит 868,7 тыс. руб.

2. Расходы на заработную плату. Заработная плата системного администратора и руководителя проекта - 32 тыс. руб. в месяц каждому. Соответственно, за весь проект - $32 \cdot 2 \cdot 6 = 384$ тыс. руб.

Расходы на заработную плату = $384 + 107,5$ (отчисления в ФСС) = 491,5 тыс. руб.

Итого затраты на проект составят:

- 1) капитальные вложения = 868,7 тыс. руб.;
- 2) заработная плата = 491,5 тыс. рублей;
- 3) дополнительное финансирование проекта = 90 тыс. руб.;
- 4) расходы на обслуживание системы = 30 тыс. руб.

Итого бюджет проекта = $868,7 + 491,5 + 90 + 30 = 1480,2$ тыс. руб.

2. Расчет экономического эффекта. RFID-технология позволяет сократить время осуществления складских работ. Обязанностью одного из складского работника является проведение инвентаризации. После внедрения проекта выполнение данного процесса упростится, время его реализации сократится, поэтому проведение инвентаризации целесообразно делегировать комплектовщику. Примерное время проведения инвентаризации составляет 11 часов, или один рабочий день комплектовщика, которому будет выплачена премия в размере 2 тыс. руб. за дополнительную нагрузку. Тем самым снизятся затраты на заработную плату 1 складского работника в размере 30 тыс. руб. в месяц. В месяц расходы на заработную плату сократятся на: выплаты персоналу — 28 тыс. руб.; отчисления в ФСС — 7,8 тыс. руб. Всего на 35,8 тыс. руб. в месяц или 429,6 тыс. руб. в год.

В ООО «Авангард» ежегодные потери на складе составляют 6 % от товарооборота. После внедрения проекта ожидается сокращение процента потерь в два раза или на 3 %. Товарооборот за прошедший год составил 60 млн. руб. Соответственно, потери после внедрения проекта составят: 1800 тыс. руб. в год вместо 3600 тыс. руб.

Общая экономия затрат составит $1800 + 429,6 = 2229,6$ тыс. руб. в год.

3. Расчет показателей экономической эффективности проекта.

Рассчитаем эксплуатационные расходы:

а) Расходы на амортизацию (при норме амортизационных отчислений 20 % в год). $A_0 = (129,5 + 17,7) * 0,2 = 29,4$ тыс. руб. в год

б) Затраты на информационно-техническое сопровождение (ИТС) системы с учетом НДС — 20 тыс. рублей в год.

в) Расходы на покупку меток — $6 * 12 * 11 = 792$ тыс. руб. в год.

Итого эксплуатационные расходы = $29,4 + 20 + 792 = 841,4$ тыс. руб.

Срок окупаемости проекта = капитальные вложения / («дополнительный доход» — эксплуатационные расходы)

В нашем случае дополнительный доход от проекта заключается в сэкономленных затратах.

Срок окупаемости проекта = $1480,2 / (2229,6 - 841,4) = 1,1$ года.

Таким образом, внедрение инновационной технологии RFID в деятельность торгового предприятия ООО «Авангард» эффективно, поскольку снижение затрат составит 2229,6 тыс. руб., а срок окупаемости проекта - 1,1 года.

Таким образом, использование различных инновационных технологий позволяет розничным торговым предприятиям приобретать ряд преимуществ в виде уменьшения затрат издержек обращения, наращивания объемов продаж, выхода на новые рынки сбыта, а главное повышать эффективность торговли и развитию национальной экономики в целом.

Список литературы:

1. Авагян Ю.Г., Диянова С.Н., Авагян Э.Ю. Применение новой техники и технологий в торговле // Вестник ИМСИТ, 2016. – №1.
2. Артюшин Виталий Иванович. Принципы и этапы инновационного процесса / В. Артюшин // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. - 2019. - № 7. - С. 53–62.
3. Внедрение инноваций в ритейле: основные преимущества и недостатки. URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2014/C40/V2/025.pdf> (Дата обращения 20.10.2019).
4. Макаренко В.И. Использование инновационных технологий в сфере торговли // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки, 2016. – № 3.
5. Мировой бизнес: главная угроза // Эксперт, 2018. – № 10(1066).
6. RFID технология в розничной торговле. URL: <http://asupro.com/gps-gsm/system/rfid-technology-retail.html> (Дата обращения 20.10.2019).

7. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Яценко Вероника Сергеевна

магистрант,

Карагандинский государственный технический университет,

Республика Казахстан, г. Караганда

INFLUENCE OF TAXES ON THE ECONOMIC STATE OF THE ENTERPRISE IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Yatsenko Veronika

Master student,

Karaganda State Technical University,

Kazakhstan, Karaganda

Аннотация. В статье определены основные понятия налогообложения предприятия. Проанализированы виды налогов, которые влияют на экономическое состояние предприятия в Республике Казахстан. На основе выявления особенностей, нами предлагается выделение групп всех налогов, уплачиваемых предприятиями, а также влияние НДС на финансовое положение предприятия.

Abstract. The article defines the basic concepts of enterprise taxation. It also analyzes the types of taxes that affect the economic condition of the enterprise in the Republic of Kazakhstan. Based on the identification of features, we propose the allocation of groups of all taxes paid by enterprises, as well as the impact of VAT on the financial position of the enterprise.

Ключевые слова: налог; налоговая система; подоходный налог; НДС; корпоративный налог.

Keywords: tax; tax system; income tax; VAT; corporate tax.

Для предприятия эффективность налоговой системы заключается в одновременном соблюдении законов и снижении налоговых платежей. Поэтому знание элементов налоговой системы и того, как она работает, является одним из ключевых факторов организации успешного бизнеса и во многом определяет его эффективность.

В налоговой системе Республики Казахстан подоходный налог является одним из важнейших налогов. Роль данного налога имеет большое значение для государства, так как он является важным источником доходов в бюджет, а также для отдельных предприятий, поскольку сумма его платежей обычно является одной из самых крупных. В последнее время было много споров об эффективности этого налога.

Финансовая пригодность – это способность предприятия финансировать свою деятельность. Финансовое состояние предприятия характеризуется наличием финансов, необходимых для нормального функционирования бизнеса, адекватностью его местоположения и его эффективного использования, финансовыми отношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой стабильностью.

Финансовое положение предприятия зависит от результатов его производственной, торговой и финансовой деятельности.

Налоговые платежи оказывают наибольшее влияние на деловые операции и, прежде всего, на конечные финансовые результаты, которые определяют финансовое положение предприятия в целом. Механизм данного влияния представлен на рисунке 1.



Рисунок 1. Механизм влияния налоговых платежей на финансовые результаты деятельности предприятия

Однако следует отметить, что налоги влияют на финансовый результат только в том случае, если они учитываются как расходы за отчетный период.

Оценка налогов, как влияющего фактора на финансовый результат осуществляется за отчетный период. Доход, полученный в этом отчетном периоде, должен быть равен сумме расходов, понесенных предприятием для получения этого дохода.

Расчет финансового результата включает показатели затрат и усилий, включенные в соответствующие бухгалтерские счета на разных этапах экономической деятельности, которые включают налоговые обязательства. Все налоги, уплачиваемые предприятиями, представлены в четырех группах:

1-я группа. Налоги на сбор доходов, в том числе налоги с продаж – НДС, акцизы и экспортные пошлины;

2-я группа. Налоги, которые признаются как отдельные статьи расходов. В эту группу входят налоги на имущество – подоходный налог с предприятий, транспортный налог, налог на имущество, подоходный налог. Кроме того, учитываются и начисления.

3-я группа. Налоги, которые участвуют в формировании финансового результата в составе коммерческих и административных расходов.

4-я группа. Налоги, понесенные при расчете финансового результата как части стоимости проданных товаров (строительство, услуги) [2, 228 с.].

Рассмотрим влияние НДС на финансовое положение предприятия.

НДС взимается с поставки товаров и услуг и по импорту. Стандартная ставка составляет 12 %. Исключения применяются для определенных операций, таких как экспорт и финансовые сделки. Регистрация обязательна для предприятий, чей оборот превышает 30 тыс. МРП (75 750 тыс.тенге) в календарном периоде. В противном случае регистрация не обязательна. Подача и оплата производится до 25-го дня второго месяца, следующего за отчетным налоговым периодом. НДС и соответствующий оборот должен сообщаться за каждый налоговый период не позднее 15 числа второго месяца, следующего за отчетным налоговым периодом. Регулируется налоговообложением Кодексом Республики Казахстан по налогам и другим обязательным платежам в бюджет (Налоговый кодекс) [1]. Министерством финансов, Комитетом государственных доходов, отделами государственных доходов на региональном уровне и для городов Алматы и Астана, органами государственных доходов на районном и городском уровнях [5].

Сумма налога с продаж является негативным фактором для предприятия при формировании финансового результата. Налог на добавленную стоимость снижает эффективность предприятия, оценка

которого является финансовым результатом. Рыночная цена для определенного типа продукта определяется условиями продажи на определенном рынке (территории) и является фиксированной или переменной величиной в определенных пределах. Цена продажи предприятия и, соответственно, сумма выручки зависят от рыночной цены и ставок НДС, применяемых при продаже данного вида товара (работы, услуги) [3, 309 с.].

Предприятие должно учитывать влияние группы налогов с продаж, включая НДС, в следующих случаях:

- в прогнозе доходов как соотношении рыночных и продажных цен на продукцию (труд, услуги). Сумма фактического дохода (выручки) предприятия ниже, чем потенциальный доход при тех же экономических условиях, но без учета НДС;
- при расчете налоговой нагрузки на денежные потоки предприятия.

Сумма налогов с продаж, которые предприятие фактически платит в бюджет, является частью денежных потоков предприятия. Эти суммы следует учитывать как отток денежных средств за следующий период в прогнозе бюджета денежных средств, для которого установлен период налоговых платежей.

Корпоративный налог оказывает непосредственное влияние на уровень чистой прибыли, поскольку этот показатель представляет собой разницу между прибылью предприятия от осуществления его деятельности и налогом, рассчитанным по соответствующей ставке.

Налоги четвертой группы способствуют увеличению себестоимости продаж. В связи с этим предприятия вынуждены увеличивать себестоимость продукции для покрытия издержек и прибыли. Однако такой шаг приводит к потере конкурентоспособности и, как следствие, снижению доходов [4, 123 с.].

Таким образом, любые налоги, которые предприятие платит тем или иным образом, ухудшат его финансовое положение, и необходимо принять меры для снижения налогового бремени. Однако при реализации мер по снижению налогового бремени важно учитывать, что сокращение налоговых платежей является не целью, а способом улучшить финансовое положение и повысить инвестиционную привлекательность предприятия. Поэтому целесообразно принимать меры по снижению налогов только в том случае, если расчеты показывают, что это приводит к увеличению чистой прибыли. Недопустимо снижение налогов за счет ухудшения финансового положения предприятия.

Список литературы:

1. Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года № 120-VI «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 27.03.2019 г.).
2. Зарук Н.Ф. Влияние налогообложения на элементы экономического механизма / Н.Ф. Зарук // Бухгалтерский учёт, аудит и налоги: основы, теория, практика. X Всероссийская научно-практическая конференция: сборник статей / МНИЦ ПГСХА. - Пенза: РИО ПГСХА, 2015г.
3. Хрусталева А.А. Особенности налогообложения субъектов малого предпринимательства/А.А.Хрусталева//Вектор экономики. - 2017. - № 9(143).
4. Жакенова Г.И., Ишкинина Г.Ш., Морозова О.В. Этапы становления системы налогового администрирования в Республике Казахстан // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2018. – № 3.
5. Kazakhstan Highlights 2019 - Deloitte. - URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Tax/dttl-tax-kazakhstanhighlights-2019.pdf>.

8. ЭКОНОМИКА ТРУДА

РЫНОК ТРУДА ПРИ ПЕРЕХОДЕ К ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Смирнов Вячеслав Олегович

студент,

*Государственный институт экономики, финансов, права и технологий,
РФ, г. Гатчина*

Грацинская Галина Всеволодовна

д-р экон. наук, доцент,

*Государственный институт экономики, финансов, права и технологий,
РФ, г. Гатчина*

В 21-ом веке цифровая экономика представляет собой «вектор», указывающий на цифровые направления развития экономики государства мира. В Российской Федерации основные направления цифровой экономики находятся в содержании государственной национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [3]. Эта программа определяет и выделяет отрасли производства, отстающие по степени и уровню внедрения в них информационно-коммуникационных технологий (далее - ИКТ). Так же в ней показана необходимость формирования макроэкономического показателя ВВП с учетом моделей российских отраслевых рынков по созданию Стратегии планирования цифровизации.

Главным условием развития цифровой экономики, которое повлияет на формирование и функционирование современного общества, будет являться внедрение и повсеместное применение ИКТ. Применение ИКТ в производственном процессе будет служить повышению уровня развития национальной экономики, улучшению качества и наращиванию объемов выпускаемой продукции.

Немецкий экономист Клаус Шваб утверждал, что самое явное отличие четвертой промышленной революции от третьей, является массовое внедрение кибернетических систем в производство. При этом от взаимодействия разных технических новшеств возникает синергетический эффект [1]. Этот эффект будет содержать в своей основе принцип стирания границ, что несомненно обуславливает актуальность и неизбежность проблемы адаптации людей к новому технологическому укладу

цифрового общества. Также необходимо отметить проблему значения человеческого капитала в условиях цифровой экономики, так как он будет являться движущей силой социально-экономического развития.

Создание нового технологического уклада под названием «Индустрия 4.0» и его хозяйственного обеспечения будет способствовать изменению обыденной социальной реальности, в сущности которой поменяются все сферы жизни, что отражено на рисунке 1. Происходит формирование новых форм труда, перестройка сотрудничества и обмена, Интернет – ресурсы практически сделали неразрывной связью людей с новыми технологиями. Предполагается, что трудовая деятельность граждан станет еще более прозрачной и контролируемой. Исходя из расширения инновационных границ и, становится заметно, что начинают улучшаться возможности системы образования, начинает расти качество трудовых ресурсов, происходит изменение профиля работника и требования к его компетенциям.

Индустрия 4.0 – новый этап развития мира, позволяющий создать интегрированное общество. Развиваются мегаполисы, делая успешные шаги навстречу городу будущего. Сегодня города занимают лишь 2% площади Земли. В то же время в них проживает около 55% населения мира.

Целесообразно рассматривать человеческий капитал как умение человека производить материальные блага и услуги в народном хозяйстве на рынке труда. Человеческий капитал формируется за счет системы образования, здравоохранения, социального обеспечения. Причём образование и здравоохранение имеют важное назначение в формировании личности, а сам человеческий капитал связан с качеством системы образования.



Рисунок 1. Структура концепции Индустрия 4.0 [8]

Таким образом, в настоящее время в проблеме Стратегического планирования цифровой экономики человек должен своевременно повышать квалификацию и навыки для функционирования в цифровой экономике.

При этом процесс автоматизации способствует сокращению использования человеческого капитала, что может стать условием повышения уровня безработицы в государстве. Данное положение отражено на рисунке 2. Однако данное явление может иметь временный характер.

Сформированный эффективный человеческий капитал может быть достаточно востребованным при любом уровне развития цифровизации. Четвертая промышленная революция будет угрожать, в первую очередь, таким профессиям, как бухгалтеры, учителя, государственные и муниципальные служащие, финансовые аналитики.

Наиболее востребованными специальностями будут специальности, которые напрямую связаны с IT-сектором, а именно: программисты, системные инженеры, ИКТ-проектировщики, робототехники, консультанты по внедрению инноваций, коучи по развитию интеллектуальных способностей.

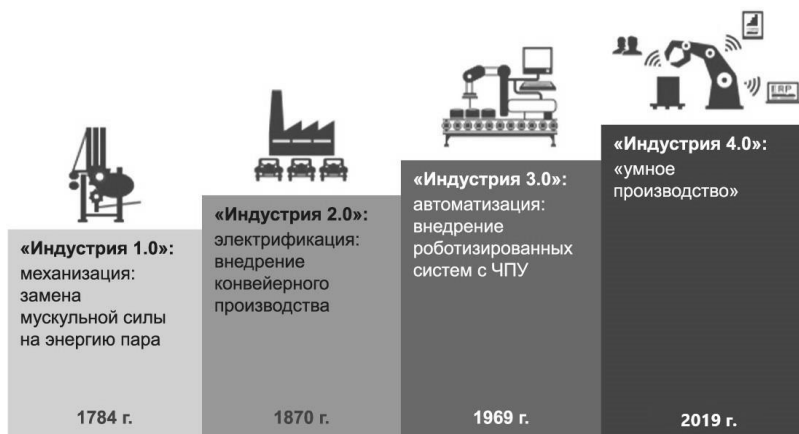


Рисунок 2. Развитие мировой промышленности в разрезе индустриальных революций [6]

Чтобы система функционировала, необходимо разработать новый подход к системе обучения, который должен поменяться на всех уровнях образовательного процесса. Базой должна стать общая цифровая грамотность, на ней – создается система прикладных практических

занятий. На специальном и высшем профессиональном уровне нужно обеспечить полное взаимодействие с компаниями-лидерами рынка, которые должны формулировать потребности, определять набор компетенций, предоставлять возможности для стажировок, давать обратную связь по качеству подготовки специалистов.

Согласно постановлению Правительства Российской Федерации «О системе управления реализацией национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», № 234 от 02.03.2019 г. на автономную некоммерческую организацию «Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации», возложены функции проектного офиса по реализации национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». В настоящее время Проектный офис готовит план мероприятий, который будет способствовать реализации этих задач. В течение предстоящих 3 лет апробация новых подходов к образовательному процессу будет происходить на пилотных площадках. Будут внедряться новые модели профессионального развития граждан и механизмы их оценки. Планируется разработать сервисы, позволяющие гражданам создавать персональные траектории развития. Появятся возможности повышения квалификации и переподготовки для освоения компетенций в контексте потребностей цифровой экономики. Отдельным направлением работы станет разработка требований к цифровой грамотности среди представителей старшего поколения.

В регионах своеобразными проводниками новых тенденций образования в эпоху цифровых технологий могут стать опорные вузы. На них возложена задача изменения образовательной инфраструктуры и создания новой среды обучения, где произойдет интеграция формального и неформального образования, а также сближение потенциальных работодателей и будущих специалистов. В настоящее время статус университетских центров инновационного, технологического и социального развития субъектов Российской Федерации уже получили более 30 вузов. Аналитическая поддержка, которую они смогут оказать руководству регионов, в конечном итоге поможет перестройке производства, куда придут новые профессионалы, готовые к работе в условиях цифровой экономики [2].

Если же говорить о системе образования, то стоит отметить, что сама структура должна модернизироваться и формировать эффективный, конкурентоспособный и информационно грамотный человеческий капитал, исходя из экономических нужд цифровизации. Обновление производственных структур и мощностей должно происходить параллельно с модернизацией системы формирования рынка труда, повышением квалификации работников всех направлений и подготовкой

новых кадров, которые уже будут готовы новому технологическому укладу.

Инвестирование в человеческий капитал является основным источником повышения его продуктивности и эффективности. Для обеспечения конкурентоспособности работников необходимо постоянно совершенствовать его навыки и знания в смежных профессиях. Таким образом, стимулировать работников, одновременно расширять диапазон знаний работодателей, формирующих стратегию развития кадрового потенциала компаний.

В качестве одного из направлений совершенствования системы формирования и использования человеческого капитала можно рассматривать повышение эффективности и координации деятельности формальных и неформальных институтов регулирования сферы образования. В связи с этим необходимо добиваться сбалансированности государственных, частных и общественных интересов с учетом изменений формы социального контракта между обществом, бизнесом и государственной властью в условиях перехода к цифровой экономике.

Таким образом, становление цифровой экономики с учетом использования эффективного человеческого капитала, его свойств, функций и компетенций должно рассматриваться с точки зрения информационного обеспечения системы. При этом возрастает значение институтов по повышению квалификации специалистов, обладающих новыми технологиями, цифровыми знаниями и навыками. Процесс перехода к инновационной экономике в 21-ом веке не будет возможным без эффективной системы и создания эффективного человеческого капитала для решения государственных стратегических задач.

Список литературы:

1. Грацинская Г.В., Пучков В.Ф. Технология создания математической модели экономического региона в условиях цифровой экономики. Сборник статей XXVIII Международная научно-практическая конференция «Современная экономика: Актуальные вопросы, достижения и инновации». Пенза РФ, МЦНС: «Наука и Просвещение». – 2019 – С. 163-168.
2. Дятлов С.А., Доброхотов М.А. Формы реализации человеческого капитала в цифровой экономике. // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2018.С. 26-28.
3. Постановление Правительства Российской Федерации «О системе управления реализацией национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», № 234 от 02.03.2019 г. «Собрание законодательства РФ», 18.03.2019, N 11, ст. 1119.

4. Погосян Т.Р., Грацинская Г.В. Формирование человеческого капитала в условиях цифровой экономики. Материалы VI Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения-2019». Гатчина, 2019 г. Издательство: Государственный институт экономики, права и технологий. 2019 г. С. 602-606.
5. Смирнов В.О. Электронное правительство и цифровизация государственного управления в Российской Федерации: современное состояние и перспективы развития. Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения–2019: в 2 т. Т. 2: Трибуна молодого ученого: сборник научных трудов по материалам VI Международной научно-практической конференции–Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2019 – Т. 2 С. 608-611.
6. Цифровые медиа: новые модели создания и потребления [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/trendletter/news/201890481.html> (Дата обращения: 10.10.2019).
7. Цифровые технологии диктуют правила игры на рынке труда [Электронный ресурс]. URL: <http://ac.gov.ru/commentary/015512.html> (Дата обращения: 26.09.2019).
8. Цифровая система управления производством — важный шаг к «Индустрии 4.0» [Электронный ресурс]. URL: <https://controlengrussia.com/internet-veshhej/tsifrovaya-sistema-upravleniya-proizvodstvom-vazhny-j-shag-k-industrii-4-0/> (Дата обращения: 13.11.2019).

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам XXXII международной
научно-практической конференции*

№ 9 (32)
Ноябрь 2019 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 28.11.19. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 5,5. Тираж 550 экз.

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

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru