

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Вопросы и проблемы экономики и менеджмента
в современном мире**

Выпуск VII

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 мая 2020 г.)**

г. Омск

2020 г.

**Издатель Инновационный центр развития образования и науки
(ИЦРОН), г. Нижний Новгород**

Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире./

Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции.
№ 7, г. Омск,– НН: ИЦРОН, 2020. 44 с.

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент Бекулов Х.М. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Безпалов В.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Бескорвайная С.А. (г.Москва), к.э.н., доцент Бирюков В.А. (г.Москва), к.э.н., доцент Бобыль В.В. (г. Днепропетровск), д.э.н., профессор Богатая И.Н. (г.Ростов-на-Дону), д.э.н., профессор Булгучев М.Х. (г.Магас), к.э.н., доцент Викторова Т.С. (г. Вязьма), д.э.н., доцент Виноградова М.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Гафиуллина Л.Ф. (г. Казань), д.э.н., доцент Гонова О.В. (г. Иваново), к.э.н., доцент Гурфова С.А. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Дзюба А.В.(г.Комсомольск-на-Амуре), к.э.н. Дубровин С.А. (г. Санкт-Петербург), д.э.н., доцент Евстафьева Е.М. (г.Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Емельянова Г.А. (г.Чебоксары), к.э.н. Желнова К.В. (г. Ижевск),к.э.н., доцент Иванова Н.В. (г. Шахты), к.э.н., доцент Калашников А.А. (г. Ставрополь), к.э.н., доцент Кошелева Т.Н. (г. Санкт-Петербург),к.э.н., доцент Крючкова Л.В. (г. Киров), к.э.н., доцент, профессор Курпаяниди К.И. (г. Фергана), д.э.н, профессор Макаров В.В. (г. Санкт-Петербург), д.э.н., доцентМиролюбова А.А. (г. Иваново), к.э.н., доцент Мошкин И.В. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Мызникова Т.Н. (г. Челябинск), к.э.н., доцент Мурзин А.Д. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Найденова М.В. (г. Саратов), к.э.н. Никитина А.А. (г. Кумертау), д.э.н., доцент Паштова Л.Г. (г. Москва), к.э.н., доцент Руденко М.Н. (г. Пермь), д.э.н., профессор Санталова М.С. (г. Воронеж), д.э.н., профессор Сембиева Л.М. (г. Нур-Султан),к.э.н., доцент Соболева С.Ю. (г. Волгоград), к.э.н., доцент Стрельников Е.В. (г.Екатеринбург), к.э.н., доцент Талалушкина Ю.Н.(г. Челябинск), к.э.н., доцент Терентьева О.Н. (г. Саратов), д.э.н., профессор Тинасилов М.Д. (г.Алматы), д.э.н., доцент Тугускина Г.Н. (г.Пенза), к.т.н., доцент Тытарь А.Д.(г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Уркумбаева А.Р.(г. Алматы), д.э.н., профессор Чернов В.А. (г. Нижний Новгород), к.ф.м.н., доцент Шматков Р. Н. (г. Новосибирск).

В сборнике научных трудов по итогам VII Международной научно-практической конференции «**Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире**» г. Омск, представлены научные статьи, тезисы, сообщения студентов, аспирантов, соискателей учёных степеней, научных сотрудников, ординаторов, докторантов, практикующих специалистов Российской Федерации, а также коллег из стран ближнего и дальнего зарубежья.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, не подлежащих открытой публикации. Мнение редакционной коллегии может не совпадать с мнением авторов. Материалы размещены в сборнике в авторской правке.

Статьи, принятые к публикации, размещаются в полнотекстовом формате на сайте eLIBRARY.RU.

Оглавление

СЕКЦИЯ №1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)	6
СЕКЦИЯ №2. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)	6
МЕЖПОКОЛЕННЫЕ ТРАНСФЕРТЫ В РОССИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СЕМЕЙ Эфендиева Н. Д., Трофимова Г. А.	6
СЕКЦИЯ №3. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)	8
СЕКЦИЯ №4. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)	8
КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ И ПОНЯТИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ Аскандарова Ю.А. Ибрагимова А.Х.	8
СЕКЦИЯ №5. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)	10
СЕКЦИЯ №6. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)	11
БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ МЕТОДИКА СРАВНИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ БЫВШИХ РЕСПУБЛИК СССР Яковлева М.А., Трофимова Г.А.	11
BALL RATING TECHNIQUE FOR A COMPARATIVE ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF MANAGING THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE FORMER REPUBLICS OF THE USSR Yakovleva M.A., Trofimova G.A.	11
СЕКЦИЯ №7. БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	17
СЕКЦИЯ №8. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	17
АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Горбунов А.В., Ширшов Е.В.	17
ANALYSIS OF INFORMATION AND LOGISTICS SYSTEMS USED IN THE PRODUCTION SPHERE OF MODERN ENTERPRISES Gorbunov A.V., Shirshov E.V.	17
АНАЛИЗ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ НА ПЛАТФОРМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ» ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ЛОГИСТИКИ Кириенок Н.А., Ширшов Е.В.	21

ANALYSIS OF COMPUTER APPLICATIONS ON THE 1C:ENTERPRISE PLATFORM USED TO BUILD AN EFFECTIVE SYSTEM ENTERPRISE LOGISTICS Kirienok N.A., Shirshov E.V.....	21
СЕКЦИЯ №9. ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	26
СЕКЦИЯ №10. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	26
ВЫВОЗ КАПИТАЛА ИЗ РОССИИ Трофимова Г. А., Каленова Л.И.	26
СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ	31
СОСТАВЛЯЮЩИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ APPLE: ПРИМЕНЕНИЕ ОДНОЙ ИЗ НИХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА Сулюкманова А.И., Тутаева Л.А.....	31
СЕКЦИЯ №12. PR И РЕКЛАМА	33
ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Берневега С.И., Павлова А.Е.	33
СЕКЦИЯ №13. ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	38
СЕКЦИЯ №14. ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ.....	38
СЕКЦИЯ №15. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	38
СЕКЦИЯ №16. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	38
ОЦЕНКА ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ Олейников И.А., Нагорнова А.С.	38
СЕКЦИЯ №17. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ.....	40
СЕКЦИЯ №18. ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	40
СЕКЦИЯ №19. УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА.....	40
СЕКЦИЯ №20. ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА.....	41
СЕКЦИЯ №21. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	41
СЕКЦИЯ №22. ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	41

СЕКЦИЯ №23.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ	
И ДЕМОГРАФИЯ.....	41
СЕКЦИЯ №24.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	41
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2020 ГОД.....	42

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)

МЕЖПОКОЛЕННЫЕ ТРАНСФЕРТЫ В РОССИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СЕМЕЙ

Эфендиева Н. Д., Трофимова Г. А.

Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, г. Владимир

Аннотация: данная статья посвящена рассмотрению значимости межпоколенных трансфертов по отношению к жизненному циклу человека, анализу частных межпоколенных связей в России, выявлению их зависимости и развитости от возрастных показателей граждан в современных условиях.

Ключевые слова: поколение, частные межпоколенные трансферты, восходящие и нисходящие потоки, модель жизненного цикла.

Обмены различными видами благ и услуг между поколениями на безвозмездной основе обозначаются общим термином «трансферты». Особенность частных трансфертов, в отличие от государственных, состоит в том, что ресурсы перераспределяются по неформальным каналам. К неформальным можно отнести родственные каналы, а также каналы дружеской и приятельской поддержки. Принимая во внимания межпоколенный аспект, выделяют нисходящие (от родителей детям) и восходящие (от детей родителям) трансферты [2], значимость которых очень велика. Именно вопросам межпоколенных отношений посвящена моя работа.

Согласно модели жизненного цикла фактором определяющим направление межпоколенных потоков является возраст. В классическом рассмотрении данной модели понимается, что на протяжении всей жизни индивида, он стремится поддерживать неизменный уровень потребления. Обычно в период молодости доход ниже перманентного, необходимого для поддержания уровня потребления, в связи с этим люди вынуждены одалживать ресурсы, одним из источников безусловно выступают межпоколенные трансферты от родителей. По мере взросления, к среднему возрасту, когда доход становится выше перманентного, появляется возможность делать сбережения, но еще и занимать нишу доноров ресурсов. К пожилому возрасту ситуация походит на первоначальную: текущий доход становится ниже необходимого, требуются дополнительные средства, источниками которых могут служить восходящие потоки трансфертной помощи. В качестве особого вида трансфертов выделяют совместное проживание детей с родителями. Определяющими факторами при выборе между проживанием с родителями и получением материальных ресурсов от них, но при раздельном проживании выступают доход младшего поколения и культурные особенности общества. Соответственно, чем выше доход детей, тем ниже вероятность совместного проживания в семье, с кровными родственниками. Следует отметить, что пожилые родители зачастую нуждаются в помощи, поэтому совместное проживание с детьми для них представляет большую ценность и пользу. Таким образом, проживание детей с родителями может выступать и как разновидность нисходящих трансфертов, и как особый случай восходящих.

Свидетельством развитости нисходящих трансфертов и высокой степени вовлеченности в частные обмены жителей России служат статистические материалы Комплексного наблюдения условий жизни населения РФ в 2018 году. По его результатам 91,2 % респондентов оказывают помощь своим детям. Преобладающими видами поддержки со стороны родителей, дети которых проживают отдельно, являются денежная помощь - 94,4 % и покупка вещей - 55,7% [4]. Так как эти два вида помощи являются наиболее распространенными, рассмотрим изменение их величин в зависимости от возрастной группы родителей (рис. 1). Насыщенным временем нисходящих потоков является возраст от 25 до 59 лет, пик приходится на возрастную промежуток от 30 до 34 лет, а наименее насыщенным временем являются 3 возрастных промежутка: 16– 19, 20 – 24, 60 и более (менее 50 респондентов в возрасте от 16 до 24 лет, от 60 лет и старше оказывают помощь своим детям).

Данные графика вполне закономерны и соответствуют модели жизненного цикла. Так, родившиеся дети в течение 15 – 20 лет являются иждивенцами, сами нуждаются в обеспечении ресурсами, от 20 – 24 до 60 они переходят в активное работающее население и имеют потенциал донорства, далее примерно в 60 лет переходят в, так называемый, пенсионный возраст и снова становятся зависимы (акцепторами). Динамика такого рода имеет свое отражение в экономико-демографической модели четырех поколений, разработанной к.э.н. Трофимовой Г.А. (ВлГУ)[3].

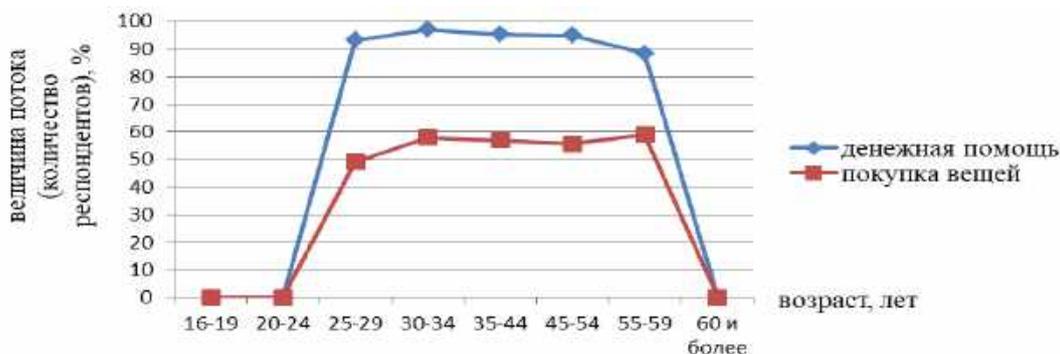


Рис.1. Зависимость величины нисходящих потоков от возрастной группы родителей [4]

В свою очередь, восходящие потоки качественно рознятся с нисходящими. Если дети в основном нуждаются в финансовом обеспечении, особенно если они не имеют своего заработка, то их мамы и папы - больше в инструментальной, моральной, функциональной поддержке, что становится заметнее по мере приближения к пожилому возрасту, этому свидетельствует и статистика. Наиболее распространенными видами подспорья со стороны детей, проживающих отдельно от родителей, является помощь по хозяйству - 67,2% и уход во время болезни - 70, 1%. Из диаграммы восходящих трансфертов (рис.2) следует, что трансфертные поступления от детей родителям становятся больше пропорционально увеличению возраста последних, пик приходится на возраст 70 и более лет, что логично, так как людям пожилого возраста необходим уход и помощь различного характера в силу естественных причин.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что межпоколенные связи - просто необходимая составляющая жизни каждого отдельного человека и человечества в целом. Их нужно развивать, укреплять. И ни в коем случае частные трансфертные поступления не должны облагаться налогами, пусть и могут быть выражены денежно, являются своего рода доходами. Считаю, это не допустимым, тормозящим развитие связей между поколениями. Взаимная поддержка между поколениями в рамках семьи составляет основу не только семейных отношений, но также и всей системы общественного благосостояния.

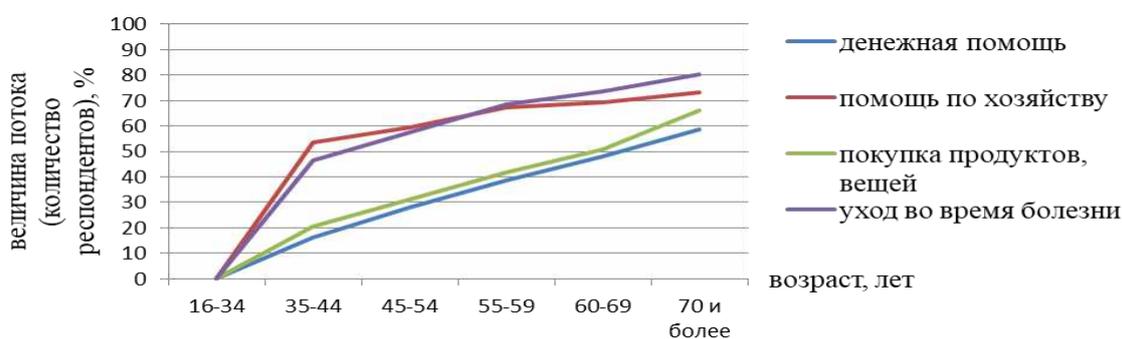


Рис.2. Зависимость величины восходящих потоков от возрастной группы родителей [4]

Также хотелось бы отметить некоторую специфику благ, передаваемых в процессе трансфертного обмена. Состоит она в том, что внутрисемейный обмен качественно отличается от рыночного. Он не предполагает незамедлительного строго определённого и возмездного расчёта. Например, родители обеспечивают хорошее образование своим детям. Родители, конечно, в некоторой степени надеются на то, что дети, выучившись, станут самостоятельными и будут помогать им. Но они не берут от своих детей никаких обязательств [1]. Значимость межпоколенных обменов состоит в том, что именно они способствуют эффективному и относительно равномерному распределению потребления на протяжении всей жизни человека, чего с помощью рыночного механизма не достичь.

На основе вышесказанного можно сделать вывод: межпоколенные трансферты выступают важным элементом экономики домохозяйств в России. Отмечается преобладание нисходящих трансфертных потоков над восходящими. Отношения между поколениями в целом можно охарактеризовать, как достаточно тесные, что свидетельствует об укреплении института семьи в РФ и прочности межпоколенных связей. По неформальным каналам идут не только потоки материальных благ. Инструментальная, моральная, функциональная помощь, перераспределяемая в рамках частных трансфертов, играют немаловажную роль. Времена меняются, но очень хочется верить, что взаимная поддержка между семьями, поколениями в дальнейшем будет только развиваться и укрепляться.

Список литературы

1. Капченко Р. Л. Межпоколенные трансферты семейных групп // Современный научный вестник. 2017. № 2. С. 031 – 033.
2. Миронова А. А. Демографические изменения и система родственной поддержки // Демографический потенциал стран ЕАЭС: VIII Уральский демографический форум. Том II. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2017. С. 159–166.
3. Трофимова Г. А. Сводная экономико-демографическая модель четырех поколений // Второй Российский экономический конгресс. (Суздаль, 18–22 февраля 2013). Владимир: Собор, 2013. С. 225 –240.
4. Федеральная государственная служба статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 17.03.2020).

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ И ПОНЯТИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ

Аскандарова Ю.А. Ибрагимова А.Х.

(Аскандарова Ю.А. научный руководитель Ибрагимова А.Х.)

Дагестанский государственный университет, г. Махачкала

Каждое предприятие в своей деятельности преследует цель получения прибыли и ее максимизации. В свою очередь прибыль зависит напрямую от цены на продукцию и затрат, которые несет предприятие в процессе производства и реализации своего продукта. Учитывая, что предприятия при работе на рынке не имеют рычагов влияния на цену, так как она устанавливается на рынке в результате свободной конкуренции экономических субъектов, основным направлением увеличения прибыли является снижение себестоимости продукции. Предприятие может полностью управлять своими затратами, которые формируют себестоимость продукции. Для начала определимся, что включается в понятие себестоимость.

Необходимо отметить, что данное понятие впервые прозвучало в исследованиях Ж.-Г. Курсель-Сенеля (1813–1892). Он сформулировал различия между учетом затрат и расчетом себестоимости, вывел, что учет затрат ведется ради определения себестоимости. Таим образом учет себестоимости - конечная цель учета затрат.

По мнению А.А. Алексеевой и др. «себестоимость продукции (работ, услуг) – стоимостная оценка используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на производство и сбыт ресурсов [2].

Н. С. Пласкова дает такое определение: «себестоимость – объем ресурсов в денежном выражении, которые используются на производство и сбыт продукции за определенный период и трансформируются в системе учетной информации организации в экономический показатель [3]

Далее развиваясь понятие себестоимости и вылилось в современное понятие, что «себестоимость представляет собой совокупность затрат». Затраты — это все расходы предприятия на производство, реализацию и сбыт продукции, выраженные в денежной форме.

В себестоимость включаются самые разные затраты, к примеру затраты труда, основных средств, оборотных средств и т. д. Для снижения себестоимости необходимо ее анализировать с точки зрения компонентов составляющих ее. Чем экономичнее предприятие использует свои ресурсы, тем меньше себестоимость, выше эффективность производства и соответственно больше прибыль.

Все затраты, составляющие себестоимость различны по составу и назначению. Часть затрат непосредственно связана с производственным процессом, другая с управлением и обслуживанием производственных процессов. Есть также и затраты, которые никак не относятся к производственному процессу, к примеру расходы на рекламу и относятся они к издержкам обращения. Поэтому, в целях формирования эффективной системы учета предприятие должно проводить классификацию затрат по различным экономическим признакам. Это позволит отслеживать изменения тех или иных статей затрат в себестоимости выпускаемой продукции в разрезе этих статей, для дальнейшего анализа.

В широком смысле классификация представляет собой систему группировки объектов исследования или же распределение объектов исследования по определенным классам, группам в силу наличия объединяющего их признака [5].

Классификация затрат может осуществляться различными способами, в зависимости от конкретных требований и задач. Каждый вариант классификации затрат имеет свои преимущества в определенных условиях. Однако при рассмотрении производственной деятельности предприятия в целом, можно выделить в ней три основные стадии производственной деятельности:

- снабжение производства
- производство
- реализация произведенной продукции

На каждой стадии возникают по сути одни и те же затраты. В связи с этим, наиболее распространен вариант классификации по статьям или по элементам затрат.

В экономической литературе можно встретить различные варианты классификации затрат. Данная проблема является объектом исследования многих отечественных экономистов.

Отчасти различие подходов классификации обусловлено требованиями к информации со стороны финансового, налогового и управленческого учета.

Для целей финансового учета в соответствии с ПБУ 10/99 «Расходы организации» по экономическим элементам затраты делятся на:

1. Материальные затраты
2. Затраты на оплату труда
3. Отчисления на социальные нужды
4. Затраты на амортизацию
5. Прочие затраты [1].

Однако данная классификация не позволяет получить сведения для обеспечения полной оптимизации затрат.

Наибольшее значение классификация приобретает в рамках управленческого учета, где непосредственно решаются вопросы, связанные с управлением затратами в целях их оптимизации. Для целей управленческого учета предприятия применяются самые разные методы классификации затрат, для определения степени их отношения к выпускаемой продукции, времени их возникновения и характера затрат [6]. Универсальной классификационной системы не существует в силу различия самих предприятий по размерам, технологическим особенностям, организации производства и т.д.

Также выбор той или иной классификационной модели в управленческом учете полностью зависит от конкретной цели. К таким целям можно отнести:

1. Калькулированные себестоимости продукции, работ или услуг
2. Планирование затрат
3. Контроль и регулирование затрат.

Ниже приведены основные варианты классификации затрат, применяемые в управленческом учете.

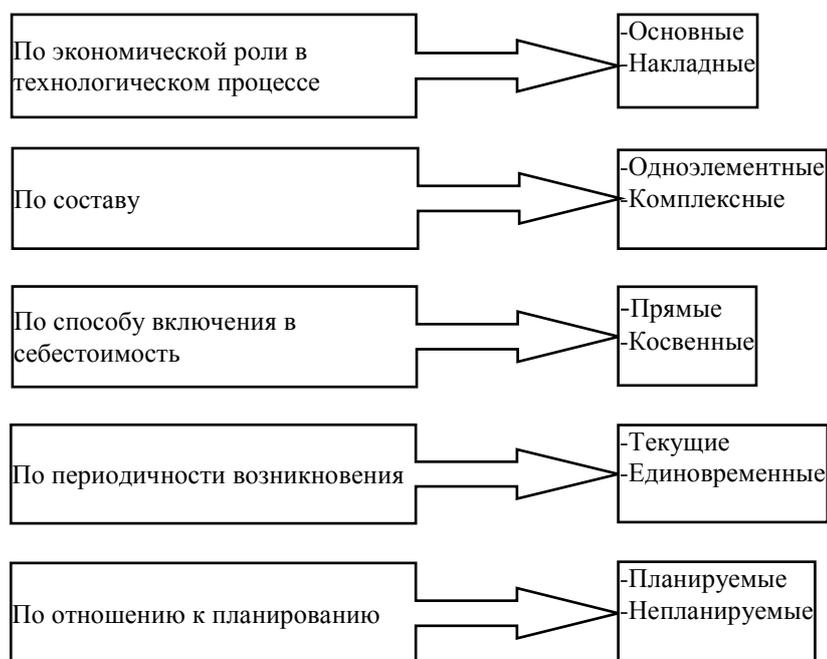


Рисунок 1 - Классификация затрат в управленческом учете [4]

Таким образом, мы согласны с авторами, что затраты представляют собой потребленные сырьевые, материальные, трудовые и иные ресурсы, оцененные в стоимостном (денежном) выражении и признаваемые в балансе до тех пор, пока не будут признаны доходы, связанные с ними.

Накопление затрат, которые несет организация, направлено на исчисление себестоимости продукции, которая становится расходом в момент извлечения дохода от реализации продукции.

В заключение следует отметить, что экономически обоснованная классификация затрат имеет важное значение для анализа и управления себестоимостью продукции на предприятии. Она обеспечивает персонал предприятия необходимой информацией для рационального управления затратами и выявления резервов снижения себестоимости.

Список литературы

1. Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99).
2. Алексеева А. А., Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / А.А. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – М :ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА. – 2006. – 672с.
3. Пласкова Н. С. Финансовый анализ деятельности организации: учебник / Н.С. Пласкова. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. – 706 с.
4. Роднова И.С. Классификация затрат предприятия // Российское предпринимательство. 2013. № 1.- С. 223.
5. Сорокина К. О., Управление затратами в компании // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2017. № 3. С. 187-191.
6. Лебедев В.Г. / В.Г. Лебедев В.Г., Т.Г Дроздова, В.П. Кустарев //Управление затратами на предприятии. – СПб.: Питер, 2015. – 592 с.

СЕКЦИЯ №5.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)

СЕКЦИЯ №6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)

БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ МЕТОДИКА СРАВНИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ БЫВШИХ РЕСПУБЛИК СССР

Яковлева М.А., Трофимова Г.А.

(**Яковлева М.А.** – студентка, Педагогический институт, кафедра ТЭО, группа ТЭпб-117;
Трофимова Г.А. – научный руководитель, к.э.н, Институт экономики и менеджмента,
кафедра «Бизнес-информатика и экономика»)

BALL RATING TECHNIQUE FOR A COMPARATIVE ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF MANAGING THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE FORMER REPUBLICS OF THE USSR

Yakovleva M.A., Trofimova G.A.

(**Yakovleva M.A.** - student, Pedagogical Institute, department of feasibility study;
Trofimova G.A. - candidate of economic science, Institute of Economics and Management,
Department of Business Informatics and Economics)

***Аннотация:** в данной статье представлен обзор интегральных (наиболее общих) показателей экономического развития: темпы роста ВВП, численность населения, показатели ВВП на душу населения, ставка корпоративного налога, ставка НДС, ставка социального страхования, ставка подоходного налога. Эти показатели рассматриваются экономистами как самые общие индикаторы благосостояния стран Белоруссии, России, Украины и Казахстана. Наша методика широкого применения находит среди всех экономистов, занимающихся сравнительными анализами стран. Предлагаемая нами методика подсчёта рейтинга стран позволяет сравнивать разномасштабные страны, между которыми сложились давние торговые связи, имеется историческая общность и комплексность производственного потенциала.*

***Abstract:** this article provides an overview of the integral (most common) indicators of economic development: GDP growth rates, population, GDP per capita, corporate tax rate, VAT rate, social insurance rate, income tax rate. These indicators are considered by economists as the most general indicators of the welfare of the countries of Belarus, Russia, Ukraine and Kazakhstan. Our technique is widely used among all economists involved in comparative analyzes of countries. Our proposed methodology for calculating the rating of countries allows us to compare different-sized countries, between which long-standing trade relations have developed, there is a historical commonality and complexity of production potential.*

***Ключевые слова:** ВВП на душу населения, темп роста ВВП, ставка налога, рейтинг стран, макроэкономический баланс.*

***Keywords:** GDP per capita, GDP growth rate, tax rate, country rating, macroeconomic balance.*

Экономики Белоруссии, России, Украины и Казахстана являются 4-мя крупнейшими экономиками стран СНГ — и наиболее взаимосвязанными между собой. Для удобства в дальнейшей работе мы решили объединить данные страны аббревиатурой БРУК, которую и будем в дальнейшем использовать. Как известно, Белоруссия, Россия, Украина и Казахстан «выросли» из СССР. Для республик, вышедших из-под влияния СССР, открылся путь на мировую политическую арену как для самостоятельных государств. Для России начался период преобразований в экономике и политике. Среди них: либерализация цен, запрет КПСС. А на многих территориях бывшего СССР вспыхнули вооружённые межнациональные конфликты. Проблема ядерного оснащения разрешилась в пользу России: Украина, Казахстан и Белоруссия отказались от статуса ядерных держав и передали ей весь военный атомный потенциал. Взамен за отказ от ядерного оружия Казахстан получил уважение международного сообщества и мощную экономическую помощь, Беларусь отказалась от оружия безвозмездно, а Украина упустила свой исторический шанс.

Страны очень разные, особенно по объёму ВВП и уровню жизни, поэтому требуется специальная методика сопоставления общих индикаторов благосостояния стран БРУК. Методика предназначена для

обзора интегральных показателей экономического развития. На наш взгляд, в данной методике обязательно должны быть учтены такие показатели масштаба экономик, как уровень ВВП на душу населения и темпы экономического роста. Такие показатели, как объём ВВП и численность населения стран, должны быть удалены в виду их несопоставимости. Прежде чем приступать к анализу результатов экономической деятельности, необходимо учесть тот факт, что нам предстоит иметь дело с довольно разными по масштабам экономиками странами. Поэтому мы решили соотнести страны БРУК по уровню ВВП на душу населения за 2011 и за 2018 год (см. схему 1).

Схема 1. Соотношение стран по уровню ВВП стран БРУК в 2011 и 2018 году.

Казахстан	Белоруссия	Украина	Россия
\$ 9603,6 млрд. (2011г)	\$ 6376,39 млрд. (2011г)	\$ 3138,47 млрд. (2011г)	\$ 2031,8 млрд. (2011г)
\$ 11166 млрд. (2018г)	\$ 6744 млрд. (2018г)	\$ 3110 млрд. (2018г)	\$ 1658 млрд. (2018г)

Теперь, представляя соотношения экономик нашей четвёрки стран, мы можем двигаться к анализу результатов экономической деятельности, эффективности управления социально экономическим развитием страны, а именно динамике ВВП на душу населения и темпам роста ВВП стран БРУК.

На промежутке с 2011 по 2018 первое место по уровню ВВП на душу населения занимает Казахстан. Второе место достаётся Белоруссии. Третье место занимает Украина, а четвёртое – Россия. Уровень ВВП на промежутке с 2011 года по 2018 практически стабильный во всех странах (см. график 2) [1].

График 2. ВВП на душу населения стран БРУК (2011-2018 гг)



Итак, подведём небольшие выводы по представленным выше данным по ВВП на душу населения стран БРУК. Для этого определим места стран по уровню ВВП на душу населения по каждому году (см. табл. 1)

Таблица 1. Рейтинг стран по уровню ВВП на душу населения

Рейтинг стран по местам								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Белоруссия	2	2	2	2	2	2	2	2
Россия	4	4	4	4	4	4	4	4
Украина	3	3	3	3	3	3	3	3
Казахстан	1	1	1	1	1	1	1	1

По данным графика видно, что первое место по темпам роста ВВП занимает Казахстан, но ситуация скачкообразная. В 2012 году Казахстан достиг максимума (7,5%), в 2013 мы видим спад до 5 %, в 2014 опять подъём до 6, а потом в 2017 резкий спад до -0,8%. Второе место занимает Белоруссия. Тут наблюдается очень нестабильная ситуация. В 2011 году она достигла своего максимума (7,7%), затем с 2012 по 2014

постепенный спад до 1%, в 2015 подъём до 1,7%. С 2016 по 2017 Белоруссия переживает серьёзный спад до -3,9%, а в 2018 опять подъём до 2,4%. Третье место занимает Россия. В 2011 в Россия мы видим очень серьёзный спад темпа роста ВВП (-7,8%), с 2012 года виден подъём (4,3%), а в 2016 опять идёт спад (-3,7%). В 2018 ситуация улучшается. Темп роста ВВП составил 1,5%.

И четвёртое место занимает Украина. Картина тут хуже всех вышеуказанных стран. В 2011 году наблюдается серьёзный спад (-14,5%), затем с 2012 года ситуация нормализуется и темп роста ВВП достигает 5,2%. С 2014 по 2015 год темп роста составил 0%. С 2016 по 2017 год резкий спад с -6,6 до 9,9%. Но в 2018 наблюдается подъём до 2,5%. Здесь наблюдается временная корреляция темпов спада/роста этих стран. Похожий путь развития во времени о единой мировой линии развития глобальной экономики (см. график 3) [там же].

График 3 Темпы роста ВВП стран БРУК (2011-2018 гг)



Итак, подведём небольшие выводы по представленным выше данным темпов роста ВВП стран БРУК. Для этого определим места стран по темпам роста ВВП по каждому году (см. табл. 2).

Таблица 2. Рейтинг стран темпов роста ВВП стран БРУК

Рейтинг стран по местам								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Белоруссия	1	2	4	3	2	3	3	2
Россия	3	3	3	2	3	2	2	4
Украина	4	4	1	4	4	4	4	3
Казахстан	2	1	2	1	1	1	1	1

На наш взгляд, этих показателей недостаточно. Мы предлагаем учесть также показатели благосостояния граждан страны. ВВП на душу не полно отражает реальное экономическое благосостояние стран. Из макроэкономических балансов (бюджетов) следует, что доход домохозяйств (Y_h) определяется как разница между объёмом национального производства (Y) и суммой собираемых налогов (T):

$Y_h = Y - T$. Чем больше уровень налогообложения, тем меньше доход домохозяйств. Чем меньше уровень налогообложения, тем больше доход домохозяйств [1].

Показатель ставки подоходного налога довольно стабилен во всех странах. Самая низкая ставка подоходного налога в Казахстане. Второе место по величине ставки подоходного налога занимают такие страны, как Белоруссия и Россия. Ставка в этих странах составляет 13%. Она стабильна с 2011 по 2018 год. Самая высокая ставка подоходного налога на Украине. В период с 2011 по 2018 год ставка подоходного налога составляет 10%. С 2011 по 2012 год она составила 17%, в 2013 поднялась до 20%, а с 2014 по 2018 была установлена стабильная ставка 18% (см. график 4) [2].

График 4. Ставка подоходного налога стран БРУК (2011-2018 гг)



Итак, подведём небольшие выводы по представленным выше данным ставки подоходного налога стран БРУК. Для этого определим места стран по величине ставки подоходного налога по каждому году (см. табл. 3).

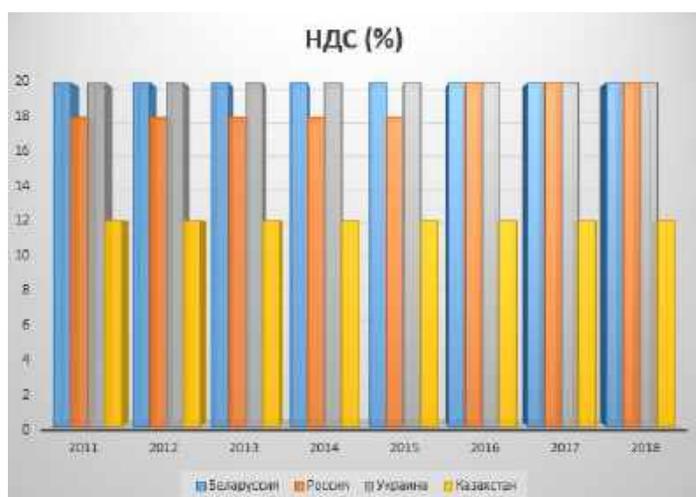
Таблица 3. Рейтинг стран БРУК по ставке подоходного налога

Рейтинг стран по местам								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Белоруссия	2	2	2	2	2	2	2	2
Россия	2	2	2	2	2	2	2	2
Украина	1	1	1	1	1	1	1	1
Казахстан	3	3	3	3	3	3	3	3

Белоруссия и Россия в период с 2011 по 2018 год занимают второе место по ставке подоходного налога. Это говорит о том, что совокупный доход физических или юридических лиц за вычетом документально подтверждённых расходов, в соответствии с действующим законодательством, находится примерно на одном уровне. И этот уровень довольно неплохой.

Ниже всех ставка НДС в Казахстане. С 2011 по 2018 год она составляет 12%. Самая высокая ставка НДС, как мы видим на графике, с 2011 по 2015 наблюдается в Белоруссии и на Украине (20%). С 2016 года к этим лидерам добавилась Россия (см. график 5) [там же].

График 5. Ставка НДС стран БРУК (2011-2018 гг)



Итак, подведём небольшие выводы по представленным выше данным ставки НДС стран БРУК. Для этого определим места стран по величине ставки НДС по каждому году (см. табл. 4).

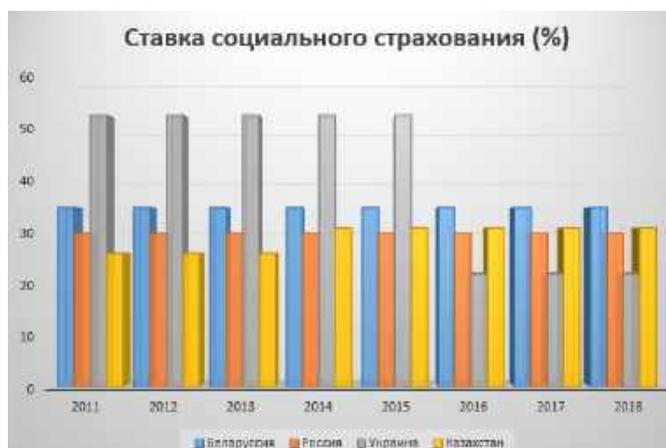
Таблица 4. Рейтинг стран по ставке НДС стран БРУК (2011-2018 гг)

Рейтинг стран по местам								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Белоруссия	1	1	1	1	1	1	1	1
Россия	2	2	2	2	2	1	1	1
Украина	1	1	1	1	1	1	1	1
Казахстан	3	3	3	3	3	2	2	2

Мы видим, что в период с 2016 по 2018 год в Белоруссии, России и на Украине ставка НДС одинаковая. Это говорит о том, что в этих странах наиболее активно идёт «очистка» экспортируемых товаров от национальных налогов.

Ставка социального страхования в Казахстане с 2011 по 2013 ставка составила 26%, а с 2014 по 2018 поднялась до 31%. В Белоруссии в период с 2011 по 2018 ставка социального страхования стабильно составляет 35%, а в России – 30%. С 2011 по 2015 год на Украине преобладает самая высокая ставка социального страхования. Она составила 53%; с 2016 по 2018 ставка резко была снижена до 22% (см. график 6) [там же].

График 6. Ставка социального страхования стран БРУК (2011-2018 гг)



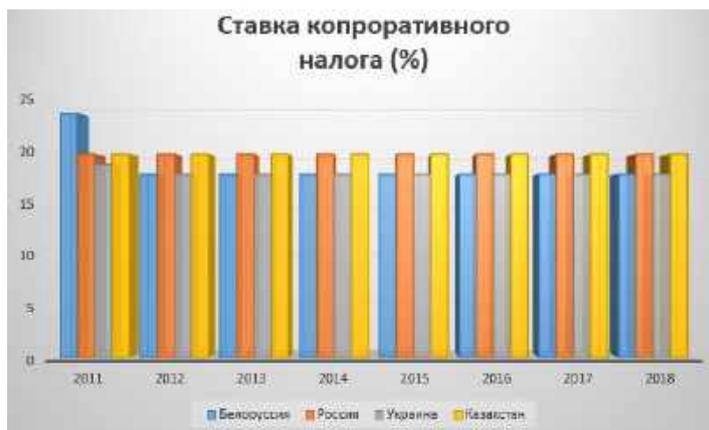
Итак, подведём небольшие выводы по представленным выше данным ставки социального страхования стран БРУК. Для этого определим места стран по величине ставки социального страхования по каждому году (см. табл. 5).

Таблица 5. Рейтинг стран БРУК по ставке социального страхования

Рейтинг стран по местам								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Белоруссия	2	2	2	2	2	1	1	1
Россия	3	3	3	3	3	3	3	3
Украина	1	1	1	1	1	4	4	4
Казахстан	4	4	4	4	4	2	2	2

Ставка корпоративного налога на Украине в 2011 году составила 19%; с 2012 она сравнялась с Белоруссией и составила 18%. В России и Казахстане в период с 2011 по 2018 год ставка корпоративного налога составляет 20%. Самая высокая ставка корпоративного налога наблюдается в 2011 году в Белоруссии. Она составила 24%; с 2012 по 2018 год ставка в Белоруссии была снижена до 18% (см. график 7) [там же].

График 7 Ставка корпоративного налога стран БРУК (2011-2018 гг)



Итак, обобщим результаты нашего практического исследования. Все объективные данные уже приведены, и нам остаётся перейти к сравнению стран по всем показателям в совокупности. Мы решили на основе числовых показателей темпов роста ВВП, ВВП на душу населения, ставки подоходного налога, ставки НДС, ставки корпоративного налога и ставки социального страхования расставить баллы от 1 до 4 в соответствии с занятыми по тому или иному показателю местами. Последняя колонка отражает результаты сравнения экономического развития стран БРУК в течение периода 2011—2018 годов: 1 место – 4 балла, 2 место – 3 балла, 3 место – 2 балла, 4 место – 1 балл. Итак, 1 место занимает Казахстан, 2 место – Белоруссия и Россия, 3 место – Украина. Результаты представлены в сводной таблице (см. табл. 6).

1-е место – 4 б. 2-е место – 3 б. 3-е место – 2 б. 4-е место – 1 б.	Темпы роста ВВП	ВВП на душу	Подход. налог	НДС	Соц. страх.	Корп. налог	Итого баллов:
Белоруссия	2 место	2 место	2 место (3,5 б)	3 место (2,5 б)	3 место	3 место	16
Россия	3 место	4 место	2 место (3,5 б)	2 место	2 место	2 место (3,5 б)	16
Украина	4 место	3 место	3 место	3 место (2,5 б)	4 место	1 место	12,5
Казахстан	1 место	1 место	1 место	1 место	1 место	2 место (3,5 б)	23,5

Таблица 6. Сводная таблица результатов сравнения экономического развития стран БРУК

Странам, занимающим одинаковое место по какому-либо макроэкономическому показателю, мы решили предоставить возможность «стоять на одной ступеньке». Например, по ставке подоходного налога 2 место занимают одновременно 2 страны: Белоруссия и Россия; даём этим странам не по 3 балла, а по 3,5. По ставке НДС одновременно 3 место занимает Белоруссия и Украина; даём эти странам не по 2 балла, а по 2,5. По ставке корпоративного налога 2 место занимает Россия и Казахстан; даём им не по 2 балла, а по 2,5.

Заключение.

Целью нашего исследования являлось выявление наиболее экономически развитой страны среди стран БРУК в период с 2011 по 2018 год. Для достижения данной цели нами предложена методика межстранового сравнения позволяет достичь этой цели и присвоить любой стране объективный рейтинг управлению социально-экономическим развитием страны.

По результатам нашего исследования выяснилось, что система управления на данном периоде лучше в Казахстане, а хуже всего – на Украине. По нашей методике Россия занимает почётное 2 место. Новизна предлагаемого рейтинга стран заключается в возможности сравнения стран по определённым макроэкономическим показателем. Удобство пользования данной методикой заключается в том, что она

очень проста и удобна, даёт однозначную оценку, позволяет оценить перспективы возвращения к Союзу. На наш взгляд, эта методика имеет возможность на перспективы и дальнейшее совершенствование. Предлагаемая нами методика подсчёта рейтинга стран позволяет сравнивать разномасштабные страны, между которыми сложились давние торговые связи, имеется историческая общность и комплексность производственного потенциала [3].

Список литературы

1. Авторский проект EREPORT. Мировая статистика / EREPORT, авторский проект. – 2006-2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=country&count=kazakhstan&table=ggecia> (дата обращения: 30.03.2020).
2. Росстат. Биржевой портал №1. Макроэкономическая статистика / Росстат. – 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://take-profit.org/statistics/countries/kazakhstan/> (дата обращения: 30.03.2020).
3. Министерство экономического развития Российской Федерации. Макроэкономика. – 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru> (дата обращения: 18.03.2020).

СЕКЦИЯ №7.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Горбунов А.В., Ширшов Е.В.

Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, г. Архангельск

Аннотация: Статья посвящена вопросам анализа и изучения функциональных возможностей информационно-логистических систем. Рассмотрены различные системы, существующие на рынке программного обеспечения в области решения логистических задач. На основе результатов исследования и изучения функциональных возможностей существующего программно-логистического обеспечения делается вывод, какую из систем наиболее целесообразно использовать для выстраивания компонентов логистики на предприятии.

Ключевые слова: система, учёт, логистика, ресурсы, управление

ANALYSIS OF INFORMATION AND LOGISTICS SYSTEMS USED IN THE PRODUCTION SPHERE OF MODERN ENTERPRISES

Gorbunov A.V., Shirshov E.V.

Northern (Arctic) Federal University them. M.V. Lomonosov, Arkhangelsk

Abstract: The article is devoted to the analysis and study of the functionality of information and logistics systems. Various systems existing in the software market in the field of solving logistic problems are considered. Based on the results of the study and study of the functional capabilities of the existing software and logistics support, it is concluded which of the systems is most appropriate for building logistics components in the enterprise.

Key words: system, accounting, logistics, resources, control

Актуальность исследования обусловлена выбором из существующего множества информационно-логистических систем наилучшего варианта подобной системы для работы с логистикой в производственной сфере предприятия на основе таких критериев как: сложность в управлении данной системой, стоимость программного обеспечения, языковой барьер и др.

Цель исследования – проанализировать существующее программно-аппаратное обеспечение в области логистики для обоснованного встраивания функционала информационно-логистической системы в производственную систему предприятия.

Задачи исследования:

- 1) выявить наиболее популярные логистические системы, используемые в производственной сфере предприятий для выполнения анализа их функциональных возможностей;
- 2) на основе анализа возможностей выявленных логистических систем выбрать по принятым критериям наиболее оптимальное логистическое обеспечение для встраивания его в производственную систему предприятия.

Используемые методологии: наблюдение, описание, анализ, классификация.

Информационно-логистическая система – это организованное определенным образом соединение различных технических средств, баз данных, справочников и необходимых программных средств, которое решает те или иные задачи по управлению информационными и материальными потоками [3].

Главная задача использования информационно-логистической системы состоит в том, чтобы осуществлять контроль за использованием ресурсов и их пополнением на складах. Данная система также должна предоставлять информацию обслуживающему персоналу, который в дальнейшем на основе ее анализа может принимать решения о снабжении ресурсами на более выгодных условиях и находить наиболее рентабельные решения о сбыте и поставке готовой продукции.

Общая цель информационной логистики на предприятии заключается в том, чтобы сделать данное предприятие конкурентоспособным и добиться его устойчивого развития [4]. В производственной системе предприятия существует ряд конкретных задач, которые ставит перед собой информационная логистика. Задачи информационной логистики представлены на рисунке 1.

Логистическая-информационная система должна обладать следующими функциональными возможностями:

- руководство внутренним потоком ресурсов, товара и материала, а также управление внутривозовским и внутрискладским транспортом.
- сортировкой грузов по размерам, комплектации, свойствам, учётом отправляемых грузов и другие задачи.

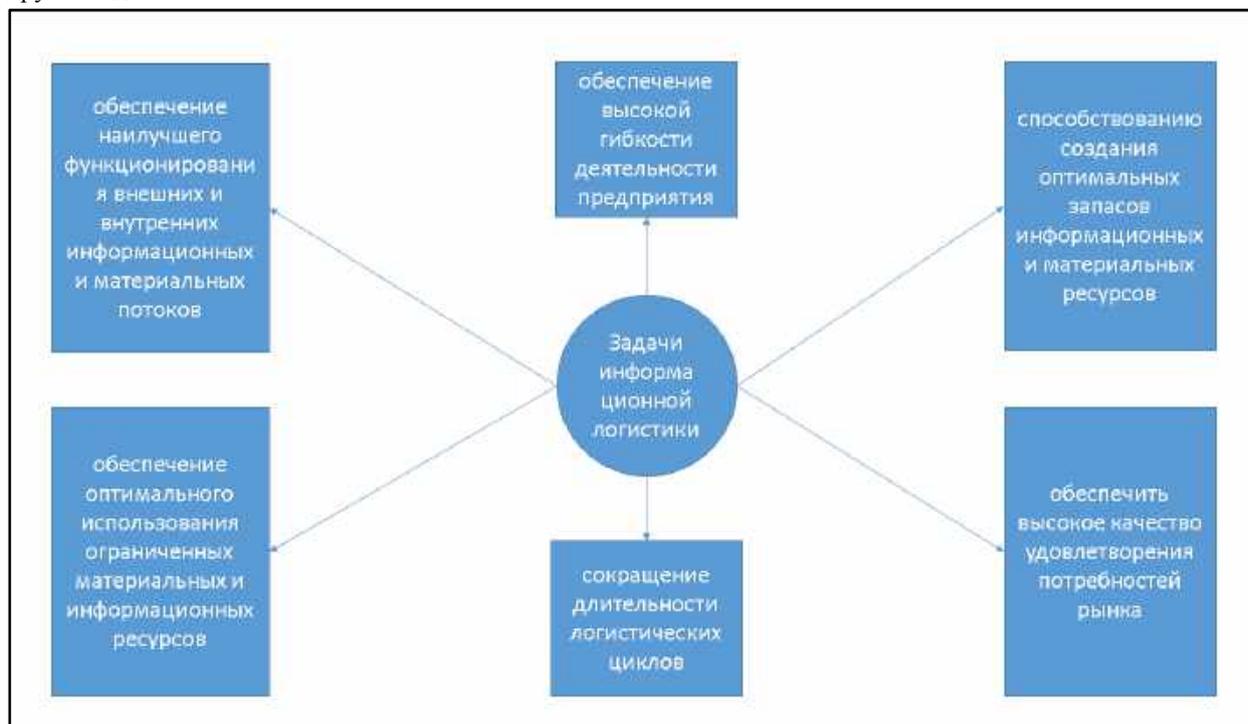


Рисунок 1 - Задачи информационной логистики

Преимущества внедрения информационно-логистической системы заключается в следующем:

- увеличивается скорость передачи информации между производствами, и передавать данные из одного участка производства в другой;
- информационно-логистические системы позволяют сократить влияние человеческого фактора, из-за которого совершается наибольшее количество ошибок. В итоге уменьшится количество ошибок в учёте.
- внедрение таких систем позволит уменьшить объём непродуктивной, «бумажной» работы;
- данная система позволит объединить ранее разобщённые информационные блоки.

Всеми этими свойствами должна обладать логистическая информационная система. При выборе наилучшей информационно-логистической системы необходимо придерживаться свойств, перечисленных выше. Информационно-логистические системы будут оцениваться по следующим критериям:

- тестовый период;
- стоимость программного обеспечения;
- ежемесячная оплата;
- кроссплатформенность;
- интеграция с другими программами;
- импорт данных;
- контроль материальных и информационных потоков;
- наличие русскоязычного интерфейса;
- сроки внедрения.

В исследовании при изучении и анализе функциональных возможностей программного обеспечения с целью наиболее удобного выстраивания логистики на предприятии были выбраны следующие системы:

"1С: Торговля и склад" – представляет собой компоненту "Оперативный учет" системы "1С: Предприятие" с типовой конфигурацией для автоматизации складского учета и торговли. Составляющая "Оперативный учет" существует для того, чтобы контролировать учёт движения и наличия денежных и материальных средств. Данная программа может использоваться удалённо, так и совместно с другими программами "1С: Предприятия" [6].

SAP Transportation Management (SAP TM) – данное программное обеспечение предназначено для оперативного управления транспортировкой грузов и планирования маршрутов, осуществляемыми как по уже построенным (готовым) маршрутам, так и выстраивать маршруты внутри города, выстраивает самый оптимальный и менее затратный маршрут если маршрут движения явно не задан, а известно только начало и конец маршрута.

Галактика – соединяет между собой в одну общую систему основные функции логистики: закупка сырья и материалов, управление заказами, сбыт готовой продукции, снабжение, обеспечение управления запасами на складе, налаживание взаимоотношения между поставщиками (B2B) и получателями услуг и продукции, а также производится контроль взаиморасчётов. В итоге данное программное обеспечение создаёт эффективное управление информационными и материальными потоками в сфере обращения и производства

BAAN – Обеспечивает снабжение складов и сбыт продукции. При помощи данного программного обеспечения производится управление закупками и продажами готовой продукции, хранением и управление сырья, материалов и продуктов, создание контрактов, а также отслеживание движения партий. По мимо этого у модуля есть возможность управлять транспортировкой готовой продукции и внешней логистикой, обеспечивает оптимизацию маршрутов, устанавливает заказы на транспортировку. Даёт возможность управлять, складированием на предприятии и транспортными работами.

Oracle Transportation Management, предназначенные как для транспортных компаний, так и для поставщиков логистических услуг, позволяют управлять всеми аспектами перевозок в глобальной цепочке поставок. Сочетая в себе удобство использования с ведущими в отрасли возможностями, они позволяют сократить транспортные расходы, оптимизировать уровни обслуживания и автоматизировать процессы для более эффективного выполнения логистических операций.

В таблице 1 представлены результаты сравнения информационно-логистических систем на основе приведенных выше критериев.

Таблица 1. Сравнение информационно-логистических систем

Критерии оценивания	1С: Торговля и склад	SAP TM	Галактика	BAAN	Oracle TM
Тестовый период	1 месяц	Нет	Нет	15 дней	30 дней
Стоимость программного обеспечения	22 600 рублей	4 тыс. евро	80 тыс. рублей	Пакет на 20 пользователей стоит €36 000-50 000	10 тыс. евро
Помесячная оплата	1000 рублей за каждого пользователя	за каждого пользователя 7 евро в день	15500 руб. в месяц	10 евро за каждого пользователя	15 евро за каждого пользователя
Кросс-платформенность	ПК, Android	ПК, Android, iPhone	Нет	ПК, Android, iPhone	ПК, Android, iPhone
Интеграция с другими программами	Да	Да	Нет	Да	Да
Импорт данных	Excel, Word, access	MS Office	Excel	Excel, Word	MS Office
Контроль материальных и информационных потоков	Да	Да	Нет	Да	Да
Наличие русского языка	Да	Нет	Да	Нет	Да
Сроки внедрения	5 мес -1 год	1-5 лет и более	7 мес.-1,5 года	6 мес-1,5 года и более	1-5 лет и более

Каждая из рассмотренных информационных логистических систем имеет свои преимущества и недостатки. Анализ результатов исследования показал, что для заданных условий и принятых критериев сравнения наиболее соответствует требуемым условиям такое программное обеспечение как 1С: Торговля и склад.

Библиографический список

1. Вересников, Ю.К. О надежности систем обработки информации / Ю.К. Вересников //Актуальные проблемы современной науки. – 2011. – № 2 (58) – С. 193-195.
2. Галактика ERP [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://galaktika.ru/erp> (дата обращения : 05.05.2020)
3. Логистические информационные системы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.logistic-info.ru/informacionnye-sistemy.html> (дата обращения : 05.05.2020)
4. Майоров, А.А. Информационная логистика / А.А. Майоров, В.Я. Цветков //Славянский форум. – 2012. – № 2 (2). – С. 208-210.
5. Максимов, Д.А. Синдика как наука о глобальных рисках / Д.А. Максимов, Ю.Д. Спиридонов // Транспортное дело России. – 2013. – № 5. – С. 30-33.
6. 1С:Торговля и Склад 7.7 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://1c.ru/rus/products/1c/predpr/torg77.htm> (дата обращения : 05.05.2020)
7. Система BAAN [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=6555> (дата обращения: 05.05.2020)
8. SAP Transportation Management [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sap.com/products/transportation-logistics.html> (дата обращения: 05.05.2020)

АНАЛИЗ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ НА ПЛАТФОРМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ» ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ЛОГИСТИКИ

Кириенок Н.А., Ширшов Е.В.

Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, г. Архангельск

Аннотация: В статье рассмотрены различные компьютерные приложения на платформе «1С: Предприятие», раскрыта актуальность их внедрения при разработке логистических систем. Выявлены преимущества и особенности каждого компьютерного приложения в контексте реализации логистических решений, а также возможность их дальнейшего использования при построении системы эффективной логистики на предприятии.

Ключевые слова: платформа, логистика, приложение, 1С: Предприятие, информационная система.

ANALYSIS OF COMPUTER APPLICATIONS ON THE 1С:ENTERPRISE PLATFORM USED TO BUILD AN EFFECTIVE SYSTEM ENTERPRISE LOGISTICS

Kirienok N.A., Shirshov E.V.

Northern (Arctic) Federal University them. M.V. Lomonosov, Arkhangelsk

Abstract: The article discusses various computer applications on the 1С: Enterprise platform, discloses the relevance of their implementation in the development of logistics systems. The advantages and features of each computer application in the context of the implementation of logistics solutions, as well as the possibility of their further use in the construction of an efficient logistics system at the enterprise are revealed.

Keywords: platform, logistics, application, 1С: Enterprise, information system

В течение последних лет на отечественных предприятиях активно внедряются различные информационные технологии. Эти технологии позволяют оптимизировать бизнес-процессы всех видов, а зачастую и автоматизировать целые отделы. На предприятии логистического направления деятельности информация, как правило, становится неким производственным потенциалом. Логистика всегда играла одну из главных ролей в управлении производством или организацией, однако растущее количество информации, ежедневно проходящее через структуры предприятия, обуславливает накопление большого числа различных бумаг и сопутствующих материалов, что сокращает эффективность работы предприятия от внедрения логистики. Поэтому автоматизация данного направления деятельности является особенно важным процессом. Для решения логистических проблем на предприятиях, как правило, внедряют автоматизированные информационные системы.

Внедрение логистического программного обеспечения, позволяющего автоматизировать необходимые бизнес-процессы в производственной сфере предприятия является весьма актуальным направлением, так как первостепенная задача в стратегии развития любого предприятия заключается в том, чтобы добиться долгосрочных конкурентных преимуществ, позволяющих обеспечить его выживание, стабильное функционирование и развитие. Но в век информационных технологий без использования специализированных информационных систем для оптимизации и ускорения работы предприятия невозможно добиться необходимых конкурентных преимуществ, а соответственно и должного уровня выживаемости. Именно внедрение логистических информационных систем поможет достичь, на наш взгляд, весомых преимуществ и обеспечить конкурентоспособность предприятия на перспективу.

Основным поставщиком информационных технологий является компания «1С». Предлагаемые прикладные решения фирмы «1С» предназначены для автоматизации типовых задач учета и управления предприятий. В основе разработки своих приложений компания «1С» использует все возможные методики

управления (MRP II, CRM, SCM, ERP, ERP II и др.), а также учитывает и реальные потребности предприятий, не укладывающиеся в стандартный набор функциональности этих методик [4].

Тем не менее, выстроить информационную систему логистики на предприятии руководителю незнакомому с принципами «1С» может быть достаточно сложно по ряду причин: технологическая сложность информационных систем, большое разнообразие предоставляемого программного обеспечения и приложений для автоматизации процессов, неудобство интерфейса, сложность настройки и навигации в системе.

Целью проводимого исследования является разработка методики определения и выбора логистического приложения на платформе 1С для повышения эффективности деятельности предприятия.

Для достижения обозначенной выше цели были поставлены следующие задачи:

- 3) произвести отбор приложений на платформе «1С» по их функциональным задачам, позволяющим автоматизировать логистические процессы на предприятии;
- 4) выполнить обзор и анализ отобранных приложений, выявить их преимущества и особенности использования;
- 5) разработать рекомендации по использованию рассматриваемых приложений для формирования эффективной логистики на предприятии.

Как отмечается в статье «Особенности инновационного развития современной России 2019 г.» инновационная активность российских компаний в 2-6 раз ниже, чем в странах Европы, а удельный вес организаций внедряющих информационные и технологические инновации составляет всего 10,1%, в то время как из этого показателя только 4,2% является логистическими информационными инновациями [1]. Из этого можно сделать вывод, что компании недооценивают положительный эффект от внедрения логистических информационных систем (ЛИС) или же попросту не знакомы с такими системами.

Оказание помощи руководителю предприятия при выборе логистической информационной системы для внедрения на предприятия, в соответствии с его потребностями и деятельностью, а также изучение основных функциональных возможностей, преимуществ, недостатков и стоимости внедрения подобного программного обеспечения является одной из основных задач проводимого исследования.

Например, если программное обеспечение называют «программой 1С», то зачастую это означает, что при разработке приложения произошло совмещение двух основных составляющих системы «1С» технологической платформы «1С: Предприятие» и прикладного расширения на базе этой платформы.

Для системы «1С: Предприятие» на данный момент разработано большое количество различных расширений, охватывающих большую часть деятельности любой организации. Предлагаемые приложения распределяются на два вида: решения для отраслей и решения для функциональных задач [2].

Система «1С: Предприятие» была разработана как платформа, с помощью которой современные предприятия могут решать основные задачи, по автоматизации учета, управления и т.д. Программный продукт может быть адаптирован к любым особенностям учета на любом специализированном предприятии [3].

Для того, чтобы выбрать решение, которое позволяет автоматизировать логистические процессы необходимо обратиться к разделу «Управление логистикой и транспортом WMS, TMS». WMS – информационная система по управлению складами, организующая процессы, связанные со складской деятельностью предприятия. TMS – логистическая система, которая позволяет предприятиям, осуществляющим деятельность по поставке или перевозке грузов автоматизировать соответствующие бизнес-процессы, а как следствие экономить рабочее время и сокращать издержки на перевозки [5].

Приложение, которые бы полностью автоматизировало все аспекты логистики предприятия не существует, поэтому в системе «1С» они разделены на три основные группы: логистические приложения для автоматизации работы складов, конфигурации для управления перевозками и расширения для общего управления логистикой.

Каждое из рассматриваемых логистических приложений отвечает за автоматизацию определенных логистических процессов и содержит заданный разработчиком функционал. Полный список логистических приложений на платформе «1С: Предприятие» с их описанием представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Список логистических приложений и их краткий обзор

Логистическое приложение на базе «1С: Предприятие»	Краткий обзор приложения
Конфигурации общего управления логистикой	
1С: ERP Управление предприятием	Приложение по эффективному управлению всей деятельностью предприятия: управление финансами, персоналом, затратами, производством, расчет заработной платы, также включает в себя некоторые логистические функции по управлению материальными потоками.
Логистические конфигурации по организации и управлению складским хозяйством	
1С: Управление складом 3.0	Информационная система, позволяющая более эффективно осуществлять деятельность по управлению технологическими процессами крупных складских комплексов, с большим количеством материальных потоков путем автоматизации процессов учета, хранения и перемещения запасов.
1С: Инвентаризация и управление имуществом	1С: Инвентаризация и управление имуществом является самостоятельным решением по оптимальному контролю и управлению складским имуществом, вместе с его учетом и перевозками.
Конфигурация управления цепочками поставок	
1С: TMS Управление перевозками	Программный продукт, разработанный как средство автоматизации процессов для предприятий, занимающихся транспортной логистикой, функционал лучше всего реализуется в случае построения маршрутов перевозок несколькими видами транспорта, а также для региональных и городских доставок.
1С: Транспортная логистика, экспедирование и управление автотранспортом	Решение, автоматизирующие процессы управления цепочками поставок, а именно: управление транспортными перевозками как собственным, так и привлеченным транспортом, управление и организация личного автопарка предприятия.

Для того, чтобы руководителю было проще понять стоит ли внедрять определенную логистическую систему на базе «1С Предприятие» или не стоит, рассмотрим преимущества и особенности каждого выбранного логистического приложения.

Таблица 2- Преимущества и особенности списка приложений

Наименование приложения и стоимость	Преимущества	Особенности
1С: ERP Управление предприятием. Стоимость внедрения: 50 000 рублей на одно рабочее место	Сокращение затраты на все виды деятельности предприятия: управление финансами, персоналом, затратами, производством, расчет заработной платы, Доступ к особым видам карт и маршрутов, по которым ведется постоянное формирование отчетности. Благодаря автоматизации большинства процессов на предприятия появляется возможность рационально распределять рабочую нагрузку таким образом, чтобы она распределялась равномерно.	В отличие от остальных логистических приложений на платформе «Управление предприятием» охватывает все бизнес-процессы, протекающие на предприятии, а также включает набор лишь самых основных логистических функций по управлению складами и цепочками поставок.

<p>1С-Управление складом 3.0. Стоимость 29 500 рублей на одно рабочее место.</p>	<p>От автоматизации процессов складского учета, площади, отведенные под хранение запасов и товара, используются более эффективно, тем самым затраты на хранение и передвижение сокращаются, минимизируются затраты, связанные с не ликвидностью хранимого товара. Число ошибочных складских операций также сокращается.</p>	<p>Уникальной особенностью данного приложения является полная концентрация на автоматизации складского хозяйства. Не существует логистического приложения на базе «1С:Предприятия», в котором было бы реализовано больше функций для работы со складскими комплексами. Широкий функционал предусматривает гибкую систему работы при различных условиях. Например, экономная «бумажная технология» и более затратная, но в то же время и более эффективная технология использования «терминалов».</p> <p>Отличительной чертой системы, так же является технологичность и возможность адаптации под любой вид складского комплекса.</p>
<p>1С-Инвентаризация и управление имуществом. Стоимость 12 000 рублей на одно рабочее место.</p>	<p>Внедрение данного приложения позволяет получить следующие преимущества: автоматизировать ведение реестра имущества и инвентаря. Дает возможность проведения диагностических осмотров; быстрое реагирование на потребности и закупки; Проведение инвентаризаций, что приводит к снижению издержек на хранение, учет и передвижение имущества.</p>	<p>Является логистической системой автоматизации не только складской деятельности, но и управления имуществом предприятия. Обладает двумя режимами работы «Учетная компонента» реализующая функции учета имущества и «Мобильная компонента», позволяющая выполнять операции с имуществом в реальном времени. Может быть интегрировано с 1С: Бухгалтерия предприятия.</p>
<p>1С-TMS Логистика. Управление перевозками Стоимость 42 000 рублей на одно рабочее место</p>	<p>Автоматическое планирование доставки по городу. Формирование звеньев, образующих транспортную цепочку с использованием мультимодальных видов перемещения груза и товаров. Контроль за выполнением рейсов. Получения аналитической отчетности, что позволяет значительно увеличить эффективность перевозок.</p>	<p>Отличается от других приложений логистики цепочек поставок планированием мультимодальной доставки. Приложение специализируется на мультимодальные поставки. Обладает списком подсистем по оформлению заявок, управлению рейсами, спутниковому мониторингу и тарификацией. Особенностью также является возможность планирования перевозок на длительные расстояния (между городами и регионами)</p>

<p>1С-Транспортная логистика, экспедирование и управление автотранспортом Стоимость 21 600 рублей на одно рабочее место</p>	<p>Преимуществами внедрения являются: автоматизация фильтрации и группировки заказов, зон доставок груза; отображение на карте текущее местоположение автомобилей, заказов, построенных маршрутов; автоматическое распределение заказов по автомобилям; оперативные коммуникации с водителями и клиентами. Это позволяет повысить эффективность деятельности городских транспортных компаний и их подразделений.</p>	<p>Отличается от других приложений автоматизацией деятельности собственного автопарка, управление заказами на перевозки как собственным, так и привлеченным транспортом. Включает автоматизацию экспедиторский Возможность планирования перевозок ограничивается пределами города.</p>
---	--	--

Анализ результатов сравнения, основанных на преимуществах, приведенных в таблице 2, можно сделать вывод, что внедрение информационно-логистических систем на базе «1С: Предприятие» вносит значительный вклад в деятельность любого предприятия. Одним из сложных моментов на пути к получению преимуществ при реализации логистических систем является определение той оптимальной системы, которая сможет дать максимальный экономический эффект от внедрения на предприятии.

Исходя из особенностей и уникальности функционала рассмотренных ранее логистических приложений было выполнено исследование по определению наилучших условий для предприятий при выборе той или иной логистической системы.

«1С: ERP. Управление предприятием» является самой дорогой системой, так как предназначено для автоматизации организационной деятельности всего предприятия, а не только его логистических аспектов. Приложение максимально эффективно для крупного и среднего многопрофильного бизнеса, нуждающегося в автоматизации абсолютной всей деятельности предприятия.

«1С: Управление складом 3.0». Целесообразно использовать на крупных предприятиях и комплексах с большим количеством складов, требующих передовые технологии по автоматизации складского управления, а также для предприятий с гибкими графиками работы, чтобы использовать преимущества от обоих режимов работы программного обеспечения. Режим «бумажной технологии» в случае низкого коэффициента использования складов и режим «радиотерминалов с штрихкодированием» при большой загруженности.

Внедрение программы «1С: Инвентаризация и управление имуществом» максимально эффективно для мелких и средних бизнесов, с 1-2 складами в работе. В таком случае предприятие концентрируется на учете и управлении собственным инвентарем и имуществом.

«1С: TMS Логистика». Наиболее затратное при внедрении транспортно-логистическое решение для крупных предприятий, осуществляющих перевозки мультимодальным способом на большие расстояния (города и регионы).

«1С-Транспортная логистика, экспедирование и управление автотранспортом» более экономное решение для транспортной логистики. Приложение рекомендуется использовать для предприятий, осуществляющих транспортно-логистическую деятельность на недалекие расстояния, с помощью собственного автопарка или привлеченным транспортом в пределах города (службы такси, городские распределительные центры).

В результате проведения анализа приложений для логистических информационных систем на платформе «1С: Предприятие» были выявлены основные направления по встраиванию модулей логистики на предприятиях, определены их особенности, основные преимущества и недостатки. На основе этих показателей были разработаны рекомендации по внедрению приложений для различных предприятия.

Библиографический список

1. Автоматизация транспортной логистики TMS WMS [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://stfalcon.com/transport-logistics-automation-what-is-tms>, свободный (дата обращения 25.04.2020) – Загл. с экрана.
2. Вайда, О.В. Улучшение эффективности деятельности фирмы при внедрении системы «1С: Предприятие» / О.В. Вайда, Т.А. Савкина, О.В. Пашковская // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uluchshenie-effektivnosti-deyatelnosti-firmy-pri-vnedrenii-sistemy-1s-predpriyatie> (дата обращения: 20.04.2020).
3. Новикова, Т.И. Особенности и преимущества платформы «1С: Предприятия» / Т.И. Новикова, Ю.А. Толстикова, О.В. Пашковская // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-preimuschestva-platformy-1s-predpriyatie> (дата обращения: 21.04.2020).
4. Обзор системы «1С» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://v8.1c.ru/tekhnologii/overview/>, свободный (дата обращения 22.04.2020) – Загл. с экрана.
5. Решетило, Т.В. Особенности инновационного развития современной России / Т.В. Решетило // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2019. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsionnogo-razvitiya-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 18.04.2020).

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

СЕКЦИЯ №10.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

ВЫВОЗ КАПИТАЛА ИЗ РОССИИ

Трофимова Г. А., Каленова Л.И.

Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, г. Владимир

***Аннотация:** В статье рассматривается динамика оттока капитала из России. Дан анализ последствий оттока капитала из страны. Предложены основные пути борьбы с оттоком капитала. Отток капитала появляется в тех странах, где есть осязаемые проблемы в законодательной и финансовой сферах, а также государственной системе управления. В России до сих пор сохраняется немалый масштаб оттока капитала из страны. Нелегальный отток активов из нашей страны является одним из факторов, влияющих на стабильность и безопасность российской экономики. Для того, чтобы вывод капитала за границу сократился, следует, прежде всего, создать условия, необходимые для формирования благоприятного инвестиционного климата, который будет стимулировать деятельность как отечественных, так и иностранных инвесторов.*

***Ключевые слова:** отток капитала, платежный баланс, легальный и нелегальный вывоз капитала.*

Проблема вывоза капитала из России существовала достаточно давно. Следовательно, необходимо выявить причину, по которой люди, имеющие значительные денежные ресурсы, вывозят их в другие страны.

Россия инвестирует излишки своих средств, в результате осуществляемых экономических операций, за рубежом. Это происходит в результате продажи Россией большого количества товаров и услуг, чем купленных у других стран, вследствие чего у страны появляются внешние сбережения. Можно сказать, что отток капитала — это показатель того, что наша продукция пользуется спросом в зарубежных странах и денег от этих продаж хватает на покупку импорта, а также остается для инвестиций за границей. С другой же стороны, если зарубежные инвестиции начинают сокращаться, то это может стать одной из причин оттока капитала. Это возникает в связи с тем, что условия инвестирования в стране недостаточно

привлекательны. Зарубежные инвестиции в российские компании и банки могут увеличивать внешний долг. Например, если компания привлекает деньги иностранных инвесторов с помощью облигаций, получается, что она берет их в долг. Вместе все долги компаний складываются во внешний долг страны.

Отток капитала за границу сдерживает экономическое развитие страны, приводит к нехватке инвестиционных ресурсов, а также, как следствие, к ослаблению финансовой безопасности.

В то время, как государство повышает пенсионный фонд и налоги для своих граждан, Центральный банк и Федеральное Правительство выводят из страны сотни миллиардов долларов[7]. Большая часть валюты, расходуемая по бюджетному правилу, складывается в резервы, после чего вывозится за границу. За пределами Российской Федерации находится примерно 80% купленной валюты, и лишь 18% вложены в физическое золото. Министерство Финансов и Центральный банк не инвестируют доходы от нефти в РФ, а перекладывают их в иностранную валюту. Все вложения в иностранную валюту превысят расходы на все национальные проекты, которые оцениваются в 2 трлн. руб. Так, более 193 млрд. долларов вложены в государственное обязательство иностранных банков. Более 140 млрд. долларов размещены на счетах в иностранных коммерческих и центральных банках. Таким образом, Центральный банк и государство проводят поддержку иностранных государств и частных корпораций. Вместо того, чтобы вкладывать эти огромные суммы в свою страну, они выводят их за её пределы.

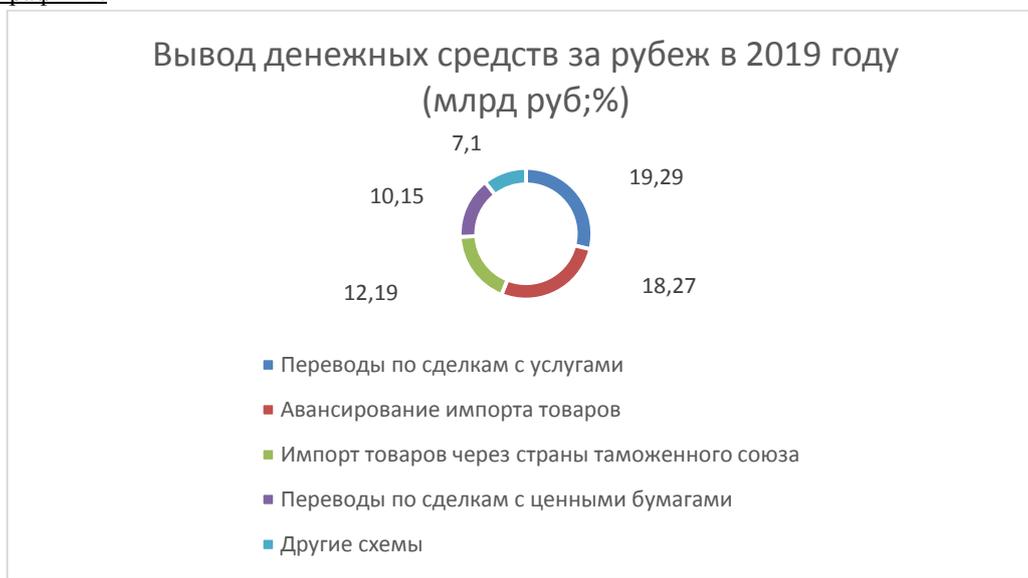
Помимо государства выводом денег занимаются предприниматели. Так, практически каждый представитель федеральной и региональной элиты или владелец крупной корпорации имеет некоторые активы за границей.

Зачем же многие руководители организаций переводят деньги на иностранные счета?

Российские компании могут вкладывать свои средства для развития и расширения за границей своего бизнеса или какого-либо производства. Отечественные компании часто держат свои средства в иностранных банках для того, чтобы не переводить постоянно деньги из одного банка в другой. Также, люди могут покупать за рубежом недвижимость или оплачивать такие услуги как лечение, образование и др.

В конце марта 2020 года Центробанк РФ опубликовал самые распространенные способы вывоза капитала из России за границу в 2019-м году[8]. Судя по данным, самыми часто используемыми схемами были импорт товаров через страны таможенного союза (12,19), переводы по сделкам с услугами (19,29 %), авансирование импорта товаров (18,27 %), переводы по сделкам с ценными бумагами (10,15 %). Другими, менее популярными схемами, за 2019 год вывезли 7,1 %. (График 1)

График 1.



Несмотря на выше перечисленные причины оттока капитала, значительная часть вывода денег за границу в России осуществляется также в результате:

- роста депозитов населения;
- покупки наличной иностранной валюты;
- погашение российским частным сектором внешних задолженностей [1].

Так как Россия является экспортером, у неё всегда будет профицит платёжного баланса. Отток капитала огромная проблема для нашей страны. Если мы рассмотрим, как изменялись объемы вывода денег за границу, то увидим, что график отличается сильной динамикой. Если в 2015 году отток капитала составлял 56,9 млрд., то в 2016 году он снизился до 19,2 млрд. [8]. И за небольшой срок в два года чистый отток капитала Российской Федерации совершил резкий скачок, и к 2018 году повысился до 76 млрд. В 2019 году вывод капитала немного снизился, но это лишь на 10 млрд. (График 2).

График 2.



Не маловажной проблемой для России является ещё и то, что вывод капитала в огромных количествах отражается на внешнем долге страны.

Так, его объем в 2019 году составил 473,7 млрд. долларов США. [8]. В начале года долг вырос на 19,0 млрд. долларов США в связи с увеличением задолженностей перед нерезидентами в форме суверенных ценных бумаг. Если рассматривать внешний долг в его динамике, то увидим, что в 2015 году он составил 599,901 млрд. долларов, а через год снизился до 518,489 млрд. В течение трех лет внешний долг нашей страны не сильно изменялся: 2016 г.- 518,489 млрд., 2017 г.- 511,752 млрд., 2018 г.- 518,213 млрд. долларов США. (График 3)

График 3.



Можно выделить несколько причин оттока капитала за границу:

- 1) Система налогообложения, имеющая конфискационный характер. Предпринимателям выгоднее вывести капитал из страны, чтобы уклониться от налогов.
- 2) Низкая надёжность банковской системы. Неуверенность в защищённости личных интересов побуждает людей хранить деньги в иностранных банках.
- 3) Нестабильность в макроэкономике. Сюда относятся такие проблемы, как неуверенность в будущем, отсутствие прогнозов в отношении санкций, прибыли и др.

- 4) Возможность приватизации, в результате чего у руководителей многих компаний появилась возможность переводить деньги за границу.
- 5) Очень высокий риск обесценивания активов.
- 6) Отсутствие строгого регулирования законного вывода денег из России.
- 7) Доступность оффшорных зон, в которых регулирование банковских операций с валютой минимален [6].

Вывозом капитала из России занимаются как физические, так и юридические лица. Первые могут осуществить это несколькими способами:

- 1) перевод денег за обучение или лечение (в том случае, если они могут доказать подлинность и законность данных действий);
- 2) страхование жизни за границей [3].

Юридические лица, как и физические, тоже могут вывозить капитал из страны. Они могут открывать счета в зарубежных банках. Нередко пользуются методом внесения собственником доли, которая увеличивает чистые активы или уставной капитал. Для этих целей часто пользуются консультациями опытных юристов.

Но помимо легальных методов вывода денег из страны многие предприниматели или бизнесмены пользуются нелегальными способами. Деньги, которые были переведены в иностранные банки, могли бы пойти на социальное страхование, пособия, внутреннее инвестирование, на совершенствование системы сбора налогов. Вследствие оттока капитала, в стране возникает ухудшение макроэкономических показателей. К примеру, снижается темп роста, а также объемы ВВП, снижается инвестирование различных отраслей экономики в стране, уменьшаются сбережения населения, вследствие уменьшения доходов и т.д.

Являясь частью теневой экономики, нелегальный вывод капитала из страны противоречит национальным интересам государства. Даже если удастся вернуть «беглый» капитал обратно в страну, он уже вернется как иностранный, и, в результате этого, будет пользоваться всеми привилегиями, присущими иностранному капиталу, в число которых входит возможность репатриации средств обратно, неприкосновенность и др.

Функции по проверке деятельности организаций ложатся на коммерческие банки. Они, в свою очередь, осуществляют контроль осуществленными денежными операциями. Для этого банки имеют право спрашивать у клиентов документы, которые смогут подтвердить происхождение средств, а также установить легальность их использования. В настоящее время сложно контролировать нелегальный вывоз капитала из России, поскольку он включает в себя:

1. Занижение экспортных цен и завышение импортных;
2. Не соблюдение правил репатриации при осуществлении экспорта продукции [4].

Наиболее часто используемыми методами нелегального вывоза денег являются:

- 1) завышение платежей по импортным поставкам;
- 2) фиктивные авансовые платежи;
- 3) схема регистрации новых предприятий;

Эта схема чаще всего применяется иностранными инвесторами, которые открывают новые предприятия с участием доли иностранного капитала в стране резидента. Главная компания создает в России дочернюю компанию, бюджет которой состоит на большую часть из иностранного капитала. При получении прибыли (дивидендов) возникают оффшорные налоги согласно договорам об избежании двойного налогообложения.

4) вывод российскими банками денег через счета зарубежных банков с нарушением действующего законодательства;

- 5) схемы предоставления кредитов и займов нерезидентам;

Российская организация заключает договор займа под рыночные проценты с иностранной компанией, которое заключило соглашение об избежании двойного налогообложения с РФ.

- 6) продажа векселей нерезидентам с большим дисконтом;
- 7) перечисления средств в счет погашения несуществующих долгов;
- 8) перевод денег за фиктивные услуги [5].

Уменьшить степень влияния оттока капитала на экономику России можно, осуществляя мониторинг факторов, создающих благоприятные условия для нелегального вывоза капитала.

К таким факторам относятся:

1. Отсутствие валютных ограничений.

Нерезиденты могут без всяких ограничений перечислять иностранную валюту и валюту Российской Федерации с счетов в банках за пределами территорий РФ на свои банковские счета в уполномоченных банках, так же как и резиденты имеют право открывать в банковские счета в иностранной валюте.

2. Коррупция.

Именно она приводит к возникновению криминальной экономики, в рамках которой и происходит формирование организованной преступности, в том числе и нелегальный вывоз капитала из России.

3. Неэффективность налоговой системы.

Уголовная ответственность за совершение налоговых преступлений с каждым годом становится всё мягче, что приводит к увеличению преступлений и чувству безнаказанности преступников [5].

Нелегальный вывоз капитала сильно ударяет по экономике страны. В связи с этим необходимо осуществлять необходимые меры для предотвращения совершения преступных действий в отношении оттока денежных средств:

1) В первую очередь необходимо наладить строгий контроль над совершением всех валютных операций;

2) Сформировать привлекательный инвестиционный климат в стране (оптимизация банковской системы, борьба с коррупцией, повышение доходов населения за счет снижения дифференциации доходов до оптимальной степени, т.д.);

3) Сформировать систему взаимодействия российских банков с банками-нерезидентами, находящимися в офшорных зонах;

4) Контролировать потоки капитала за рубежом;

5) Снизить процентные ставки до такого уровня, который будет удобен всем банкам;

6) Пересмотреть налогово-бюджетную и денежно-кредитную политику страны (усилить налогово-бюджетное регулирование, разработать структурные правила сбалансированного бюджета, ввести автоматическую систему бюджетных трансфертов и т.д.);

7) Ввести некоторые ограничения на экспорт капитала;

8) Усилить чистоту российских предприятий для зарубежных инвесторов [2, 5].

Таким образом, проблема оттока капитала в нашей стране имеет множество причин. Нелегальный отток капитала из России является процессом, который имеет негативный экономический эффект, влияющий на стабильность функционирования и безопасность российской экономики. Отток капитала в России всё ещё остаётся очень большим, а вернуть эти деньги практически невозможно. Для возвращения капиталов в Россию необходимо, создать необходимые правовые условия, сформировать привлекательный инвестиционный климат, который будет стимулировать деятельность как иностранных, так и отечественных инвесторов.

Список литературы

1) Андрианов, В.Д. Причины, масштабы и экономические последствия оттока капитала из России / В.Д. Андрианов // Экономика и бизнес. – 2016. – С.100-109.

2) Винникова, И.С. Бегство капитала из России: проблемы и пути решения / И.С. Винникова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. -№5. С. 100-104.

3) Как легко вывести деньги за границу. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://prifinance.com/articles/kak-legalno-vyvesti-dengi-za-granitsu/> (дата обращения: 12.04.2020).

4) Кривошапова, С.В. Проблема нелегального оттока капитала за рубеж и легализация доходов, полученных преступным путем / С.В. Кривошапова // Экономические науки. – 2018. - № 2. – С. 13-16.

5) Кубенко, И.В. Нелегальный вывоз капитала из России / И.В. Кубенко // Вестник Московского университета МВД России. – 2014. - №1. - С. 197-200.

6) Погребная, Н.В. Вывоз капитала из России: динамика проблемы и последствия / Н.В. Погребная // Научный журнал КубГАУ. – 2016.

7) Пронько, Ю. ЦБ вывел почти всю валюту из резервов за границу / Ю. Пронько // Царьград ТВ. – 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tsargrad-tv.turbopages.org/s/tsargrad.tv/shows/jurij-pronko-cb-vyvel-pochti-vsju-valjutu-iz-rezervov-rossii-za-granicu-na-kogo-oni-rabotajut_219738 (дата обращения: 21.04.2020)

СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ

СОСТАВЛЯЮЩИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ APPLE: ПРИМЕНЕНИЕ ОДНОЙ ИЗ НИХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Сулюкманова А.И., Тутаева Л.А.

ФБГОУ ВО «Оренбургский государственный аграрный университет», г. Оренбург

В современном мире торговли одной из основных и первичных задач организации (предприятия) является производство качественных товаров (работ, услуг), по сравнению, с конкурентами, и завоевание внимания со стороны покупателей. Для решения задач и достижения поставленных целей, в организации создается отдел маркетинга, основной задачей которого является разработка маркетинговой стратегии фирмы.

Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Маркетинговая стратегия – это рациональное, логическое построение, руководствуясь которым организационная единица рассчитывает решить свои маркетинговые задачи. Она включает в себя конкретные стратегии по целевым рынкам, комплексу маркетинга и уровню затрат на маркетинг.

Маркетинговая стратегия – это элемент маркетингового плана компании, определяющий долгосрочное направление ее развития для достижения максимального уровня доходности с использованием имеющихся ограниченных ресурсов [2].

При разработке маркетинговой стратегии, в первую очередь, проводится анализ внешней и внутренней среды предприятия, а также решаются задачи, которые стоят перед организацией (предприятием):

- планирование маркетинговых мероприятий, т.е. разработка продукта, создание альянсов, диверсификация производства;
- изучение маркетинговой политики организации;
- обеспечение адаптации предприятия к внешней среде.

Эффективно разработанная маркетинговая стратегия фирмы позволяет [1]:

- усилить позиции на рынке;
- привлечь лояльных покупателей;
- увеличить долю рынка;
- расширить географию продаж;
- вывести на рынок новые успешные продукты и услуги.

Чтобы наиболее полно представить себе, как работает эффективная маркетинговая стратегия, и какие составляющие этой стратегий мы можем заимствовать для развития бизнеса, я приведу пример одной из самых популярных и крупнейших компаний – «Apple» - это американская корпорация, производитель персональных и планшетных компьютеров, аудиоплееров, телефонов, программного обеспечения.

Важнейшими маркетинговыми целями Apple было распространение влияния своего бренда и повышение его значимости на рынке мобильных телефонов. Apple вложила значительные средства в бренд iPod и планировала воспользоваться силой этого бренда в маркетинге iPhone. Основная задача брендинга iPhone – вывести на новый рынок образ Apple как символ новаторства, качества и ценности. Основа маркетинговой стратегии iPhone – обозначить отличие iPhone от других карманных персональных компьютеров (КПК) и смартфонов на рынке. Apple позиционировала iPhone как многоцелевое, удобное устройство с дополнительными функциональными возможностями для личного и профессионального использования.

Среди потребителей были выбраны следующие целевые сегменты:

- главный целевой сегмент – люди со средним и высоким уровнем доходов, которым необходимо одно устройство для координации их напряженного графика, общения с коллегами, друзьями и семьей;
- второй по значимости сегмент – учащиеся средних школ, студенты и аспиранты, которые нуждаются в одном портативном многофункциональном устройстве. Для этого сегмента iPhone станет заменой iPod и мобильного телефона.

Поставки iPhone в Россию увеличились на 112% в количественном выражении, до 635 тыс. штук, и на 68% в деньгах. Такой рост связан с востребованностью бренда на российском рынке, что определяется сочетанием технических характеристик, дизайна и «уникальной экосистемы», а также сбалансированной ценовой политикой.

В 2016 году Apple занимает по объёмам продаж в России 1-е место. Миссия корпорации Apple сформирована следующим образом «Apple стремится предложить лучшие компьютерные технологии студентам, учителям, людям творческих профессий и потребителям всего мира посредством своих инновационных аппаратных решений, программного обеспечения и сетевых приложений». За 1 квартал 2020 года доход компании составил 91,8 млрд. долл., что на 9% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [3].

Данная компания имеет высокие значения по объемам продаж, за счет эффективно-разработанной маркетинговой стратегии, которая включает в себя 3 составляющих, таких как [1]:

1. Качество - важнейшая часть маркетинговой стратегии. Apple пришлось пойти на сложности, чтобы последовательно обойти конкурентов. Например, магазины AppleStore - довольно дорогие и очень долго разрабатывавшиеся. Но полезный эффект перекрыл все издержки. Впервые потребители получили возможность не только посмотреть на товар, но и пощупать его, испытать его в действии. Учитывая, насколько дружелюбными к пользователю были созданы эти продукты, покупатели сразу же получали позитивный опыт эксплуатации, хотя они еще не приобрели продукт.

Все это было бы невозможным без тщательного внимания Apple к качеству своих продуктов.

2. Последовательное продвижение бренда.

Вне зависимости от того, где именно вы покупаете продукцию Apple, она всегда имеет неизменно высокий уровень качества. Это прекрасная стратегия продвижения бренда и завоевания лояльности у клиентов.

3. Apple стремится удовлетворить существующих клиентов.

Основой для создания лояльности является удовлетворенность потребителей. Это обязательное условие для того, чтобы клиенты постоянно пользовались продуктами и услугами той или иной компании. Каждый подкованный маркетолог знает, что постоянные клиенты - основная мощь бренда и фундамент успешного бизнеса. Поэтому, прежде чем искать новых клиентов, необходимо убедиться в том, что уже существующие потребители удовлетворены. Apple подходит к созданию всех своих продуктов с особым вниманием, так как удобство эксплуатации устройств требует удобства работы с программами, и Apple, в отличие от всех других конкурентов, делает не только устройства, но и сопутствующие программы, которые как бы завершают круг удобства эксплуатации, что, несомненно, влияет на потребительское желание приобретения и пользования товаром. Цикл завершен, потребитель завоеван всеми возможными способами.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что приведенные выше составляющие маркетинговой стратегии компании можно использовать в целях привлечения покупателей (для этого необходимо провести работу с покупателями - социологические опросы в рамках маркетингового исследования, выработка рекомендаций и контроль за их исполнением), увеличения объемов продаж, разработки продуктов высокого качества, по сравнению с конкурентами, формирования и стимулирования спроса.

Список литературы

1. Куджева А.А. Проблемы формирования маркетинговой стратегии предприятия / В сборнике: Достижения и перспективы развития молодежной науки. Материалы международной научно-практической конференции. 2019. С. 61–64.
2. Кузнецова А.П. Современные маркетинговые стратегии компании (на примере компаний «Ашан» и Apple) / В сборнике: Развитие международного торгового потенциала России: проблемы и перспективы. 2016. С. 85–89.

3. Самусенко А.В., Заракуа А.М. Шуклина З.М. Оценка маркетинговой деятельности Apple на мировом и российском рынке // В сборнике: Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика. Материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 402–406.

СЕКЦИЯ №12. PR И РЕКЛАМА

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Берневега С.И., Павлова А.Е.

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Научная литература и публикации в специализированных интернет-изданиях помогают рассматривать имидж в разных сферах человеческой деятельности. Сегодня основная потребность формирования имиджа есть на предприятиях малого и среднего бизнеса, в сфере блоггинга, шоу-бизнеса и политики. Если рассматривать литературу, раскрывающую вопросы формирования имиджа образовательного учреждения в России, то ее либо нет, либо она написана в промежутке с 2002 по 2012 год. Большинство научных работ опираются на специфику определенного вуза и базовую научную литературу. Отсюда же вытекает одна из основных сложностей данного исследования – научная литература, помогающая PR-специалистам формировать имидж образовательного учреждения, давно уже не актуальна и требует нововведений.

Исследований на тему имиджеобразования не много. Связано это с тем, что учебные заведения проводят исследования внутри своей организации, а следовательно, результаты остаются конфиденциальными.

Цель нашей работы – выявить особенности деятельности Департамента по молодежной политике СГУ им. Питирима Сорокина как инструмента для формирования позитивного имиджа образовательного учреждения.

Построение имиджа вуза трудоемкий и длительный процесс, который требует глубокого погружения в специфику работы организации и точечную разработку каждого этапа его формирования. Работая в образовательном учреждении, PR-специалист должен не только владеть базовыми знаниями об имиджеологии, но и уметь подстраивать их под особенности жизнедеятельности вуза и конкретные ситуации.

На сегодняшний день существует более тысячи определений понятия «имидж». Это связано с тем, что имидж в каждой сфере обладает своей спецификой. В нашей работе нами использовано определение имиджа, предложенное Н. С. Сусовой: «Имидж вуза – есть целостное восприятие оценки различными группами общественности, формирующееся на основе хранящейся информации о различных сторонах деятельности вуза: обучающей, научной, воспитательной, общественной» [4; 56-64].

Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина в 2017 году вошел в состав опорных вузов России, что значительно повлияло на дальнейшую работу всего учебного заведения: появилась усовершенствованная программа развития университета на 2017-2021 год обучения.[6] Кроме этого, став опорным вузом, СГУ им. Питирима Сорокина стал тщательно следить за формированием имиджа университета: были разработаны определенные стратегии, благодаря которым университет не только поддерживает благоприятный имидж, но и совершенствует его.

Сегодня для создания имиджа университета трудится множество подразделений, одним из которых является «Департамент по молодежной политике». Несмотря на то, что целью Департамента является реализация государственной молодежной политики в университете и создание условий для успешной социализации и эффективной самореализации молодежи, деятельность Департамента оказывает большое влияние на формирование имиджа всего университета.[5] Это связано с тем, что деятельность Департамента влияет на развитие социокультурной сферы университета, города и Республики Коми в целом. Департамент представляет собой коммуникационную площадку для осуществления конструктивного взаимодействия с партнерами, являясь инициатором проведения различных мероприятий, а также выступает площадкой для

реализации молодежных проектов, разработанных студентами университета. Департамент выступает и гарантом социальной защиты студентов и способствует укреплению физического и нравственного здоровья молодежи, организует работу по пропаганде здорового образа жизни.

Для нашего исследования была выделена целевая аудитория Департамента по молодежной политике, взаимодействие с которой и оказывает основное влияние на формирование имиджа университета.

Внутренняя аудитория подразделения небольшая: в нее входит руководитель и шесть основных сотрудников, которые реализовывают задачи и функции Департамента. А вот внешняя общественность достаточно обширна. С целью ее выявления мы ознакомились с локально-нормативными документами Департамента, а также еще раз рассмотрели анализ целевых аудиторий вуза Гусевой А.В. [1] и на их основе составили список групп целевой общественности, с которой в первую очередь взаимодействует Департамент. Также мы знаем, что при контакте с аудиторией важно учитывать ее интересы и потребности, поэтому для удобства мы решили разделить аудиторию по интересам и потребностям на шесть групп.

В первую группу вошли школьники и абитуриенты; студенты и выпускники университета и колледжа при СГУ им. Питирима Сорокина; профессорско-преподавательский состав. При анализе мы выяснили, что данная группа является ключевой аудиторией для Департамента по молодежной политике. В первую очередь это связано со спецификой подразделения. Ведь главными задачами Департамента являются вовлечение молодежи в социальную практику и управление общественной жизнью университета, а также развитие студенческого самоуправления. Так, школьники и абитуриенты знакомятся со студенческой жизнью, принимая активное участие в жизни университета в роли волонтеров на массовых мероприятиях или же присоединившись в состав российских студенческих отрядов. Студенты и выпускники занимаются реализацией студенческого самоуправления, разрабатывают различные социальные проекты, организуют мероприятия, посещают региональные, всероссийские и международные форумные площадки, участвуют в конкурсах. Преподаватели университета создают свои объединения и проводят различные неформальные образовательные лекции для студенческой молодежи.

Во вторую группу мы отнесли институты государственной власти; администрацию и структурные подразделения СГУ им. Питирима Сорокина; коммерческие и общественные объединения. Во-первых, Департамент является структурным подразделением государственного образовательного учреждения, поэтому он не может существовать сам по себе. Во-вторых, деятельность подразделения направлена на реализацию государственной молодежной политики в университете, что оказывает значительное влияние на развитие социокультурной сферы в регионе. В-третьих, в задачи Департамента входит взаимодействие с органами власти, коммерческими и общественными объединениями, направленное на привлечение инвестиций в организацию культурно-массовых мероприятий.

В третью группу мы отнесли российские и зарубежные вузы и ссузы. В первую очередь это связано с тем, что Департамент активно взаимодействует с коллегами из разных вузов России, а также поддерживает благоприятные отношения: обмениваются опытом в сфере студенческого самоуправления, наставничества, молодежной политики и других направлений. Во-вторых, СГУ им. Питирима Сорокина ведет активное международное сотрудничество с зарубежными вузами. На сегодняшний день насчитывается 170 иностранных студентов из 18 государств, обучающихся в университете. Для того чтобы студенты адаптировались и их пребывание в чужой стране было менее стрессовым, Центр патриотического и гражданского воспитания Департамента проводит множество мероприятий и встреч, благодаря которым иностранцы не только узнают о традициях и культуре нашего народа, но и налаживают дружеские контакты.

К четвертой группе мы отнесли грантодержателей, партнеров и спонсоров. Принимая участие в грантовых конкурсах и побеждая в них, университет получает финансовую поддержку, благодаря которой реализуются крупные студенческие проекты. Например, в 2018 году университет выиграл грант на организацию образовательного проекта «Студенческие наставники и тьюторы», который также был поддержан и успешно реализован в 2019 году. Благодаря поддержке спонсоров и партнеров, вуз также получает значительную помощь в организации проектов и мероприятий. Например, Лига КВН СГУ им. Питирима Сорокина полностью реализуется при поддержке партнеров, которые предоставляют печатную и сувенирную продукцию, а также подарки и призы для команд победителей и участников.

К пятой группе мы отнесли конкурентов. Несмотря на то, что Департамент сотрудничает с большинством вузов России, они все же являются конкурентами. Например, на грантовых конкурсах, где только несколько учреждений может получить финансовую поддержку на реализацию проектов.

К шестой группе мы отнесли средства массовой информации и интернет-аудиторию. Мы не зря поместили их в одну группу. Ведь именно благодаря им в большей степени происходит формирование

общественного мнения. Стоит отметить, что мнение может формироваться как в положительном, так и в негативном ключе. Поэтому взаимодействовать с данными аудиториями Департаменту нужно через отдел по связям с общественностью или совместно с ним, чтобы предостеречь организацию от конфликтных ситуаций.

На основе анализа нормативных документов мы определили внутреннюю и внешнюю общественность Департамента по молодежной политике. Оказалось, что внутренняя общественность подразделения небольшая и в нее входят руководитель и шесть сотрудников. Внешняя общественность оказалось достаточно обширной, поэтому мы решили разделить ее на шесть групп по интересам и потребностям во взаимодействии.

Внутренний имидж представляет собой восприятие и психологическое отношение к организации её сотрудников, преподавателей, студентов и других лиц, причастных к внутренней деятельности университета.[3] Влияние Департамента на процесс формирования внутреннего имиджа в первую очередь связано с тем, что большинство студентов университета активно проявляет желание участвовать в общественной жизни университета. Кроме этого, Департамент активно сотрудничает со всеми структурными подразделениями и профсоюзными организациями, что способствует налаживанию коммуникативных каналов, тем самым влияя на формирование благоприятного социально-психологического климата в университете.

На формирование внутреннего имиджа также оказывает влияние раздаточный материал, который студенты получают на мероприятиях Департамента. Например, на образовательном проекте «Ассамблея студенческих активов»[7] участникам и организаторам выдается раздаточный материал, оформленный в едином фирменном стиле для того, чтобы все участники проекта чувствовали себя на равных. Говоря о последнем, хочется отметить, что главной особенностью «Ассамблеи студенческих активов» является то, что организаторами проекта выступают студенты старших курсов, что показывает доверие в организации мероприятий со стороны сотрудников Департамента. Это значительно повышает имидж университета в глазах студенческой аудитории.

В программе развития СГУ им. Питирима Сорокина на 2017-2021 год большое внимание уделяется развитию корпоративной культуры университета, в которую входит разработка контента на сайт и группы в социальных сетях вуза, проведение фотоконкурсов и корпоративных мероприятий. Реализация данной программы способствует:

- * Повышению имиджа университета в республике, Северо-Западном регионе, позиционируя университет как современное образовательное учреждение, осуществляющее подготовку специалистов с высоким уровнем знаний, компетенций и профессиональных навыков.

- *Развитию корпоративного духа и продвижению позитивного восприятия бренда университета.

- *Созданию единого информационного пространства.

- *Повышению интереса к сотрудничеству и привлечению новых партнеров.

Департамент также способствует формированию общекультурных ценностей. Благодаря деятельности Центра художественного творчества, Департамент дает возможность студентам и преподавателям развивать свой творческий потенциал в театральном, танцевальном, вокальном и цирковом направлениях. В число успешно зарекомендовавших себя проектов входят региональный этап фестиваля «Российская студенческая весна»[7] республиканский выпускной «Облака.Live»[7], межвузовский фестиваль авторской песни и поэзии «Альма-матер».

Посредством реализации творческих проектов происходит формирование общих духовных ценностей между студентами, преподавателями и сотрудниками университета. Кроме этого, мероприятия нацелены на укрепление культурных и информационных связей между студенческими коллективами республики Коми, на расширение практики вовлечения талантливых студентов в мероприятия, в том числе создание республиканской вузовской площадки сообщества молодых журналистов, блоггеров и создателей медиаконтента.

Внешний имидж представляет собой образ организации, который возникает в окружающей ее среде, в сознании тех, с кем она взаимодействует. [2] Департамент также оказывает значительное влияние на формирование внешнего имиджа через организацию социально значимых мероприятий. В Программе развития университета мероприятия Департамента разделены на четыре большие группы [6].

Мероприятия, направленные на развитие молодежного движения Республики Коми с целью создания условий успешной социализации и эффективной самореализации студенческой молодежи, увеличению вклада молодого поколения в экономическое и социальное развитие республики, а также на

развитие эффективных моделей и форм участия студентов в управлении общественной жизнью университета и вовлечения обучающихся в профессиональную деятельность. Примером такого мероприятия может служить «Школа молодого бойца»[7], целью которой является знакомство кандидата с нормативной базой, традициями, историей и структурой Российских студенческих отрядов. В завершении школы проводится итоговое тестирование, по результатам которого в отряды отбираются бойцы.

Мероприятия, направленные на развитие гражданско-правового и патриотического воспитания, а также на формирование здоровья сберегающей среды. К такому виду мероприятия мы отнесли научно-практическую конференцию «Воспитание патриотизма в условиях современного образовательного пространства», в которой принимают участие школьники, студенты и преподаватели образовательных учреждений Республики Коми.

Мероприятия, направленные на вовлечение молодежи в творческую деятельность. К ним мы отнесли Национальный музыкальный студенческий проект «Универвидение», который направлен на повышение профессионального уровня вокалистов, выявление и поддержку талантливой студенческой молодежи, а также на сохранение и приумножение нравственных ценностей, развитие творческих способностей и формирование гражданской позиции. За десять лет существования «Универвидение» выросло из студенческого проекта в национальный конкурс, и сегодня число участников составляет 27 вузов из 8 Федеральных округов.

Мероприятия, направленные на формирование имиджа университета как социально ответственного участника развития республики. К таким мероприятиям мы отнесли образовательный проект «Студенческие наставники и тьюторы», который впервые был реализован в 2018 году при поддержке Ассоциации тренеров Российского союза молодежи. Целью проекта является проведение семинара по навыкам работы в адаптации студентов первого курса, необходимых для успешной реализации системы наставничества образовательных организациях регионов России.

С 2017 года в университете также активно развивается направление – работа с сельской молодежью. Сотрудники Департамента и студенты университета ежегодно помогают в организации и проведении районного молодежного слета сельской молодежи «Вершина», а также принимают активное участие в организации студенческого проекта для актива студенческих советов государственных образовательных учреждений «Перспектива».

На формирование внешнего имиджа также влияет взаимодействие Департамента с ведущими организациями республики. Так, в 2019 году сыктывкарский лесопромышленный комплекс «Mondi» организовал профориентационный проект для школьников города «Выбираем будущее с Mondi! Остаемся в Республике», на котором студенты Сыктывкарского университета выступили в роли спикеров. Они провели образовательные мастер-классы и тренинги для школьников. К примеру, Дмитрий Воробьев, председатель «Объединенного совета обучающихся СГУ им. Питирима Сорокина, провел тренинг для школьников на тему «Как строить эффективные коммуникации». Анна Махотина, боец штаба студенческих отрядов «Сысола», поделилась со школьниками своими знаниями о том, как управлять временем и ставить приоритеты. Алихан Мамедов, студент Института гуманитарных наук, в «Английском клубе» провел несколько мастер-классов для тех, кто хочет изучать иностранный язык. Участие в такого рода мероприятиях формирует образ вуза как социально ответственного участника развития республики, а также помогает привлекать абитуриентов к обучению в университете.

Эффективность реализации университетских и студенческих проектов отмечена не только социальным выхлопом, но и на различных конкурсах. В 2018 году в рамках школы студенческого самоуправления «Лидер 21 века» проходил Всероссийский конкурс на лучшую организацию деятельности органов студенческого самоуправления, где «Институт тьюторства СГУ им. Питирима Сорокина»[7] был признан лучшим в России. В число успешно зарекомендовавших себя проектов и мероприятий университета в России также можно выделить Школу студенческого актива «Форсайт»[7], «Школу командного состава», «Неделю студенческих отрядов». Данные проекты были представлены на всероссийских площадках: «Территория Успеха», «Территория смыслов», «Лидер 21 века».

Деятельность Департамента по молодежной политике напрямую влияет и на формирование социального имиджа университета. Например, в Центре волонтерства и добровольчества работает шесть объединений: «От сердца к сердцу», «Свет добра», «Оберег», «Волонтеры-медики», «Волонтеры Победы» и «Альтруист». Их основная деятельность направлена на уход за людьми с ограничениями по здоровью, пожилыми и больными людьми, а также на работу в сфере образования, спорта и культуры. Кроме этого, активно ведется деятельность краеведения и поисковых движений.

В программе развития вуза отмечена важность деятельности университета как социально ответственного участника развития республики [6]. В связи с этим в СГУ им. Питирима Сорокина активно развиваются коммуникационные площадки добровольческих объединений, на которых осуществляется система подготовки лидеров, обладающих компетенциями в области проектной добровольческой и волонтерской деятельности. Также осуществляется вовлечение студентов и сотрудников в многообразную социальную практику и деятельность институтов гражданского общества, приобретению опыта конструктивного и социально значимого гражданского участия в жизни общества. В связи с этим в Центре волонтерства СГУ им. Питирима Сорокина проводится множество проектов и мероприятий. Например, «Волонтерский десант», «Ярмарка волонтерских вакансий», «Осенняя школа добровольчества» и «Всемирный день добровольца».

В 2019 году в Федеральном агентстве по делам молодежи проводился Всероссийский конкурс молодежных проектов, где отбирали лучшие проекты вузов со всей России. Одним из победителей стал проект «Клуб молодых семей» [7], который был реализован осенью этого же года на базе СГУ им. Питирима Сорокина. Проект представляет собой серию мероприятий: «Школа молодых родителей» и «Фестиваль молодых семей», включающие площадки семейного творчества, спортивные конкурсы, семинары и консультации по юридическим, психологическим и экономическим вопросам жизни молодой семьи. Его главной социальной целью является укрепление института семьи и популяризации семейного образа жизни среди студенческой молодежи.

Ежегодно Центр волонтерства и добровольчества СГУ им. Питирима Сорокина принимает участие в общественно значимых акциях, организывает выездные мероприятия в домах престарелых, детских больницах и домах для детей сирот. Например, межрегиональная акция «Всемирный день борьбы против рака», ежегодная всероссийская акция «Будь здоров», акция «Весенняя неделя добра», республиканская выставка «Социальные решения – делами молодых».

Таким образом, деятельность Департамента направлена на приток в экономику и социальную сферу Республики Коми молодых людей с навыками профессиональной трудовой и управленческой деятельности. Благодаря проектам, университет сегодня представляет себя как активно развивающуюся площадку в сфере молодежной политики в России, что оказывает положительное влияние на формирование имиджа Сыктывкарского университета.

Анализ проведенных мероприятий в Департаменте по молодежной политике СГУ им. Питирима Сорокина свидетельствует о том, что имидж вуза является целостным восприятием оценки различными группами общественности, формирующихся на основе информации о разных сторонах деятельности вуза: обучающей, научной, воспитательной, общественной.

В результате проведенных исследований мы выявили особенности деятельности Департамента по молодежной политике и определили его влияние на формирование имиджа СГУ им. Питирима Сорокина. Знакомство с локально-нормативными документами подразделения и изучение информационно-новостных материалов о его деятельности показали, что благодаря Департаменту и его достижениям университет сегодня знают во всей России как университет с развитой системой студенческого самоуправления, проектной деятельностью и активной жизненной позицией. А большинство студентов СГУ им. Питирима Сорокина не раз являются победителями грантовых конкурсов и волонтерами-организаторами всероссийских и международных мероприятий.

Для проведения оценки эффективности деятельности Департамента по молодежной политике во внутренней среде вуза было проведено социологическое исследование, которое представляет собой анкетный опрос. Благодаря ему мы смогли определить сильные и слабые стороны деятельности подразделения и сформулировать несколько рекомендаций по улучшению работы Департамента. По результатам анкетирования мы выявили ряд проблем, которые оказывают значительное влияние на имиджеобразование университета. Особое внимание мы обратили на качество информационного обеспечения деятельности Департамента и разработали PR-проект для образовательного проекта «Студенческие наставники и тьюторы», который подтвердил важность проведения качественного информационного сопровождения, полностью учитывающий интересы и потребности целевой аудитории.

Список источников и литературы

1. Гусева А.В. Анализ целевых аудиторий Российского вуза на рынке с позиции позиционирования [Электронный ресурс] // Web-страница. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-tselevyih-auditoriy-rossiyskogo-vuza-na-rynke-s-pozitsii-pozitsionirovaniya> (дата обращения: 22.01.2020)
2. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование. формирование, продвижение. – СПб: «Питер», 2000. – 224 с.
3. Кондратьева Т.М., Саламатов В.Е. Имидж как точная наука.-СПб.: Амфора, 2006.-301 с.
4. Сусова Н.С. Деловая репутация как неотъемлемый элемент повышения конкурентоспособности вуза// Современная конкуренция.-2007.-№6.-С.56-64.
5. Положение «Департамента по молодежной политике» [Электронный ресурс] // PDF-документ. URL: https://www.syktso.ru/sveden/struct/Pologenie_dmp_30102018.pdf (дата обращения: 21.01.2020)
6. Программа развития ФГБОУ «СГУ им. Питирима Сорокина» на 2017-2021 год обучения [Электронный ресурс] // PDF-документ. URL: <https://e.mail.ru/attachment/15265403100000000481/0;1> (дата обращения: 21.01.2020)
7. Центр художественного творчества [Электронный ресурс] // Группа ВКонтакте. URL: <https://vk.com/centrtvorchesnvasgu> (дата обращения: 21.01.2020)

СЕКЦИЯ №13.

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №14.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

СЕКЦИЯ №15.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

СЕКЦИЯ №16.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ОЦЕНКА ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Олейников И.А., Нагорнова А.С.

Ленинградский государственный университет им. Пушкина

Распространение коронавируса в глобальных масштабах подорвало функционирование различных организаций как в связи с их невозможностью продолжать свою деятельность, что обосновано рисками для жизни и здоровья граждан, так и в связи с различными мерами, предпринимаемыми государствами разных страны в целях борьбы с пандемией, в частности, закрытие границ, требования по соблюдению правил самоизоляции и карантина, что накладывает ограничения и сокращает деловую активность населения повсеместно по всему миру (ограничения на работников/временное закрытие предприятий, отмена деловых поездок, переговоров, форумов, ярмарок и т. д.). Это ведет к кризису как со стороны предложения (сокращение активной рабочей силы, инвестиций, неопределенность, банкротства), так и со стороны спроса (ограничение активности потребителей).

Соответственно, процесс выработки стратегических управленческих решений требует переосмысления классического инструментария стратегического планирования. Рассмотрим традиционные методы стратегического планирования и оценим возможности их использования в условиях пандемии.

Наиболее успешным методом оценки внешней и внутренней среды является SWOT-анализ (аббревиатура составлена из первых букв английских слов: сила, слабость, возможности и угрозы).

Метод SWOT-анализа используется в несколько этапов:

- обнаружение и анализ внутренних сильных и слабых сторон внутренней среды организации;
- обнаружение и оценка угроз и возможностей внешней среды организации;
- создание стратегической матрицы возможностей и угроз, способствующей определению организацией ее способности использовать возможности рынка и учитывать угрозы внешней среды.

В условиях пандемии организация находится в динамичной, постоянно меняющейся внешней среде. В процессе принятия стратегического решения может образовываться значительный временной лаг между этапами разработки и реализации решения, что создает опасность позднего реагирования на уже прошедшие события внешней среды и несвоевременной реакции на события настоящего.

Таким образом, использование SWOT-анализа в условиях пандемии рационально, однако требуется ускорение анализа внутренней и внешней среды организации, а также последующего быстрого принятия управленческого решения. Скорость и своевременность – главные факторы успешного применения SWOT-анализа в условиях пандемии.

Еще один инструмент стратегического планирования – PEST-анализ, позволяет определить стратегию компании в долгосрочном периоде.

Методика PEST схожа с выполнением рассмотренного SWOT-анализа и заключается в:

- составлении матрицы, ячейками которой будут факторы внешней среды, наиболее влияющие на компанию;
- выработке стратегии компании, наиболее полно отвечающей прогнозам по динамике факторов внешней среды.

PEST-анализ позволяет сделать так называемый helicopterview – взгляд сверху на внешнюю среду организации и место предприятия на рынке. В процессе этого анализа исследуются связи и отношения между различными факторами внешней среды и их воздействие на организацию.

Отметим, что PEST-анализ анализирует лишь внешнюю среду компании, поэтому в условиях пандемии его использование не совсем эффективно, так как в экстремальных условиях требуется не только анализировать и учитывать внешнюю макросреду, но и соотносить ее с внутренними возможностями и угрозами организации, которые также подвержены повышенной волатильности. Более того, PEST-анализ составляется на долгосрочную перспективу, а в условиях мировой пандемии значимые изменения внешней среды, ставящие под сомнение рациональность введения управленческого решения, принятого по результатам PEST-анализа, могут происходить практически каждый день.

Следующий инструмент стратегического планирования – анализ конкурентной среды по модели пяти конкурентных сил Майкла Портера. Методикой выделяются пять сил, которые определяют уровень конкуренции, и, следовательно, привлекательности ведения бизнеса в конкретной отрасли

Анализ пяти сил Портера включают в себя [3, с. 75-81]:

- анализ угрозы появления продуктов-заменителей;
- анализ угрозы появления новых игроков;
- анализ рыночной власти поставщиков;
- анализ рыночной власти потребителей;
- анализ уровня конкурентной борьбы.

Майкл Портер считал, что данные элементы рынка являются движущими силами рыночной конкуренции, что и легло в название модели – модель пяти сил конкуренции по Портеру.

В рамках этого инструмента предполагается, что в каждый момент времени существует важная движущая сила конкуренции, использование метода заключается в выявлении слабых и сильных сторон конкурентов и на этой основе рекомендуется создать свою стратегию конкурентной борьбы [2, с. 59].

Стратегическое планирование с использованием модели пяти сил конкуренции по Портеру направляет фокус внимания на текущую конкуренцию на существующем рынке и прогнозирует ее изменения в будущем. Как и в PEST-анализе, недостатком этого метода в условиях пандемии является недостаточное акцентирование внимания на внутренней среде предприятия. Естественно, с помощью пяти сил М. Портера можно проанализировать уровень конкуренции на текущем рынке, однако в условиях глобальных изменений в жизни человечества перед организацией могут открываться возможности завоевания других рынков, не существовавших до начала пандемии или не имеющих такую емкость. Более того, в условиях пандемии возрастает волатильность доли рынка различных компаний, поскольку

организации вынуждены сворачивать свою работу, изменять стратегии в агрессивной на оборонительную, менять сферу деятельности. В этой связи имеется опасность оптимизма от успехов компании в результате ее концентрации сил на рынке, однако емкость этого рынка в последствии может снизиться, и доминирующее положение компаний на нем может оказаться и вовсе нерентабельное.

Еще один инструмент стратегического планирования - Матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы), которая позволяет определить модель жизненного цикла товара, состоящего из 4 стадий: выход на рынок, рост, зрелость и спад. Бостонская матрица базируется на представлении о жизненном цикле товара. Согласно ей успешные продукты перемещаются по квадрантам против часовой стрелки: начав со статуса товар - «проблема», они последовательно приобретают статусы звезд, дойных коров и собак. После этого они уходят с рынка.

Отметим, что успешное использование матрицы БКГ возможно в основном на рынках, на которых можно проследить определенные закономерности жизненного цикла товара. В условиях пандемии изменяется баланс спроса и предложения, меняются правила игры на рынке и его функционирование. В этой связи возрастает опасность неверной трактовки текущего положения товара в матрице четырех стадий жизненного цикла, в результате чего в организации могут быть приняты фатальные решения по раннему запуску, недостаточному или чрезмерному продвижению, или по преждевременному уходу товара с рынка.

Таким образом, в условиях пандемии необходимо значительное переосмысление методов стратегического планирования. Эпидемия коронавируса послужила катализатором значительных макроэкономических и социальных изменений. В настоящее время организации находятся в изменившихся условиях внутренней и внешней среды, которые продолжают меняться. Одной из новинок происходящего стала возросшая роль государства в рыночной экономике, что повлекло за собой новые условия и правила функционирования компаний. Главной задачей при управлении организацией становится максимальное сокращение существующего временного лага между разработкой и принятием управленческого решения. При использовании любого инструмента стратегического планирования необходим постоянный анализ стремительно меняющихся условий игры и текущего положения организации. Скорость, своевременность и рациональная реакция – главные условия выживания организации в условиях пандемии и ее дальнейшей успешной работы.

Список литературы

1. Бенчмаркинг в системе высшего образования. // Труды конференции 5RD INTERNATIONAL CONFERENCE "LAW, ECONOMY AND MANAGEMENT IN MODERN AMBIANCE "Belgrad, 20-22 апреля 2017 г., С. 197-203.
2. Наумова, Л.М. Инструментарий бенчмаркинга в технологии конкурентного позиционирования производственной организации: монография / Л.М. Наумова, И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 176 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461606> (дата обращения: 05.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1808-8. – Текст : электронный.
3. Умеренков, А.П. Внутренняя и внешняя среда финансового менеджмента компании / А.П. Умеренков. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140931> (дата обращения: 09.04.2020). – ISBN 978-5-504-00062-6. – Текст : электронный.

СЕКЦИЯ №17.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

СЕКЦИЯ №18.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СЕКЦИЯ №19.

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

**СЕКЦИЯ №20.
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА**

**СЕКЦИЯ №21.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

**СЕКЦИЯ №22.
ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ**

**СЕКЦИЯ №23.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ**

**СЕКЦИЯ №24.
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2020 ГОД

Январь 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях**», г. Санкт-Петербург

Прием статей для публикации: до 1 января 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2020 г.

Февраль 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом**», г. Новосибирск

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2020 г.

Март 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция «**Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения**», г. Екатеринбург

Прием статей для публикации: до 1 марта 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2020 г.

Апрель 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента**», г. Самара

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2020 г.

Май 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция «**Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире**», г. Омск

Прием статей для публикации: до 1 мая 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2020 г.

Июнь 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция «**Тенденции развития экономики и менеджмента**», г. Казань

Прием статей для публикации: до 1 июня 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2020 г.

Июль 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция «**Перспективы развития экономики и менеджмента**», г. Челябинск

Прием статей для публикации: до 1 июля 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2020 г.

Август 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция **«Экономика и менеджмент: от теории к практике»**, г. Ростов-на-Дону

Прием статей для публикации: до 1 августа 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2020 г.

Сентябрь 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция **«Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента»**, г. Уфа

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2020 г.

Октябрь 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция **«Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития»**, г. Волгоград

Прием статей для публикации: до 1 октября 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2020 г.

Ноябрь 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция **«О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента»**, г. Красноярск

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2020 г.

Декабрь 2020 г.

VII Международная научно-практическая конференция **«Развитие экономики и менеджмента в современном мире»**, г. Воронеж

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2020 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2021 г.

С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки www.izron.ru (раздел «Экономика и менеджмент»).

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Вопросы и проблемы экономики и менеджмента
в современном мире**

Выпуск VII

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 мая 2020 г.)**

г. Омск

2020 г.

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Издатель Инновационный центр развития образования и науки (ИЦРОН),
603086, г. Нижний Новгород, ул. Мурашкинская, д. 7.

Подписано в печать 10.05.2020.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 3,8.
Тираж 250 экз. Заказ № 052.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58.