

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



**Современный взгляд на проблемы
экономики и менеджмента**

Выпуск VII

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

г. Уфа

2020 г.

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

ISSN: 2618-7809

УДК 33(06)

ББК 65я43

Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента./ Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 7, г. Уфа,– НН: ИЦРОН, 2020. 46 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 Бескоровайная 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 «**Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента**», г. **Уфа**, 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.

© ИЦРОН, 2020 г.

© Коллектив авторов

Оглавление

СЕКЦИЯ №1.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)	5
СЕКЦИЯ №2.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)	5
СИСТЕМНО-СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ В XXI ВЕКЕ	
Бирюков В.А., Степанова Г.Н.	5
ФАКТОРЫ, ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ	
Рахматуллина Л.И.	8
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ	
В. В. Бобыль, С. С. Дехтярь	13
СЕКЦИЯ №3.	
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)	19
СЕКЦИЯ №4.	
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)	19
СЕКЦИЯ №5.	
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)	19
СЕКЦИЯ №6.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)	19
СЕКЦИЯ №7.	
БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	19
СЕКЦИЯ №8.	
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	19
СЕКЦИЯ №9.	
ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	19
СЕКЦИЯ №10.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	19
РАЗВИВАЮЩИЕСЯ ЭКОНОМИКИ КАК ПРИМЕР РАЗВИТИЯ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	
Барынькина Н.П., Ёлохова И.В.	19
СЕКЦИЯ №11.	
МАРКЕТИНГ	23

СЕКЦИЯ №12.	
PR И РЕКЛАМА	23
ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	
Берневга С.И., Павлова А.Е.	23
СРЕДСТВА PR И РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ ОТРАСЛЕВОГО ЖУРНАЛА	
Берневга С.И., Орищенко А.А.	30
СЕКЦИЯ №13.	
ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	35
СЕКЦИЯ №14.	
ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ	35
СЕКЦИЯ №15.	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	35
СЕКЦИЯ №16.	
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	35
СЕКЦИЯ №17.	
ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	35
СЕКЦИЯ №18.	
ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	35
СУЩНОСТЬ ПРИНЦИПА ОГРАНИЧЕННОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ И ЕГО ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ	
Зотова А.С.	35
СЕКЦИЯ №19.	
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА	40
СЕКЦИЯ №20.	
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	40
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СРЕДИ КОМПАНИЙ РФ ЗА СЧЕТ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ	
Калинин Константин Игоревич.....	40
СЕКЦИЯ №21.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	43
СЕКЦИЯ №22.	
ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	43
СЕКЦИЯ №23.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ	43
СЕКЦИЯ №24.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	43
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2020 ГОД	44

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)

СИСТЕМНО-СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ

МЕДИАИНДУСТРИИ В XXI ВЕКЕ

Бирюков В.А., Степанова Г.Н.

Московский политехнический университет

Ключевыми ресурсами, определяющими стратегический успех бизнеса на современных рынках, являются знания, компетенции и интеллект [1, 2, 3, 4, 5].

Как отмечает социолог М. Кастельс, «знания и информация являются критически важными элементами во всех способах развития» [6]. Этот факт привел к созданию антропосоциальной структуры, соответствующей новому способу развития человеческой цивилизации – информационному обществу [6, 7, 8, 9].

Невозможно использовать кибернетические методы управления, применимые к системам в условиях стабильного стационарного состояния. Прогнозирование развития методами экстраполяции становится ошибочным, то есть перенос тенденций прошлого на будущее невозможен, так как велика скорость изменений, происходящих в современном мире. Задача состоит в том, чтобы разработать синергетическую концепцию развития [10, 11].

Трансформационные процессы в медиаиндустрии XXI века протекают на разных уровнях управления:

- на макроуровне – формирование отраслевых и региональных кластеров;
- на мезоуровне – создание стратегических альянсов, технологических цепочек, интегрированных объединений;
- на микроуровне – создание конвергентных и мультимедийных редакций и других взаимодействующих структурных конструкций.

Медиаконвергенция – это интеграция СМИ, издающих организаций, рекламных агентств с телекоммуникационным сектором, электроникой и информационными технологиями, индустрией культуры и развлечений. Это подразумевает выход на рынок с использованием возможностей различных медиаканалов (оперативных, интерактивных, индивидуализированных, на различной основе и различных платформах – газетной, телевизионной, мобильной).

Совмещение мультимедийных услуг, сетевого обслуживания и программных продуктов обеспечивает переход к дистрибуции разнообразных медиаформатов, когда контент, созданный один раз, адаптируется под различные каналы доставки и благодаря этому достигает максимально широкой аудитории.

Таким образом, ответом современных медиа на вызовы «цифровой революции» должно становится новых кросс-медийных конвергентных форм – медиахолдингов и медиаконцернов.

Перенос виртуальной среды Интернет в реальный мир высококачественной кастомизированной информационной продукции предполагает создание платформы для создания и распространения через Интернет публикаций, обогащенных различными мультимедийными средствами.

Задачей мультимедиа как средства интеграции технологии и контента является образно-технологическое наполнение информационного послания, ориентированного не только на пользователя как

адресата, но и на пользователя как участника информационного процесса. Таким образом, реализуется интерактивность – включение пользователя в управление информационными потоками и медиасодержанием с целью получения многоуровневых нелинейных форм представления информации в виде сюжетного целого.

Пользователи получают мультимедийный контент (новости, сообщения, торговлю онлайн, образование и др.), адаптированный к их запросам и открытый для дальнейшей модификации в соответствии с индивидуальными потребностями, посредством современных информационных технологий (ТВ, ПК, наладонный компьютер, телефон, факс и др.) по разнообразным каналам (интернет, широковещание, кабель, спутник, беспроводные каналы и т.п.).

Интерактивность представляет собой свойство новых СМИ, позволяющее аудитории самостоятельно делать выбор в пользу определенного канала. Примером интерактивности являются технологии создания веб-сайтов, он-лайн-форумов, а также развитие индустрии многопользовательских виртуальных игр, участники которых взаимодействуют друг с другом на трансграничном уровне.

Таким образом, взаимодействие медиаканала и пользователя становится частью синхронной, творчески развивающейся трехмерной информационной среды.

Понятие мультимедиа относится одновременно ко всем формам, практикам и процессам коммуникации, в более широком контексте – к процессам, протекающим в культуре и искусстве, которые создаются и поддерживаются развивающимися информационными технологиями, включая средства обработки графической информации, компьютерную анимацию, голографическое искусство, виртуальные среды, в том числе компьютерные игры, жанры сетевого и роботизированного искусства, человеко-машинные интерфейсы (киборгтехнологии и т.п.), биоискусство, основанное на биотехнологиях («музыка» ДНК, трансгенность, искусственный интеллект и искусственная жизнь), компьютерную музыку, а также «гибридные» жанры, основанные на взаимодействии с другими формами искусства (например, компьютерные 3D инсталляции и др.).

Мультимедиа являются интеграционной системой, осуществляющей интерактивное взаимодействие медиаконтента на основе единого технологического устройства (или наоборот – взаимодействие ряда технологических устройств с целью создания единого медиаконтента).

В онлайн-среде высокого уровня сложности участники принимают различные роли и затем коллективными усилиями выполняют определенные задания, реализуют различные экономические, политические и творческие миссии – гипермедийностью, в основе которой лежит соединение различных фрагментов медиасферы в единое ассоциативно-информационное целое.

Целью конвергенции является преобразование модели бизнеса поставщика услуг от модели предоставления соединений к модели обеспечения услуг. Конвергенция фиксированных и мобильных сетей и услуг создает среду, в которой голос, данные и видео гармонизируются и эффективно доставляются через цифровую архитектуру.

Для инфокоммуникаций характерны следующие виды конвергенции:

- соединение в рамках единого технологического процесса телекоммуникационных и информационных технологий;
- превращение информационных и телекоммуникационных сетей, в мультисервисные каналы и сети;
- объединение различных видов связи: фиксированной и подвижной, обеспечивающей пользователям беспроводный широкополосный доступ к любым видам связи и инфокоммуникационным сетям;
- предоставление абонентам единых пакетов услуг через различные терминалы и сети доступа, то есть платформы доставки услуг.

Важным инструментом предоставления медийных и контентных услуг, справочно-информационного обслуживания, управления телефонной связью и в интерактивном режиме является IP-телевидение, что кардинально меняет место потребителя во взаимодействии с поставщиком услуг.

Роль потребителя меняется от пассивного созерцания к активному конструированию, когда он в реальном времени может взаимодействовать с медиа- и сервис-производителями, контент-провайдерами и операторами инфокоммуникаций.

Инфокоммуникационные технологии дают возможность обмениваться экономической информацией в электронной форме, что привело к развитию электронного бизнеса в виртуальной среде. Вытекающие из глобальных инфокоммуникационных топологий сетевые и виртуальные структуры, мобильность ресурсов и глобализация экономики ведут к формированию планетарного рынка труда, капитала, информации, знаний, товаров и услуг.

В постиндустриальной экономике меняется смысл функционирования организации. Экономист В.Л. Иноземцев отмечает, что организация постиндустриального общества рассматривается «не как предприятие, создающее определенный, конечный продукт, а как общность, пронизанная элементами творчества» [11].

Этот тип организации получил название «креативная корпорация», то есть производственная «общность», в которой человеческие ресурсы, их знания, информация, генерируемые ими, определяют конкурентный потенциал бизнеса [12].

Конкурентоспособность организации все в большей степени определяется не простой «суммой работающих людей», а их творческими способностями и готовностью к созданию инноваций [13].

Акцент делается на инновации, синергетический эффект и метамотивацию – самореализацию, креатив и творчество. То есть, источники конкурентных преимуществ заключаются не столько в успешных инвестициях в бизнес, сколько в умении менеджмента консолидировать рассредоточенные по организации технологии и производственные навыки. В первую очередь рассматриваются кадровые и организационные ресурсы в их синергетическом взаимодействии.

Основным критерием развития становится понимание человеческих и интеллектуальных ресурсов в их непреходящей ценности, а также соединение интеллектуального потенциала с требованиями научно-технического прогресса [11]. И задачей менеджмента сегодня является поиск направлений и путей взаимодействия, взаимопроникновения, взаимоучастия на всех уровнях функционирования бизнеса.

Современная деятельность как сеть взаимосвязанных познавательных процессов становится «креативным действием» [14], подчиненным задаче «коммуникативного конструирования новых сопряженных реальностей: эмоциональных, знаково-символических, интеллектуальных и духовных» [1, С. 25].

Ставится задача создания механизма консолидации и интеграции, ведущего к синергетическому эффекту на основе объединения сильных сторон медиабизнеса и возможностей внешней среды.

Инструментами операционализации синергетического взаимодействия в медиабизнесе являются:

- стратегическая инициатива, реализуемая через уникальные компетенции, построенные на основе креатива и творчества;
- рекомбинация ресурсов, материальных и нематериальных активов;
- портфель интеллектуальных активов на основе управления знаниями и организационного обучения.
- создание клиентоориентированной бизнес-модели, позволяющей реализовать потребительские предпочтения. Широкая типология медиаактивов и разнообразие существующих бизнес-моделей создают условия для трансформации традиционных бизнес-моделей в мультимедийные, построенные на

комбинировании традиционных СМИ, «новых медиа», электронных коммуникаций и других видов деятельности;

- развитие социального капитала на основе коммуникационного структурирования;
- реконфигурация индивидуальных компетенций, формируемых на основе профессиональных способностей работников;
- реализация организационных способностей (динамического потенциала), создающих синергетический эффект от взаимодействия ресурсов, компетенций и способностей.

Список литературы

1. Синергетика: Будущее мира и России; под ред. И. Малинецкого. – М.: Изд-во ЛГИ. – 2008. – 384 с.
2. Капица С.П. Синергетика и прогнозы будущего. Изд. 3-е / С.П. Капица, С.П. Курдюмов, Г.Г. Малинецкий. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 288 с.
3. Князева Е.Н. Основания синергетики: Человек, конструирующий себя и свое будущее. Изд. 3-е / Е.Н. Князева, С.П. Курдюмов. – М.: КомКнига, – 2010. – 232 с.
4. Пригожин И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой; пер. с англ. / И. Пригожин, И. Стенгерс. – М.: ЛКИ, 2008. – 296 с.
5. Хакен Г. Синергетика / Г. Хакен. – М.: Мир, 1980. – 452 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура; пер. с англ.; под научн. ред. проф. О.И. Шкаратана / М. Кастельс. – М.: Изд-во Госуд. Ун-та – Высшей школы экономики, 2000. – 608 с.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Изд. 2-е. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
8. Уэбстер Ф. Теория информационного общества / Ф. Уэбстер. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 400 с.
9. Иноземцев В. Переосмысливая грядущее. Крупнейшие американские ученые о современном развитии / В. Иноземцев // Мировая экономика и международные отношения. – 1998. – № 11. – С. 16.
10. Кузнецов Б.Л. Синергетический менеджмент в машиностроении / Б.Л. Кузнецов. – Набережные Челны: Изд. КамПИ, 2003. – 398 с.
11. Синергетика в экономике и управлении. Юбилейный сборник трудов каф. ЭОУП КамПИ. – Набережные Челны: Изд. КамПИ, – 2002. – С. 5–120.
12. Келли Т. Креативная уверенность. Как высвободить и реализовать свои творческие силы / Т. Келли, Д. Келли. – М.: Азбука, 2015. – 288 с.
13. Очковская М.С. Способность к инновациям и стимулирование творческого климата в организации / М.С. Очковская // Инновации. 2011. – № 1(147). – С. 95–98.
14. Йонас Х. Креативность действия / Х. Йонас. – СПб.: АЛЕТЕЙЯ, 2005. – 320 с.

ФАКТОРЫ, ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

Рахматуллина Л.И.

ФГБОУ ВО Оренбургский государственный аграрный университет, г. Оренбург

В краткосрочной перспективе экономические и социальные последствия пандемии нарушают в целом положительные среднесрочные перспективы в сельскохозяйственном производстве и потреблении продовольствия в мире.

Согласно Сельскохозяйственному прогнозу ОЭСР-ФАО на 2020-2029 годы, пандемия выльется в

ближайшие несколько лет в снижение спроса и может еще больше подорвать продовольственную безопасность. Борьба с глобальной пандемией COVID-19 создает беспрецедентную неопределенность в мировых цепочках продовольственного снабжения и потенциально приведет к сложностям на рынке труда.

Аналитики предупреждают, что мир после пандемии коронавируса не будет прежним. Особенно для бизнеса: целые отрасли рискуют уйти в небытие или выйти из карантинных и самоизоляционных ограничений ослабленными. Однако сельское хозяйство относят к отраслям, которые, скорее всего, пострадают меньше других.

Сельское хозяйство – это производство непрерывного цикла, оно не может остановиться и уйти в самоизоляцию. Сейчас время уборки урожая, и по домам при всем желании не отсидишься. При этом риск заражения у аграриев в принципе меньше, чем у жителей огромных мегаполисов: избежать массовых тесных контактов сельхозработникам легче.

Есть и другая проблема – недостаток рабочих рук из-за того, что в страну не смогли въехать мигранты, обильно занятые в сельхозработках (особенно в производстве овощей). Аграриям в такой ситуации придется полагаться на внутренние ресурсы и искать людей вокруг. Кстати, подобные проблемы могут стимулировать переход на автоматизированные технологии, которые и так развиваются быстрыми темпами, а после коронавируса могут сделать ещё больший скачок. Правда, стоить они будут недешево и подойдут не всем.

Исторически одной из основных проблем сельского хозяйства как многоотраслевого комплекса является перераспределение трудовых ресурсов между городом и селом. Его неравномерность привела к деградации сельской местности. В городе трудовые ресурсы количественно увеличиваются за счет притока сельской молодежи, и качественно изменяются: растет их образовательный и профессиональный статус. В селе ситуация обратная, более половины населения нетрудоспособного возраста и значительная часть кадров старше трудоспособного возраста. К тому же в аграрном секторе экономики присутствует сезонность, что тоже неблагоприятно воздействует на формирование его трудовых ресурсов [1].

Однако высокоэффективное развитие СХП, как и других секторов экономики и, конечно же, общества в целом требуют непрерывного воспроизводства трудовых ресурсов, при этом подчеркнем, что его конкурентоспособность напрямую зависит от качественного состава сельского населения.

Рассматривая процесс воспроизводства трудовых ресурсов, особенно сельских территорий, по нашему мнению, необходимо учитывать факторы, которые повлияют на формирование воспроизводственного процесса и удержание рабочих на местах. Наиболее важные, на наш взгляд, факторы представлены на рисунке 1, выделены факторы, особенно необходимые во время пандемии сельскому хозяйству, они дополнены и систематизированы нами [3, 4].

Особенностью сельского хозяйства является то, что здесь формирование, использование и распределение трудовых ресурсов происходит под воздействием множества факторов, которые различны по содержанию и эффективности воздействия. По нашему мнению, их следует разделить на пять основных групп: социально-экономические, демографические, окружающая обстановка, личностно-психологические и мотивационные.

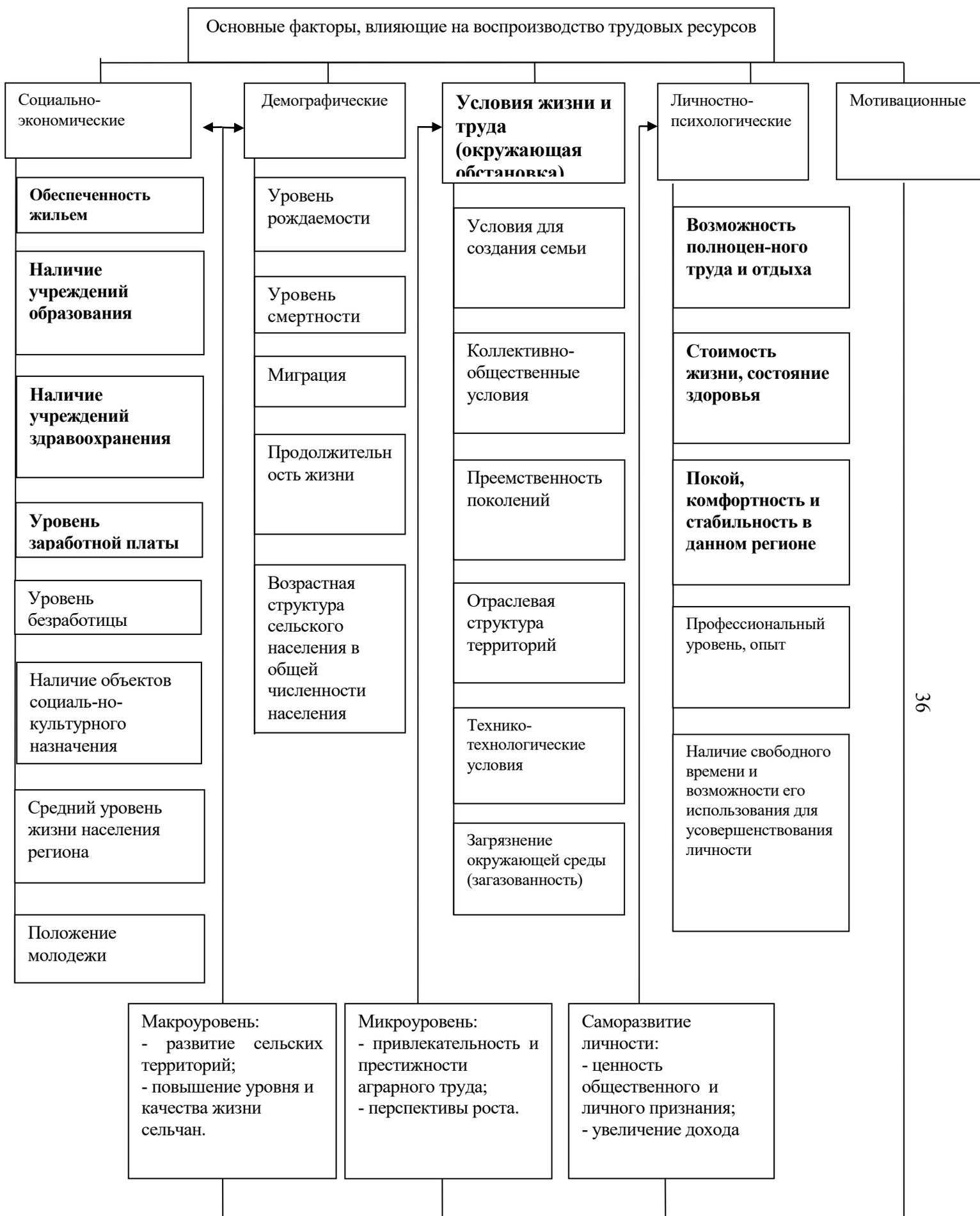


Рисунок 1 – Классификация факторов воспроизводства трудовых ресурсов [5]

Эти факторы относятся к различным уровням: макросреда, микросреда и индивидуальность (уровень личности). Макросреда включает такие факторы как социально-экономические и демографические, которые влияют на общее развитие трудовых ресурсов данной территории. Факторы микросреды (отдельно взятого предприятия или отрасли сельского хозяйства) воздействуют на воспроизводство локальных трудовых ресурсов определенных отраслей и сфер деятельности сельских территорий. Личностно-психологические факторы влияют на воспроизводство и саморазвитие конкретного индивида, пополняя трудовые ресурсы более квалифицированными и опытными специалистами.

Как сообщили в Минсельхозе, в ходе прошедшего заседания оперативного штаба по мониторингу ситуации с социально значимой сельхозпродукцией и продовольствием министр сообщил о том, что в зоне особого внимания находятся организации с технологическими процессами, которые предполагают значительную концентрацию людей в одном месте, - в убойных, перерабатывающих и сортировочных цехах. В целях профилактики заболевания коронавирусной инфекцией на предприятиях необходимо создать резервы трудовых ресурсов. Кроме того, следует ограничить передвижение работников внутри цехов и при необходимости ввести посменный график работы.

Также необходимо учитывать и особенности труда в сельском хозяйстве. На рабочих местах необходимо введение самых строгих мер против воровства зарплат и интенсификации труда. Там, где есть нехватка рабочей силы, необходимо быстро и под демократическим контролем организовать наём дополнительных работников, при этом коллективным договором всем должна быть гарантирована достойная заработная плата. Обеспечение питьевой водой и нормальными санитарно-гигиеническими удобствами должны стать первоочередной задачей. Необходимо срочно организовать безопасную транспортировку и проживание работников. Там, где работодатели не хотят или не могут этого сделать, это становится задачей правительства.

Необходимо включать в работу «застрававших» в странах мигрантов. Пришло время использовать знания и опыт работников, долго считавшихся «неквалифицированными» и легко заменяемыми. Сельскохозяйственные работники и их профсоюзы должны участвовать в планировании и осуществлении срочных мер на местном, национальном и международном уровне, включая расширение производства местной сельхозпродукции [5].

Природно-климатические условия оказывают влияние на эффективность труда. Использование труда зависит от сезонности производства, что негативно влияет на темпы прироста населения. Труд в сельском хозяйстве трудоемкий, так как здесь отсутствует узкая специализация, и работа сопряжена с использованием живых организмов (животных, растений). Конвенции также говорится о требовании принять меры «для обеспечения того, чтобы уровень безопасности и гигиены труда временных и сезонных работников был не ниже уровня защиты сопоставимых категорий работников сельского хозяйства, занятых на постоянной основе» и включении работников сельского хозяйства в систему социального обеспечения и защиты от рисков для здоровья, сравнимые с теми, которые предоставляется работникам в других отраслях.

Низкий уровень механизации трудовых процессов в растениеводстве и животноводстве делает труд в сельском хозяйстве малопривлекательным и неэстетичным, что является следствием низкого образовательного уровня сельского населения. В процессе производства присутствует высокий удельный вес труда женщин, молодежи и пенсионеров, так как труд сотрудников применяется как в общественном производстве, так и в личных подсобных хозяйствах. Тем самым и усугубляется процесс воспроизводства трудовых ресурсов [6].

Оплата больничного листа для всех – это не «кризисная мера», которую можно отменить, как

только кривая роста числа заболевших перестанет расти. Эта пандемия выявила то безрассудство, с которым урезались расходы на государственное здравоохранение ради удовлетворения appetites инвесторов. А сейчас мы боремся со слабостью продовольственной системы, пускающей в расход тех, кто нас кормит. Для борьбы с коронавирусом необходимы значительные инвестиции в охрану труда сельскохозяйственных работников, и эти инвестиции должны продолжиться на постоянной основе и после того, как кризис закончится.

Хотя в Оренбургской области уже давно действует программа целевой подготовки сельской молодежи, опыт показывает, что большинство из них, окончив образовательные учреждения, стараются обойти условия контракта, либо, отработав по нему три года, возвращаются обратно в город или ищут работу в районных центрах. Это свидетельствует о низком уровне условий жизни на селе и незаинтересованности в молодых специалистах [2, С.180].

В то время как страны одна за другой закрывают свои границы, перспектива возможной нехватки рабочей силы в сельском хозяйстве и повсеместное особо уязвимое положение сельхозработников делают очевидной неустойчивость самой основы системы продовольственной безопасности и ставят сложную, пока нерешенную, задачу сдерживания распространения вируса. Для того, чтобы поддержать работу цепочек поставок продуктов питания и, в то же время, бороться с распространением вируса, правительства и наднациональные органы должны принять незамедлительные меры по защите условий труда и жизни сельскохозяйственных работников, чей труд кормит весь мир.

Для того чтобы аграрный сектор функционировал в полную мощь необходимо не только увеличивать численность экономически активного населения, но и рационально и эффективно использовать уже имеющиеся кадры. Также для повышения конкурентоспособности и эффективности функционирования агропромышленного комплекса в целом и, следовательно, роста самообеспечения территорий качественной продукцией важно поддержание и повышение квалификации работников, обучение населения наиболее необходимым профессиям в данном регионе, предоставление рабочих мест выпускникам аграрных профессиональных учебных заведений и создание условий для их закрепления на селе [5].

Правительства сталкиваются с трудностями при выработке сбалансированной политики, которая бы учитывала неотложные потребности, такие как нехватка рабочей силы, и создавала бы надежные условия, позволяющие сельскохозяйственному сектору восстановиться по принципу «лучше, чем прежде».

Необходимы целенаправленные меры по защите здоровья работников сельского хозяйства, от этого зависит здоровье населения в целом и гарантии бесперебойных поставок продуктов питания. Потенциальный кризис в производстве продуктов неминуем, если просто временно перенаправить в эту сферу поток наличных или пытаться решить проблему временной нехватки рабочей силы.

Список литературы:

1. Буздалов, И.Н. Об интенсификации российского сельского хозяйства / И.Н.Буздалов // Вопросы экономики. - 2013. - №12. - С.141-151.
2. Кислякова, М.Д. Приоритетные направления кадрового обеспечения сельскохозяйственных предприятий Оренбургской области / М.Д.Кислякова // Вестник ОГУ. - 2006. - №8. - С.177-182.
3. Окомина, Е.А. Воспроизводство трудовых ресурсов в АПК / Е.А.Окомина // Вестник НовГУ. - 2006. - №37. - С.41-43.
4. Пионтовский, И.Н. Ретроспективный анализ регулирования трудовой активности населения России / И.Н.Пионтовский // Экономические науки. - 2012. - №2(87). - С.181-184.

5. Рахматуллина, Л.И. Формирование и рациональное использование трудовых ресурсов в сельском хозяйстве: монография / Л.И.Рахматуллина, Е.А.Чулкова. – Оренбург: Оренбургский ГАУ, ООО ИПК «Университет», 2017. – 177 с.
6. Рубаева, О.Д. Устойчивое социально-экономическое развитие села Челябинской области в условиях вступления России в ВТО / О.Д.Рубаева.- Челябинск: ЧГАА, 2013.–88 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

В. В. Бобыль, С. С. Дехтярь

Промышленное производство является одним из основных макроэкономических показателей, который влияет на расчет и прогнозирование валового внутреннего продукта страны и курса национальной валюты от которых, в свою очередь, зависит развитие и благополучие государства в целом. На протяжении многих лет промышленность была и остается одним из локомотивов всей экономики. На сегодняшний день, в период системной трансформации и глобализационных процессов в мире, вызванных пандемией коронавируса, проблематика обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий приобретает ключевое значение. Те предприятия, которые смогут быстрее всех адаптироваться к новым экономическим реалиям, будут иметь все шансы стать лидерами в своих отраслях.

Комплексный подход к феномену экономической безопасности промышленного предприятия предполагает постановку и решение довольно широкого спектра задач. В обычных условиях это, прежде всего, создание благоприятного микроклимата для устойчивого развития предприятия и поиск возможностей для повышения прибыли. Но существующая экономическая реальность говорит нам о том, что «обычные условия хозяйствования» переходят в разряд теоретических понятий. В последние годы мировые финансовые кризисы, вооруженные конфликты, непрогнозируемые колебания курса национальных валют, постоянная смена законодательства, коррупционные и административные препятствия приучили предприятия выживать в условиях постоянной финансовой, экономической нестабильности [2,4]. Мировая экономика постоянно проверяется на прочность региональными вооруженными конфликтами, угрозами террористических атак, волнами миграции и тому подобное. В начале 2020 года еще один удар по экономике нанесла новая инфекция из Китая, которая, скорее всего, заставит пересмотреть текущую модель построения глобальных рынков. Мировые реалии, созданные пандемией COVID-19, будут иметь последствия, в том числе, и на научные взгляды современных ученых относительно экономической безопасности различных субъектов.

Любой субъект хозяйствований деятельности имеет желание обеспечить себе стабильное функционирование, развитие и прибыль. Но современные экономические условия хозяйствования крайне нестабильны. Современные реалии для любого предприятия это макроэкономическая нестабильность, структурный дисбаланс, устаревшие основные фонды, неадекватное государственное вмешательство, постоянная смена законов и правил, налоговое и административное давление, коррупционные препятствия, колебания курса национальной валюты, и тому подобное. Всё это значительно увеличивает разного рода риски и угрозы стабильной деятельности промышленных предприятий, обнажая их слабые места. Именно поэтому, для стабилизации своего финансового состояния, промышленные предприятия должны уделять значительное внимание своей экономической безопасности. Данное исследование является попыткой

разобраться в том, какое влияние окажут современные экономические изменения на научные и теоретические взгляды относительно категории экономической безопасности. Цель нашего исследования заключается в том, чтобы выяснить, какой смысл будет иметь категория экономической безопасности в современных экономических реалиях и какие трансформации в алгоритмах обеспечения экономической безопасности необходимо будет внедрить, чтобы достичь желаемых результатов.

В современных экономических условиях разработка и внедрение новых элементов экономической безопасности предприятия является очень актуальной и крайне необходимой. Вопросы экономической безопасности анализируют в своих трудах такие ученые как Варналий З.С., Пастух А.И., Барановский А.И., Кориенко И.Ф., Ляшенко А.Н., Олейников Е.А., Бендиков М.А., Тамбовцев В.Л., Покропивного С.Ф., Отенко И.П., Иващенко А., Раздина Е.В, Ковалев Д.А. Несмотря на значительный объем наработок специалистов, теоретическая база для формирования концептуальных основ экономической безопасности промышленных предприятий, к началу 2020 года, все еще имела недостаточную степень готовности. Понятийный и категориальный аппараты экономической безопасности требуют дальнейшей доработки.

Теории обеспечения экономической безопасности предприятий прошли долгий эволюционный путь от начальных систем противодействия дестабилизирующим факторам до комплексных концепций устойчивого экономического развития. В современном турбулентном мире субъекты хозяйствования находятся в определенном «информационном вакууме», который характеризуется либо отсутствием проверенных и обоснованных данных либо большим количеством непроверенной информации. На фоне отсутствия точных и правдивых данных, предприятия не могут не то чтобы создать собственную концепцию экономической безопасности, но и спланировать свою деятельность на ближайший квартал. Категория экономической безопасности превращается из «стратегической» в «тактическую».

Любая система, в том числе, система обеспечения экономической безопасности, опирается, прежде всего, на четкие исходные данные учета, статические и динамические показатели деятельности, которые должны быть константой при последующих расчетах. Система экономической безопасности, анализируя такие данные, должна выявлять негативные тенденции и дестабилизирующие закономерности в деятельности с целью своевременной их корректировки. Следует заметить, что современные экономические условия слишком динамичны, а количество факторов, влияющих на экономическую безопасность, растет с каждым днем. Для анализа такого массива данных простых алгоритмов не существует. Это сверхтяжелая задача. Возникает вопрос, могут ли себе позволить, и обосновано ли с точки зрения экономики, проведение такой аналитической работы для обычного промышленного предприятия.

В 1962 году советский ученый В. М. Глушков начал работу над проектом, масштабы которого в области информационных технологий не имели и не имеют аналогов по сей день - Общегосударственная автоматизированная система (ОАС). В процессе этой работы В. М. Глушков лично изучил специфику функционирования более тысячи объектов народного хозяйства различных отраслей. В. М. Глушков рассчитал, что использование ОАС, в течение 15 лет, будет стоить около 20 млрд. рублей. Но за эти же годы, ОАС принесет стране более 100 млрд. рублей прибыли [5]. По сути, это была попытка создать научно-техническую базу управления экономикой страны и организации информационной индустрии, аналогичную той, которая сейчас успешно функционирует в ведущих странах Запада. Это, несомненно, был беспрецедентный вызов привычным канонам управления хозяйством страны. Под руководством В. М. Глушкова коллективом специалистов многих институтов был создан эскизный проект Единой сети вычислительных центров. Предполагалось построить около ста главных и более 10 000 районных центров

для непрерывной обработки, анализа экономической информации и принятия обоснованных решений. Однако, этот проект так и не был реализован, поскольку он не нашел должной поддержки у высшего руководства страны, которую ужасали масштабы замыслов Глушкова и перспектива кардинальной перестройки сложившихся методов хозяйствования. Он хотел спланировать всю систему экономики страны и считал этот проект сложнее космической программы [2]

Считаем, что на макроэкономическом уровне, в наше время, создание такой системы экономической безопасности действительно невозможно. И поэтому, создание концепции экономической безопасности именно «предприятия» и является тем направлением, в котором необходимо сконцентрировать усилия современных ученых и исследователей. Такие концепции должны, прежде всего, учитывать и использовать данные собственного бухгалтерского и налогового учета. Наверно, это единственный действенный механизм, оставшийся в арсенале наших промышленных предприятий которому можно гарантированно доверять. Таким образом, обеспечение стабильного функционирования промышленных предприятий на микроуровне обеспечит основы для роста макроэкономики.

Даже поверхностный анализ состояния промышленных предприятий свидетельствует о крайне негативных тенденциях развития предпринимательских структур в этой сфере. Основные тенденции для них это уменьшение количества производственных предприятий, сокращение объемов производства, увеличение доли убыточных предприятий, повышение уровня износа основных средств [1,9]. Это является следствием недостаточной защищенности предприятий от воздействия комплекса негативных факторов повышенной опасности. В связи с этим, у предприятия возникает ряд проблем, требующих первоочередного решения: модернизации, модификации, развития, с учетом достижений научно-технического прогресса и т.п. Их решение требует привлечения дополнительного объема инвестиций. В условиях ограниченного финансирования это часто вызывает необходимость привлечения заемных средств, что ухудшает показатели финансового состояния предприятия, повышает степень риска и влияет на уровень экономической безопасности предприятия. Предприятия находятся в сложной ситуации, когда для обеспечения своей экономической безопасности они должны развивать производство, но для этого необходимы значительные инвестиции. При этом собственные средства для развития оно может получить только при изготовлении конкурентоспособной продукции. Итак, для обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия необходима комплексное и сбалансированное противодействие потенциальным и реальным угрозам, устранение или минимизация которых, гарантирует субъекту хозяйствования успешность функционирования в нестабильных условиях внешней и внутренней среды [3,4].

На сегодняшний день необходимо признать системными препятствия созданию благоприятных условий для развития и укрепления экономической безопасности предпринимательства из-за отсутствия достаточного внимания со стороны как центральных, так и региональных органов государственного управления к вопросам экономической безопасности бизнеса.

Среди проблем, стоящих перед промышленными предприятиями на пути к достижению приемлемого уровня экономической безопасности, существуют следующие:

1. Необходимость повышения качества сбора информации не только о конкурентах, но и о состоянии собственной деятельности, включая первоочередность определения целей и стратегии предприятия.
2. Недостаточное применение анализа затрат предприятия на экономическую безопасность.
3. Пренебрежение имеющимися возможностями предприятия и направление всей системы экономической безопасности на работу с угрозами [1,6].

Преодоление этих проблем требует создания системы обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий, которая бы решала следующие задачи:

1. Развитие превентивного подхода, то есть приоритетность разработки путей во избежание возможных угроз и минимизация негативных воздействий.
2. Повышение роли и доли информационно-аналитической деятельности в работе службы безопасности предприятия.
3. Одновременное обеспечение прозрачности и конфиденциальности информации о деятельности предприятия.

До сих пор многие промышленные предприятия пытаются обеспечивать свою экономическую безопасность исключительно реактивно, то есть по факту реализации внутренних или внешних угроз. Иногда бьют тревогу только тогда, когда чрезвычайная ситуация становится реальностью, переходит в разряд неуправляемой, в результате чего начинает назревать катастрофа. Но постепенно сформировалась другая система взглядов на то, как менеджерам предприятий необходимо действовать для обеспечения экономической безопасности. Сейчас деятельность успешных компаний почти всегда связана с активно внедряемой стратегией предупреждения угроз любого происхождения и сопровождающей ее тактикой действий опережающего характера. Поскольку гораздо умнее, и, что немаловажно, дешевле предусмотреть появление угрозы, чем устранять их разрушительные последствия [6]. Профилактика всегда дешевле, чем лечение. Современные научные подходы используют в этих целях альтернативный управленческий инструментарий, в частности, систему параметров упреждающей (прогнозной) оценки состояния как внешней, так и внутренней среды предприятия.

Наиболее значимыми внешними рисками на следующие четыре года будет усиление гибридных угроз национальной безопасности, дефицит внешнего финансирования, ограничение возможностей доступа к международным рынкам капиталов, уменьшение внешних рынков сбыта из-за высокой конкуренции, наступление нового мирового кризиса (вследствие разрушения устоявшихся производственных связей, банкротства ряда промышленных производителей в странах ЕС / мире.)

Таблица 1.

**Вероятность реализации рисков / явлений
и их влияние на экономику в 2020 - 2022 годах.
Интегральная оценка внешних факторов**

<i>Риск /явление</i>	<i>2020г.</i>	<i>2021г.</i>	<i>2022г.</i>
Усиление гибридных угроз национальной безопасности Украины, в т.ч. активное военное противостояние на востоке страны	9	7	7
Дефицит внешнего финансирования и ограничение возможностей доступа к международным кредитам	13	9	9
Ограничение внешних рынков сбыта из-за высокой конкуренции	8	8	9
Падение мировых цен на сырьевые (неэнергетические) товары	10	8	7
Новый мировой финансовый кризис	9	8	7
Рост промышленной инфляции на мировых рынках	5	5	5
Рост цен на мировых энергетических рынках	7	9	10
Вторая волна пандемии Covid19	11	7	5
Выход нерезидентов из ОВГЗ	10	8	7

Примечание : 16- самый высокий бал; 8 – средний бал; 0 – самый низкий бал

Внутренними рисками для экономики станут: высокий уровень коррупции, недостаточно быстрое проведение реформ и усиление трудовой миграции.

**Вероятность реализации рисков / явлений
и их влияние на экономику в 2020 - 2022 годах.
Интегральная оценка ВНУТРЕННИХ факторов.**

<i>Риск /явление</i>	<i>2020г.</i>	<i>2021г.</i>	<i>2022г.</i>
Высокий уровень коррупции	11	10	10
Недостаточно быстрое проведение реформ	10	9	9
Увеличение трудовой миграции	10	9	8
Сохранение низкой кредитной активности банков	9	8	7
Повышение тарифов на газ	8	7	6
Рост дефицита госбюджета	8	8	8
Девальвация национальной валюты	9	9	9
Дефицит энергетических ресурсов (в т.ч. угля)	8	7	6
Усиление конкуренции на внутреннем рынке вследствие увеличения импорта из ЕС	9	8	8
Распространение неплатежеспособности реального сектора экономики	7	6	5
Низкий урожай зерновых	5	5	4

Примечание : 16- самый высокий бал; 8 – средний бал; 0 – самый низкий бал

Выводы. Таким образом, основным выводом который можно сделать по результатам нашего исследования является то, что, на сегодняшний день, промышленные и производственные предприятия остаются один на один со своими как внутренними, так и внешними рисками и проблемами. Условия финансовой нестабильности стали для постсоветских предприятий обычными условиями хозяйствования. Именно поэтому, менеджмент промышленных предприятий обязан проводить мониторинг прогнозируемых ситуаций, с целью получения дополнительных данных для проведения собственной оценки рисков для предприятия.

В последние годы в постсоветском пространстве сложилась такая ситуация при которой именно руководство успешных промышленных предприятий является поставщиком идей для научной среды в сфере экономической безопасности. Именно непосредственные руководители, которые ежедневно сталкиваются с рисками и угрозами остановки производственных циклов своих предприятий и стали донорами нестандартных решений, которые и находят своё отражение в научных подходах. А должно быть наоборот. Проблема заключается в отсутствии постоянных, четких правил и законодательного обоснования экономической безопасности субъектов хозяйствования. Считаем, что если в направлении экономической безопасности обеспечить взаимодействие государственных органов и предпринимателей, то это даст толчок научному сообществу, и как следствие, именно оно станет донором идей, которые будут внедрены в хозяйственной деятельности предприятий.

Таким образом, необходимо создать своеобразный симбиоз законодательных инициатив, практических навыков и теоретических знаний в сфере исследования вопросов экономической безопасности который позволит узнать особенности социально-экономического развития страны и выбрать оптимальный путь ее развития.

Список литературы.

1. Современное состояние научных исследований и технологий в промышленности. 2017. № 2 Н.Е. Аванесова. Д.э.н., доцент, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры, профессор кафедры финансов и кредита.
2. Святослав Денисенко, Институт стратегических исследований «Новая Україна»; https://dt.ua/macrolevel/virusniy-udar-po-globalizaciyi-340009_.html

3. Романчук Т. В. Некоторые аспекты экономической безопасности промышленных предприятий, конференция «Стратегические императивы развития туризма и экономики в условиях глобализации»https://dt.ua/finances/rozumniy-karantin-344400_.html
4. https://dt.ua/finances/rozumniy-karantin-344400_.html
5. ru.wikipedia.org/wiki/Общегосударственная_автоматизированная_система_учёта
6. Ляшенко А.Н. Концептуализация управления экономической безопасностью предприятия: монография. / А. Н. Ляшенко. - 2-е изд., Перераб. - М.: НИСИ, 2015 - 348
7. Консенсус – прогноз експертів. <https://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=Konsensus-prognoz>
8. Олейников Е.А. Экономическая и национальная безопасность: Е. А. Олейников. – К.:, 2005. – 768 с.
9. Кориенко А.В. Механизм достижения и поддержания экономической безопасности предприятия: Автореф. дис. канд. .. экон. наук. : 08.06.01 / А. В. Кориенко; Киевский национальный экономический университет. - М., 2000. - 19 с.
10. Ковалев Д. Экономическая безопасность предприятия, Д. Ковалев, Т. Сухорукова, Экономика Украины. – 1998. – № 10. – С. 48-52
11. Олейников Е.А. Экономическая и национальная безопасность: Е. А. Олейников. – К.:, 2005. – 768 с.
12. Бендигов М.А. Совершенствование диагностики финансового состояния предприятия промышленного предприятия / М.А. Бендигов, Е.В. Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 80-95
13. Дубенецкая С.П. Экономическая безопасность предприятий Украины // Негосударственная система безопасности предпринимательства как субъект национальной безопасности Украины: Сборник материалов научно-практической. конф., г. Киев, 16-17 мая 2001 - М.: Изд-во Европейского университета финансов, информационных систем, менеджмента и бизнеса, 2003. - С.146-172
14. Капустин Н. П. Экономическая безопасность отрасли и фирмы / Н.П. Капустин // Бизнес-информ. – 1999. – № 11-12. – С. 45-47
15. Раздина Е.В. Экономическая безопасность (сущность и тенденции развития): дис. канд. экон. наук: 08.00.01 / Е. В. Раздина. – М., 1998. – 164 с
16. Барановський О.І. / Финансовая безопасность / Феникс 1999 – 338 стр
17. Экономика предприятия: [підручник] за ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с
18. Н. В. Архирейська Дослідження системних підходів щодо оцінки категорії «Економічна безпека», журнал Ефективна економіка № 8, 2013
19. Тамбовцев В. Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура, проблемы / В. Л. Тамбовцев // Вестник МГУ: Сер. 6. Экономика. - 1995. - № 3. - С. 3 – 14
20. Экономическая безопасность предприятия: учебное пособие / И.П. Отенко, А. Иващенко, Д.К. Воронков. Х. : ХНЭУ, 2012. 256 с. Економіка підприємства: [підручник] [Грещак М.Г., Колот В.М., Наливайко А.П та інші]; за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – [2-ге вид., перероб. та доп.]. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с
21. Экономическая безопасность и финансовые расследования: концепты, прагматика, инструментарий и обеспечения: коллективная монография под ред. д.э.н., доц. Пастух А. И. Варналий З.С. Тернополь: Экономическая мысль, 2019. 395

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

СЕКЦИЯ №5.

**МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)**

СЕКЦИЯ №6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)

СЕКЦИЯ №7.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

СЕКЦИЯ №10.

**МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ОТНОШЕНИЯ**

**РАЗВИВАЮЩИЕСЯ ЭКОНОМИКИ КАК ПРИМЕР РАЗВИТИЯ
В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

Барынькина Н.П., Ёлохова И.В.

Омский государственный университет путей сообщения, г.Омск

В настоящее время очевидными становятся структурные изменения в международной торговле, вызванные участвовавшими кризисами, четвертой промышленной революцией [2], вторым этапом глобализации [6], торговыми санкциями и последствиями пандемии. В этих условиях странам необходимо пересматривать подходы к построению финансовых, экономических институтов и систем. Здесь примером активного развития и встраивания в новую реальность может служить опыт развивающихся стран, которые, перенимая опыт развитых государств, трансформируют его в свою государственную систему, изымая из него только самое необходимое для развития страны и межгосударственных отношений. Также интересно и то, что развивающиеся экономики очень динамично реагируют на изменения в экономической среде, связанные с кризисными явлениями, неопределенностью в принятии решений. Например, многие развивающиеся страны снизили зависимость от цен на сырье, диверсифицировали экономики, развивая такие сектора, как информационные технологии, химическая промышленность и сфера услуг. Другие показывают значительный прогресс в структурных реформах – политические перемены Бразилии, или, не останавливаясь на достигнутом результате и продолжают реформы – Индия [8].

Оценивая уровень возможностей дальнейшего развития для современных государств, следует сказать, что развитые экономики имеют некоторое преимущество – они уже достигли определенного уровня развития. Секрет наличия у них существенно большего объема финансовых ресурсов заключается в стабильности экономического развития в течение многих десятилетий, а также притягательности их экономик для внешних инвесторов с точки зрения накопленного богатства, высокого уровня продуктивности его основных элементов, огромных запасов компетенций, знаний, технологий [5]. Процесс накопления богатства, стабилизации финансовой системы, рост уровня благосостояния нации – это очень долгий путь. И развивающиеся экономики находятся в его начале.

Степень развития страны определяется различными авторитетными агентствами и международными организациями, которые берут в основу градации всевозможные критерии, позволяющие определить место страны в рейтинге. К этим критериям можно отнести: инвестиционную привлекательность государства, уровень социального развития, экологичность, кредитные риски, уровень ВВП, территориальная принадлежность и множество других признаков, определяющих степень развитости страны. Выбор классификационных оснований зависит от целей анализа. Сегодня, на наш взгляд, очень сложно объективно определить страну в какую-либо категорию, потому что по разным показателям она может оказаться на разных уровнях развития [1, 9]. Например, Китай считается второй экономикой по уровню развития, но является восьмидесятым восьмым по социальным показателям [13]. В данной статье возьмем за основу степень развитости финансовой системы, как показателя уровня развития государства. Под финансовой системой в своем исследовании будем понимать «форму организации взаимодействия экономических агентов посредством денег и финансовых инструментов, находящуюся в непрерывном эволюционном развитии» [10]. В финансовую систему также включаем уровень развития фондовых рынков и институциональных инвесторов, что отражает в определенной степени уровень инвестиционной привлекательности развивающихся экономик.

По данным агентства Bloomberg наиболее привлекательными в инвестиционном плане в 2019 году стали следующие страны: Мексика, Турция, Польша, Малайзия, Южная Корея, Венгрия, Колумбия, Перу, Чили, Тайвань.

Каким же образом эти государства смогли достичь такого положения? Изучая финансовую среду этих стран, можно отметить, что все они опирались на такие важные для развития моменты как: законодательство, устройство банковской системы, услуги кредитования, привлекательность стоимости производства, управляемый уровень инфляции, открытость экономики и ряд других.

Во всех вышеперечисленных государствах ключевым регулятором финансовой системы выступает Центральный банк, который наделен весьма широкими полномочиями и может быть как консультантом правительства в различных финансовых вопросах, так и осуществлять надзор за уровнем рисковости в деятельности своих агентов – коммерческих банков, страховых компаний (в Малайзии, например, сорок одна компания занимается только корректировкой страховых убытков) [4].

В области законодательного устройства финансовой системы весьма интересным представляется опыт Малайзии, где смогли сохранить исламские традиции наряду с введением новых законов рыночной экономики [4]. В стране существуют Исламские банки на основе принятого впервые в мире закона «Об исламском банковском деле», которым устанавливались правила функционирования исламских финансовых институтов. Благодаря принятию этого нормативного документа на мировых финансовых рынках появился новый финансовый инструмент – сукук («социальных ценных бумаг»). оценивая опыт других развивающихся экономик, являющихся привлекательными для инвестирования, следует также отметить их

высокий уровень правовой основы финансовой деятельности. Все эти документы направлены на поддержку деятельности иностранных инвесторов, прозрачность рынка, свободу информационного поля. Это не означает вседозволенность и безнаказанность, но определяет привлекательность рынка.

Следует отметить, что с точки зрения МВФ банковская система Перу характеризуется определенной устойчивостью к кризисным явлениям, с одновременной концентрацией ее в некоторых отраслях. Вторым моментом, играющим одновременно положительную и отрицательную роль в деле инвестиционной привлекательности страны играет повышенная долларизация ее экономики. Долларизация экономики наблюдается в реальных секторах, однако необходимо вливание денежных средств в денежный рынок и рынок капиталов [13].

Обращая внимание на опыт построения банковской системы Колумбии, следует сказать об улучшении стандартов безопасности через принятие законов о повышении уставного капитала для участников финансового рынка [5]. Что также положительно сказывается на привлекательности данного региона для иностранных инвесторов.

Одной из наиболее стабильных, динамично развивающихся и привлекательных стран продолжает оставаться Чили. Даже несмотря на то, что в последние годы темпы роста ее экономики замедляются. В основе успеха данного государства можно назвать оптимальное сочетание либерализации и открытости экономики, с одной стороны, и эффективного государственного регулирования, с другой. В данном опыте можно назвать реформы налоговой системы, направленные на повышение доходов населения и увеличение социальных расходов [3]. Также можно сказать о Мексике, где проводимые в 2000е годы налоговые реформы, не предусматривали введение НДС на продукты питания и медицинские препараты, чтобы не затронуть в первую очередь самые обездоленные слои населения [5]. Так называемые методы патернализма, можно отметить во многих развивающихся экономиках. Такое сочетание государственного управления и контроля с одной стороны и развитие частной собственности и рыночной экономики с другой стороны, в результате дают положительный эффект на фоне регулярных финансовых кризисов и ресурсных войн (например, Тайвань сочетает государственный и частный сектора экономики).

Говоря об экономическом росте и финансовой привлекательности Тайваня, следует отметить, что именно там находятся самые передовые экономические институты. По оценкам Wall Street Journal и исследовательского центра Heritage Foundation эта страна имеет один самых высоких индексов экономической свободы [11]. В свое время Тайвань смог ощутить конъюнктуру рынка и стал передовым транспортным хабом международной торговли. К тому же, изучая экономику Китая и Тайваня, можно сказать, что Тайвань стал убежищем для передовой, талантливой, финансово активной части китайского общества, не разделявшего коммунистические взгляды политической власти и вынужденного иммигрировать.

Устойчивость валюты является фундаментальным фактором стабильности всей финансовой системы и создает основу для устойчивого экономического развития. Так в Венгрии в 2015 году форинт вошел в список свободно конвертируемых валют и может быть основой любых торговых сделок международного уровня [14].

Говоря об инвестиционной привлекательности развивающихся стран, признанных лидерами в развитии своих экономик, следует отметить, не только их положительный опыт в построении системы законодательства и институциональной среды, обеспечивающих стабильность финансовой системы, но и другие аспекты, положительно влияющие на инвестиционный климат в стране, и, прежде всего, это богатейшие природные ресурсы, как в плане добычи для производственных нужд, так и в сфере туризма. С

другой стороны, природные богатства не дают в полной мере отойти от сырьевой экономики (например, Чили). Хотя, следует отметить, что, наоборот, все богатые страны разбогатели одинаковым способом, используя одну и ту же стратегию, – они отказались от сырьевых товаров и убывающей отдачи ради обрабатывающей промышленности и возрастающей отдачи [8]. Отрицательным моментом является и то, что многие латино-американские экономики интегрированы в американскую, и поэтому очень зависят от кризисов, происходящих на американском рынке.

Помощниками в росте развивающихся экономик выступают: стремительный технологический прорыв, креативность, наличие природной уникальности. Негативными моментами является нестабильность заинтересованности внешних инвесторов: политические и экономические нерешенные вопросы, могут отрицательно сказаться на экономиках самих инвесторов, что замедлит темпы роста развивающихся стран. Поэтому, являясь инвестиционно-привлекательными территориями, развивающимся странам необходимо поддерживать свою экономическую суверенность и не полагаться только на внешних благодетелей.

Список используемых источников:

1. Абрамов А.Е. Модели финансовых систем зарубежных стран [Текст] / А.Е. Абрамов, К.С. Акшенцева. М.: РАНХ, 2011. – 96 с.
2. Шваб, К. Четвертая промышленная революция [Текст] / К. Шваб. М.: Эксмо, 2016. 208 с.
3. Насибов, Р.С. Чили: стабильность на фоне кризиса [Текст] / Р.С. Насибов. М.: ИД «Бюджет», 2017. – № 10. – С. 45-57
4. Протопопова О.В. Финансовая система Малайзии [Текст] / О.В. Протопопова. М.: РАН, 2017. Т.12 № 5. С. 170-181.
5. Глушко А.В. Банковские системы стран Латинской Америки: правовые и организационные основы [Текст] / А.В. Глушко // Реформы и право. – 2010. – № 1. – С. 47-59.
6. Григорьев Л. Социально-экономическое развитие Мексики [Текст] / Л. Григорьев, В. Павлюшина, В. Бриллиантова // АЦПРФ: Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики. 2019. – № 42. – 24 с.
7. Назаров, В.С. Международная торговля: поиск причин падения [Текст] / В.С. Назаров, С.С. Лазарян, И.В. Никонов, А.И. Вотинов // Вопросы экономики. – 2019. – С. 79-91.
8. Невельский, А. Экономический бум в развивающихся странах был аномалией [Текст] / А. Невельский // Ведомости. – 2016. № 5(64). – С. 11.
9. Петров, М.В. Мировая финансовая система: долгий путь к многополярности [Текст] / М.В. Петров // Международные финансы. – 2018. – № 2. – С. 47-58.
10. Полтораднева, Н.Л. Современный взгляд на трактовку категории «Финансовая система» [Текст] // Н.Л. Полтораднева, Д.А. Завьялова // Финансы и кредит. – 2018. – № 3. – С. 537-549.
11. Чиркова, Е. Островные чудеса китайцев. В чем секрет успеха Сингапура, Гонконга, Тайваня и Макао [Текст] / Е. Чиркова // «Коммерсантъ Деньги». – 2015. – № 12. – С. 18-19.
12. Basetop: электронное статистическое издание [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://basetop.ru/rejting-ekonomik-mira-2019-tablitsa-vvp-stran-mira/>. Свободный.
13. МВФ: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.imf.org/external/russian/np/blog/2018/013118r.pdf>, свободный.
14. Путеводитель по Венгрии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://myhungary.net/country/797-forint-ili-evro.html>, свободный.

СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ

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, организывает 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.

Источники и литература

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-tselevykh-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)

СРЕДСТВА PR И РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ ОТРАСЛЕВОГО ЖУРНАЛА

Берневега С.И., Орищенко А.А.

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Сегодня важную роль в продвижении играет работа по связям с общественностью, которая является наиболее эффективным методом продвижения услуг и конкурентной борьбы. Именно поэтому изучение PR-технологий предстаёт очень актуальным.

Целью нашей работы стало изучение эффективности средств PR и рекламы, используемых для продвижения отраслевого журнала «Д.О.М.: домостроение, отделка, мебель».

1. Следует отметить, что на сегодняшний день существует множество определений понятия «продвижение», так как оно относится к числу дискуссионных в научной сфере. Мы ознакомились с самыми известными определениями понятия «продвижение». В итоге пришли к выводу, что определение Е.П. Попова наиболее подходит для нашего исследования. В книге автор дал следующее определение: «Продвижение – это совокупность инструментов продвижения, используемых фирмой: реклама, стимулирование сбыта, персональные продажи и связи с общественностью». [1]. В первую очередь это связано с тем, что автор раскрывает понятие со стороны инструментов продвижения, что позволяет полноценно исследовать проблематику в нашей работе.

Журнал «Д.О.М.: домостроение, отделка, мебель» является отраслевым изданием, специализирующимся на освещении услуг строительных и ремонтных компаний, прошедших строгий контроль и заслуживших общественное доверие. Целью журнала «Д.О.М.» является обеспечение познавательной и просветительской функции средств массовой информации.

Штат редакции отраслевого журнала довольно мал. А вот целевая аудитория отраслевого журнала достаточно обширна. Она разделяется на внутреннюю и внешнюю. Если к внутренней аудитории мы отнесем десять сотрудников организации, то список внешней аудитории будет разделяться на несколько групп. Так, к ним мы можем отнести:

1. читатели отраслевого журнала, которые непосредственно являются ключевой аудиторией,
2. строительные и ремонтные компании, компании по обустройству жилища, дизайнерские студии, которые в свою очередь являются заказчиками рекламы и информационных статей в

журнале,

3. Партнеры и спонсоры, которые оказывают финансовую поддержку отраслевому журналу,
4. рекламодатели,
5. конкуренты.

Как показывает практика, сейчас многие издания имеют свой сценарий по продвижению издания на рынок. Это зависит от того, что любое печатное периодическое СМИ имеет свою специфику, которую, естественно, ему хочется подчеркнуть. Помимо содержательной стороны: новостей, интервью, эксклюзивных рубрик, оформления, - именно грамотное продвижение позволяет привлечь читательскую аудиторию.

Продвижение специализированной прессы полностью базируется на тематике издания, так как направлено на достаточно узкую читательскую аудиторию.

Практика российских СМИ свидетельствует о том, что большой успех в продвижении достигается при помощи рекламы, пресс-релизов, конкурсов-лотерей, раздачи бесплатных номеров, оформления обложек, инструментов PR и других видов деятельности. Они позволяют взаимодействовать с целевой аудиторией, тем самым стимулируя адресата к дальнейшей прямой коммуникации, заключающейся в лояльности к конкретному бренду.

Всем известно, что для точного, тактического продвижения нужно выбрать подходящие инструменты. Перед тем, как внедрять их в свою деятельность, необходимо их протестировать. Раньше очень популярной была реклама журналов на ТВ. Люди видели рекламу отраслевых изданий, и это побуждало их к приобретению. Но время не стоит на месте, а развитие продвижения тем более. На данный момент очень популярной стала реклама именно на радио. Этим инструментом продвижения пользуется журнал «Д.О.М.: домостроение, отделка, мебель».

Руководство журнала не просто так выбрало радиорекламу как одно из средств продвижения своего печатного издания. Радиореклама является именно тем инструментом, который запоминается при первом прослушивании. Очень важно заинтересовать слушателя с первых секунд, что позволит удержать его внимание и оставить след о печатном издании в его памяти.

Журнал сотрудничает с радио «Европа плюс Коми», у которого охват целевой аудитории идёт по всей Республике. «Европа плюс Коми» давно занимает высокую нишу в списке радиостанций и является самым прослушиваемым радио в Республике Коми. Основной процент вещания на радио занимает музыка, после неё идут новости, ну и, конечно же, реклама.

Реклама журнала занимает определённый тайминг в течение дня. 12 раз в день по 25 секунд. Это достаточно хорошо, потому что в совокупности за день журнал рекламируют по 5 минут, в то время как многие другие рекламы не занимают столько эфирного времени. Задача такой рекламы – эффективно пробиться сквозь завесу других радиобъявлений и дойти до слушателя. Также очень много зависит от времени суток, когда рекламу запускают в эфир. Для этого руководство журнала выбрало хорошую тактику – запускать рекламные ролики с утра до вечера, когда на радио очень большое количество прослушиваний.

Почему руководство журнала выбрало радиорекламу в качестве одного из своих инструментов продвижения? Всё очень просто. Эффективность радиорекламы давно доказана и имеет ряд хороших преимуществ, которые позволяют сделать наибольший охват потенциальной целевой аудитории и оставить отпечаток в памяти людей.

Руководство журнала выделило такие преимущества рекламы своего издания на радио:

1. из всех средств рекламы радио имеет самый короткий срок подготовки рекламы (это очень важно, особенно, когда нужно очень оперативно создать рекламу);
2. радио выступает в качестве самого дешёвого средства рекламы (это также важно, если бюджет печатного издания ограничен);
3. радио не воспринимается как раздражитель (и это правда, ведь в основном радио воспринимается в качестве фона к повседневным занятиям);
4. радио-реклама может достичь адресата всюду :дома, на отдыхе, на работе, в машине;
5. доступно изменение как текста рекламы, так и его подачи в эфире (при каких-либо изменениях можно оперативно сменить текст рекламы, добавить что-то новое или убрать старое).

Конечно же, у такой рекламы есть и недостатки, но они значительно меньше выделенных преимуществ, которое получает руководство журнала от такого инструмента продвижения. Очень важно и то, что можно мониторить количество людей, прослушивающих радиостанцию в тот или иной момент и подстраиваться под аудиторию.

Второй инструмент продвижения, используемый журналом, пока не так сильно себя зарекомендовал, но имеет столь же хорошую эффективность в определённом кругу. Этот инструмент – профильные выставки. Ежегодно проводится много тематических выставок, разделённых по отраслям. Участие в них необязательное, но очень полезное, в особенности для печатных изданий. Профильные выставки обеспечивают неплохой, хотя и узкий охват аудитории, что при правильном продвижении может привести к хорошим результатам. Журнал с года своего основания принимает участие в профильных выставках. Руководство считает, что это очень хороший способ продвижения и выделяет такие преимущества, как:

- создание положительного имиджа;
- поиск клиентов;
- поиск партнёров;
- анализ конкурентов.

Для журнала очень важен хороший имидж, именно он станет одной из определяющих в хорошем продвижении. Каждое уважающее себя издание принимает участие в профильных выставках, показывает, каких добилось успехов, насколько хорошо развивается, и, конечно же, ищет новую аудиторию.

Руководство журнала напрямую сотрудничает со многими строительными и ремонтными компаниями, что позволяет создать прочный фундамент для продвижения. Основа журнала – показать, чем занимаются специализированные компании и что они могут дать людям. Очень многое держится на

хороших связях, именно поэтому поиск партнёров на профильных выставках – очень эффективное и нужное дело.

Как и с партнёрами, журнал не обходится и без потенциальных клиентов. Умение преподнести себя привлекает людей, оставляет хорошее впечатление и побуждает к приобретению предлагаемого товара/услуги.

Конечно же, на таких выставках присутствуют и конкуренты, анализ деятельности которых очень важен: кто конкуренты, на что они делают упор в своих изданиях, насколько хорошо они развиты, как развито их продвижение на рынке печатных изданий. На основе всего этого можно проанализировать и свою деятельность в дальнейшем.

Профильные выставки дают также очень хорошие результаты по продвижению. Привлечение партнёров, клиентов, создание положительного имиджа – это та часть продвижения, которая очень хорошо себя зарекомендовала. Выставки позволяют поддерживать контакт с читателями, выслушивать их замечания и пожелания. Специалисты, приходя на выставку, видят представителей журнала, общаются с ними, что, во-первых, позволяет показать им активную деятельность и развитие журнала, а, во-вторых, постоянно напоминать им об издании.

А что же касается продвижения журнала в сети Интернет? Интернет – очень эффективный инструмент для продвижения. У журнала в сети интернет имеется сайт и страница «ВКонтакте». Сайт – хорошая возможность повисить свой имидж, а сеть «ВКонтакте» – одна из самых популярных социальных сетей в наше время. Группа журнала может оказаться очень эффективным средством продвижения.

А теперь по порядку. Сайт журнала выполнен в классическом стиле – главная страница, шапка сверху и вся интересующая информация на нужных разделах. Сайт является гидом по деятельности журнала. На нём можно узнать всё о журнале: какие товары и услуги он предоставляет, узнать нужные контакты и даже как добраться до офиса. К сожалению, сайт плохо развит в рекламном плане: найти его даже труднее, чем группу «ВКонтакте». В поисковике Google сайт занимает четвёртое место в списке выданных запросов, что уже является минусом.

Группа «ВКонтакте» хорошо оформлена и существует с 2015 года – момента основания журнала. С учётом того, что целевая аудитория у журнала не так широка, за 4,5 года в группе насчитывается 1823 участника. В группе ежедневно появляются новые посты о журнале, новости в сфере ремонта и строительства. Интересующие вопросы можно задать в сообщениях группы или связаться с контактными лицами напрямую. В группе «ВКонтакте» есть очень большой плюс, которым пользуется руководство журнала. Это статистика. Статистика позволяет делать анализ посещаемости и интересов целевой аудитории и позволяет развиваться дальше в нужном направлении. Конечно же, для того чтобы группа «ВКонтакте» приносила пользу в продвижении, нужно не пускать её в «свободное плавание», а всячески развивать и рекламировать посредством партнёров.

Для проведения оценки эффективности нами было проведено социологическое исследование среди целевой общественности отраслевого журнала. В качестве метода исследования был выбран анкетный

опрос. Главной целью исследования является то, что руководство журнала будет понимать, какие средства PR и рекламы наиболее эффективны в его продвижении.

Инструментом проведения анкетирования является специально разработанный онлайн-опрос с помощью приложения Google forms включающий в себя вопросы о том, через какие каналы читатели получают информацию о журнале, а также как читатели оценивают качество его информационной деятельности. Были также вопросы читателей по улучшению качества работы журнала по предоставлению информации.

Опрос проводился среди онлайн-аудитории через социальные сети «ВКонтакте» и «Instagram». В итоге удалось опросить 76 респондентов. Наглядные результаты были получены с помощью Excel.

Анкетирование показало, что наиболее позитивная оценка информирования (24,3% поставило 10 баллов) связана с получением информации через Интернет (43,1%). На втором месте стоят друзья и знакомые (38,9%), третье место разделили наружная реклама и печатные СМИ (11,1%). Таким образом, исследование показало, что Интернет выступает важным коммуникационным каналом для продвижения журнала среди жителей Сыктывкара.

Для улучшения качества предоставляемой информации также был проведен опрос о пожеланиях по улучшению информационной деятельности журнала.

По результатам опроса, большинство пожеланий читателей касается предоставляемой информации в социальной сети «ВКонтакте». Сегодня люди хотят видеть в социальных сетях информацию, связанную с дизайнерскими решениями, а также советами о домостроении и ремонте.

Главной задачей проведения опроса среди читателей было усовершенствование работы социальных сетей и сайта, а также поиск мотивов для их посещения. Поэтому, благодаря анкетированию и пожеланиям респондентов, были разработаны рекомендации:

1. для решения проблемы информирования возможно ввести отдельные рубрики с навигационными хэштегами для того, чтобы подписчики смогли ориентироваться и оперативно переходить к нужной информации;
2. для поддержания интереса читателей печатные материалы стоит разбавить видеобзорами, интервью и лайфхаками. Также не стоит злоупотреблять репостами, а лучше самим создавать инфоповоды, которые будут интересны целевой аудитории журнала;
3. для привлечения внимания можно совместно с партнерами и строительными компаниями города проводить акции и розыгрыши;
4. для расширения целевой аудитории журналу стоит обратить внимание на такую социальную сеть, как «ВКонтакте». Большинство опрошенных обращает большое внимание на нехватку активности в данной сети.

Таким образом, полный анализ информационной деятельности журнала позволяет нам сделать выводы:

1. Основным информационным каналом является сеть интернет, а в частности социальная сеть «ВКонтакте» и официальный сайт журнала.
2. Несмотря на то, что оценка качества информационного обеспечения составила 10 баллов, респонденты отметили недостаток интересных материалов в группе «ВКонтакте». Следовательно, сотрудникам журнала необходимо уделить внимание на разработку контент-плана для систематического выхода постов.
3. Информационное сопровождение не оказывает значительного влияния на продвижение самого журнала. В связи с этим был разработан проект, направленный на продвижение журнала в социальной сети «ВКонтакте», характеристика и анализ которого представлен в следующем параграфе.

Литература

1. Попов Е.П. Продвижение товаров и услуг: Учеб. пособие. -М.: Финансы и статистика.-1999.- С.199.

СЕКЦИЯ №13. ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №14. ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

СЕКЦИЯ №15. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

СЕКЦИЯ №16. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №17. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

СЕКЦИЯ №18. ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СУЩНОСТЬ ПРИНЦИПА ОГРАНИЧЕННОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ И ЕГО ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ

Зотова А.С.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва

Аннотация

В данной работе рассматриваются некоторые аспекты развития теории управления: возникновение и суть принципа ограниченной рациональности, взаимодействие и конфликт данного направления с существующими теориями и практиками управления. Особое внимание уделяется влиянию теории ограниченной рациональности на практическую деятельность хозяйствующих организаций. Оценивается возможность применения теории ограниченной рациональности в системах управления с искусственным интеллектом.

Ключевые слова

Ограниченная рациональность, иррациональность, искусственный интеллект, искусственное интеллектуальное управление

В работах Герберта Саймона (15 июня 1916, Милуоки — 9 февраля 2001, Питтсбург, США) «Модели человека» («Models of man», 1957) и «Организации» («Organizations», 1958) подробно обоснована концепция ограниченной рациональности. Основная идея этих монографий заключается в том, что в классической теории принятия решения не хватает описания поведения и познавательных качеств людей, которые обрабатывают информацию и принимают решение.

В рамках классического (неоклассического) подхода считается, что человек экономический – существо рациональное и в различных ситуациях всегда стремится максимизировать полезность. По мнению Герберта Саймона, более точное описание выглядит следующим образом: существует некоторый уровень устремлений, который конкретный человек считает для себя удовлетворительным и к которому стремится. Иными словами, человек принимает удовлетворительное, то есть относительно хорошее - вместо наилучшего - решение.

Для более глубокого анализа теории Г. Саймона необходимо провести ретроспективный анализ теории управления от античности до нашего времени с целью выявления влияния технологического развития на экономические отношения с последующими изменениями в теории и практике управления.

Ретроспективный анализ и эволюция управленческой мысли

Периодизация развития теории и практики управления

Считается, что начало развития управленческого характера деятельности зародилось примерно 4–5 тыс. лет назад и совпадает с первой управленческой революцией.

Религиозно-коммерческий этап

Период формирования рабовладельческих государств на Древнем Востоке. Появился особый слой жрецов – религиозных функционеров, которые осуществляли торговые операции, вели деловую переписку и производили коммерческие расчеты. В результате появился новый тип деловых людей – еще не коммерческий делец или предприниматель, но уже и не религиозный деятель, чуждый всякой наживы.

Побочным результатом управленческой деятельности жрецов стало появление письменности. В период первой революции управление сформировалось как инструмент коммерческой и религиозной деятельности, превратившись позже в социальный институт и профессиональное занятие.

Светско-административный этап

Хаммурапи (1792–1750 до н.э.) создал первую формальную систему администрирования из 285 законов управления различными сферами жизни общества? произошло выделение группы людей, профессионально занимавшихся управлением государства, а также отделение функций управления государством от церковной власти. Появление чисто светской манеры управления, возникновение формальной организации и регулирование отношений людей, и наконец, в зарождении основ лидерского стиля, а, следовательно, и методов мотивирования.

Появление управления в сфере производства и строительства

В эпоху правления царя Навуходоносора II (605–562 до н.э.) происходило строительство Вавилонской башни и висячих садов, а также развивалась система производственного контроля на текстильных мануфактурах и в зернохранилищах. Значительные достижения в управленческих инновациях

можно обнаружить в Древнем Риме. Самые знаменитые из них – система территориального управления Диоклетиана (243–316 н.э.), а также административная иерархия Римской католической церкви, использовавшая принципы функционализма.

Зарождение профессионального управления

Индустриальная революция оказала существенное влияние на теорию и практику управления. По мере того как индустрия перерастала границы вначале мануфактуры (ручной фабрики), а затем старой фабричной системы (ранней машинной фабрики XIX в.), начинала созреть современная система акционерного капитала, владельцы все более удалялись от занятия бизнесом как экономической деятельностью, нацеленной на извлечение прибыли. Произошло отделение управления от собственности, а также от капитала и от сферы непосредственного производства. Новая система собственности ускорила развитие промышленности.

Начало формирования и развития менеджмента как науки

Начало развиваться крупное промышленное производство, формировались достаточно сложные иерархические структуры управления, происходило разделение управленческого труда, внедрялись нормы и стандарты, определялась формализация должностных обязанностей и ответственность менеджеров.

Появилось разделение управленческого труда и выделение специализированных групп управленцев, за которыми закрепились уже определенные функции.

В результате ретроспективного анализа можно сказать, что:

- Теория управления развивается циклично.
- Циклы развития теории управления включают эволюционный и революционный этапы.
- Продолжительность циклов развития сокращается, а глубина и ширина управленческих инноваций носит все более всеобъемлющий характер.
- Инженерные и научные открытия напрямую влияют на появление новых, революционных решений в области теории управления.
- Опираясь на ретроспективный анализ развития теории управления и исследуя стремительное развитие техники и технологии можно предположить острейшую потребность в новых глобальных решениях.

В настоящее время базовыми принципами теории управления являются принцип ограниченной рациональности Герберта Саймона и административная теория управления А. Файоля.

Административная теория Анри Файоля (29 июля 1841, Константинополь, Османская империя — 19 ноября 1925, Париж, Франция)

А. Файоль впервые предложил рассматривать управленческую деятельность как самостоятельный объект исследования. Административную организацию он рассматривает на самом общем уровне, не ограничиваясь только сферой производства.

К числу главных методологических установок, на основе которых А. Файоль создавал свою административную теорию, относятся следующие:

- Организация представляет собой целостный социальный организм.
- Социальный организм может быть «организован» по-разному.
- Процесс организации – это определение и создание общей структуры предприятия в соответствии с поставленными целями. В этой структуре для каждого ее компонента строго

очерчено место и функции. Между различными частями компании происходит гармоничная координация деятельности. Длительность эффективного функционирования организаций зависит от принимаемых его руководством решений и круга решаемых задач.

- Менеджер – это, скорее, системный контролер, задействованный в процессе планирования, принятия решений, их корректировки и исполнения. Задача менеджера состоит в создании логически упорядоченной структуры, в которой существует определенный порядок и всё находится на своем месте. Он определяет должностные обязанности, схемы оплаты труда таким образом, чтобы работники, надлежащим образом выполняющие свои обязанности, получали адекватное вознаграждение.

А. Файоль настаивает на универсальной значимости менеджмента для любого предприятия, большого или малого, применимости менеджмента во всех сферах деятельности: политической, торговой, общественной, религиозной и любой другой.

На основе административной теории А. Файоля построены все организационные структуры от государства до мелких частных компаний.

Теорию администрирования А. Файоля сравнивают с теорией научного управления Ф. У. Тейлора. Авторы имеют противоположный взгляд на многие объекты и субъекты управления, но тем не менее ярко дополняют друг друга. Они сформулировали принципы менеджмента, следование которым может повысить эффективность функционирования предприятия, и значительно продвинули обоснование общей концепции менеджмента. На этой концепции и формируются в настоящее время предпосылки наступления нового этапа развития теории управления с условным названием «Искусственное Интеллектуальное Управление». Он начнется в тот момент, когда человек–управленец перестанет успевать обрабатывать поток входящей информации и вырабатывать оптимально правильные решения и будет сдерживать эффективную работу исполнителей ИИ и принимать непонятные решения для исполнителей людей. Ошибки управленческих решений будут нарастать количественно и качественно. Цена ошибки также будет возрастать.

Модель «Административного человека»

Герберт Саймон формулирует модель «административного человека», согласно которой управленческие решения принимаются не с помощью рационального процесса, а на основе упрощенных представлений о реальной ситуации. Такое упрощение объясняется следующими причинами.

- «Множество альтернатив, которые может фактически рассмотреть менеджер или эксперт даже с применением современных методов и средств, неизмеримо меньше, чем их объективно существующий набор».
- «Информационные, вычислительные и иные возможности организаций и находящихся в их составе индивидуумов не позволяют точно распределять и измерять оценки последствий любой из возможных альтернатив».
- «Цели в процессе принятия решений являются многосложными и свести их к однозначно измеримому показателю практически невозможно».

Главная особенность модели «административного человека» заключается в том, что менеджер обычно не стремится к принятию наилучшего решения, а выбирает такую альтернативу, которая является удовлетворительной, т. е. достаточно хорошей с точки зрения его целей и предпочтений. В связи с этим Г.Саймон также отмечает, что «целью фирмы является не максимизация, а достижение определенного уровня прибыли, удержание определенной доли рынка и

определенного уровня продаж. Фирмы будут стремиться достигнуть скорее удовлетворения, чем максимизации». Теория ограниченной рациональности Герберта Саймона безусловно является шагом вперед в развитии теории управления сравнении с фундаментальными работами Тейлора – Файоля. Она не разрушила фундаментальные основы управленческой пирамиды А.Файоля. Но в то же время Герберт Саймон обратил внимание на важнейший элемент системы управления – на человека. Это более сложный организм, действия которого не могут определить простейшие алгоритмы и протоколы. С другой стороны, это и не черный ящик, внутри которого происходит неизвестно что, а на выходе получается абсолютно неожиданное решение. Стало понятно, что самая совершенная управленческая система может давать абсолютно неверный управленческий результат за счет процесса накапливания «иррациональных ошибок» на нижних уровнях иерархии управленческой системы. Эффект иррациональной ошибки не является случайным. Это свойство человеческой природы, ее уникальности. В рамках интенсивно развивающегося направления – поведенческая экономика – данный эффект получил название эвристики, что напрямую связано с человеческим мышлением. По мнению Д. Канемана, «иррациональный» - сильное слово, обозначающее импульсивность, эмоциональность и упрямое сопротивление разумным аргументам» [1, с.537]. Этот эффект проявляется тем сильнее, чем выше иерархическая точка принятия управленческого решения по двум причинам:

- В точке принятия управленческого решения сконцентрирован большой накопленный иррациональный эффект;
- В высокой точке управленческой пирамиды человек, принимающий решение обладает собственным потенциалом нерациональных действий, а цена ошибки на высоком уровне иерархии управления неизмеримо больше, чем на исполнительском уровне.

Стало очевидным, что наше общество движется в сторону технократии. Создаются все предпосылки для развития у человека скоростных, рефлекторных, технически грамотных действий, знаний современных технических и технологических решений. Такой человек может достичь почти полного соответствия требованиям человека рационального, у которого иррациональная часть (творческая, эмоциональная и др.) будет практически сведена к нулю. Но так ли это? Если следовать теории ограниченной рациональности Герберта Саймона, то уже сейчас необходимо проанализировать влияние иррациональности человека на качество принимаемых управленческих решений. Такой анализ позволит создать управленческие алгоритмы и протоколы, с учетом эмоциональной составляющей человека, которые приведут к выработке управленческих решений гораздо более высокого уровня. В этом случае придется коренным образом менять всю подготовку и обучение человека с акцентом на развитие эмоциональных качеств и умение имплементировать иррациональность восприятия входящей информации в качественные управленческие действия. В этом случае человек имеет все возможности сохраниться гармонично развитой личностью с чувством прекрасного, эмоциями, при этом оставаясь на вершине технологического развития.

Актуальность теории Герберта Саймона еще и в том, что мир находится накануне 6 технической революции и, следовательно, накануне 6 управленческой революции. ИИ проник практически во все отрасли промышленного и сельскохозяйственного производства: в условиях жесточайшей конкуренции транснациональные компании вкладывают до четверти своих инвестиционных бюджетов в разработку технологий на основе ИИ. Все включились в эту гонку в надежде опередить конкурента и первым прийти к финишу. Однако никто не задал себе вопрос: а в ту ли сторону мы бежим? Так ли уж совершенен ИИ, как нам бы того хотелось? А существуют ли критические проблемы у ИИ и какие риски они могут принести нам

в будущем? Ведь искусственный интеллект есть плод труда человеческого. Человек разработал и вложил в него алгоритмы действий, протоколы безопасности и критерии оценки при выборе оптимального действия. А как мы уже знаем, Герберт Саймон поставил под большое сомнение абсолютную и максимальную рациональность человека. Он оставил ему только ограниченную рациональность, оставив ему эмоциональную и интуитивную составляющие процесса мышления. А это означает, что в основе алгоритмов, протоколов и критериев ИИ могут быть «защиты» иррациональные или просто неверные решения с непредсказуемыми последствиями.

Теория Герберта Саймона и подходы, разрабатываемые в рамках поведенческой экономики, могут более полно и корректно обеспечить интеллектуальное и физическое взаимодействие машины/программы и человека как рациональной и иррациональной систем.

Список использованной литературы:

1. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро: [перевод с английского]. – М.: Издательство АСТ, 2018. – 653 с.
2. Кузьминов Я. И., Бендукидзе К. А., Юдкевич М. М., Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты/ — М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 444с.
3. Саймон Герберт А., Рациональность как процесс и продукт мышления / Лекция в память Ричарда Т.Эли, прочитанная на ежегодной конференции Американской экономической ассоциации в 1977 г. // — THESIS, 1993, вып.3
4. lib.ru/DPEOPLE/PITER/piter.txt - Библиотека Максима Мошкова, Лоуренс Дж. Питер, Реймонд Халл. Принцип Питера
5. arxiv.org/abs/0907.0455- Cornell University, The Peter Principle Revisited: A Computational Study

СЕКЦИЯ №19.

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

СЕКЦИЯ №20.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СРЕДИ КОМПАНИЙ РФ ЗА СЧЕТ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ

Калинин Константин Игоревич
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
г. Москва

Аннотация

В рамках данной статьи на основании данных по 33 компаниям РФ за 2019 г. проводится анализ государственной политики в области КСО для продвижения ответственных и устойчивых методов ведения бизнеса за счет налоговых льгот. В ходе исследования было выяснено, что компании используют налоговые стимулы для внедрения социально-ответственного поведения, в частности, показано, что при снижении эффективной налоговой ставки рейтинг КСО компании повышается. Таким образом, подчеркивается эффективность налогового стимулирования КСО в РФ и в целом важность участия государства в формировании ответственного поведения среди российских компаний.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, государственное регулирование, мотивация компаний, налоговые льготы.

Введение

С одной стороны, снижение уплаты налогов является проблемой, так как налоги критически важны для способности государства функционировать. Без налоговых поступлений правительства не могут предоставлять жизненно важную инфраструктуру и общественные услуги. Следовательно, от компаний ожидается уплата налогов в полном объеме [Stephenson et al., 2015]. С другой стороны, деятельность в области социальной ответственности может существовать как часть уклонения от уплаты налогов, ведь налоговые льготы компенсируются созданием дополнительных благ для общества. Корпорации могут публиковать прозрачную налоговую информацию в своих отчетах о корпоративной социальной ответственности, чтобы снизить репутационные риски [Dewi et al., 2019].

Цель данной статьи - впервые рассмотреть взаимосвязь между налогами, уплачиваемыми компаниями РФ, и введением в этих компаниях корпоративной социальной ответственности.

Обзор литературы

В последнее время исследователи изучают взаимосвязь между снижением налогового бремени фирмы и ее корпоративной социальной ответственностью, но с неоднозначными результатами. Например, результаты проверки гипотез Neryana et al. [2018] с использованием регрессии панельных данных показали, что раскрытие информации о корпоративной социальной ответственности имеет отрицательную взаимосвязь с налоговой агрессивностью в горнодобывающих компаниях, работающих в Индонезии. Исследования, проведенные Lanis et al. [2012] на выборке компаний Австралии в 2008 и 2009 годах, приводят к выводу, что большее раскрытие КСО связано с более низкой налоговой агрессивностью. Chen [2018] выявляет, что раскрытие информации о корпоративной социальной ответственности значительно увеличивает вероятность налоговой агрессивности. В исследовании Dewi et al. [2019] участвовали производственные компании, котирующиеся на фондовой бирже Индонезии в 2012-2015 годах. Это исследование свидетельствует о положительном влиянии КСО на уклонение от уплаты налогов.

В настоящий момент одним из ключевых инструментов государственного регулирования компаний в РФ являются налоговые льготы. При этом компании готовы направлять сэкономленные ресурсы на реализацию социально значимых проектов. Одним из примеров налоговых льгот является снижение налоговой базы за счет (подп. 13–15 п. 2 ст. 251 Налогового кодекса Российской Федерации) имущества, которое было получено на формирование или пополнение целевого капитала. Также введен налоговый вычет в размере пожертвований социально ориентированным некоммерческим организациям (Федеральный закон от 21.11.2011 № 328-ФЗ). Компании также освобождены от уплаты налогов на добавленную стоимость (Федеральный закон от 18.07.2011 № 235-ФЗ) в части услуг по соц. обслуживанию несовершеннолетних детей, граждан пожилого возраста, инвалидов и др. Налогообложению не подлежат и выплаты в форме благотворительной помощи. Бизнес освобожден от налогообложения по выплатам добровольцам в рамках безвозмездного выполнения благотворительных работ. Освобождены от налога на добавленную стоимость действия по оказанию услуг по распространению социальной рекламы.

Результаты эмпирического исследования

В рамках статьи проверяется гипотеза о том, что государственная политика по стимулированию КСО через налоговые льготы является неэффективной для российских компаний. Предполагается, что в РФ

выплата налогов в полном объеме является необходимым требованием для формирования образа социально-ответственной компании.

Выборка содержит наблюдения за 2019 г. по 33 компаниям различных отраслей экономики РФ. В качестве зависимой переменной используется рейтинг компаний в области КСО из открытых источников (<https://www.csrhub.com/>). В качестве переменной, отвечающей за расчет степени использования государственных стимулов в виде налоговых льгот, используется показатель эффективной налоговой ставки (Cash ETR - *cetr*), рассчитанный как сумма уплаченного налога из отчета о движении денежных средств по отношению к прибыли до налогообложения. В качестве контрольных переменных используются показатели возраста компании (*age*), рентабельности активов (*roa*), финансового рычага (*leverage*), рост выручки (*growth*), капиталоемкость (*capitalintensity*). Данные для расчета были взяты из консолидированной финансовой отчетности компаний.

Согласно описательной статистике переменных, в среднем компании РФ, осуществляющие деятельность в области КСО, получают рейтинг около 51 балла. В качестве метода оценки используется регрессия Пуассона, так как зависимая переменная представлена значениями, обозначающими рейтинг компании в области КСО. Результаты оценки модели представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Оценка модели Пуассона

Переменная	Коэффициент	Предельные эффекты
<i>roa</i>	-0.098	-5.001
<i>age</i>	0.001	0.023
<i>cetr</i>	-0.307*	-15.57*
<i>leverage</i>	-0.009*	-0.484*
<i>growth</i>	0.108*	5.518*
<i>capitalintensity</i>	0.011	0.575

*** значим на 1%. ** значим на 5%. * значим на 10%. Источники: результаты регрессионного анализа.

Коэффициент при переменной, отвечающей за налоговые льготы, отрицательный, что говорит о том, что при использовании компанией налоговых стимулов, её активности в области КСО увеличиваются, то есть, чем ниже налоговая ставка, тем выше рейтинг компании в области социально-ответственного поведения. Так, при снижении налоговой ставки на 1% рейтинг компании может повыситься на 0.003% или на 0.15 пункта рейтинга при расчете предельных эффектов.

Заключение

Результаты данной работы показывают, что существует отрицательная взаимосвязь между эффективной налоговой ставкой и рейтингом российских компаний в области КСО. Эти результаты указывают на то, что чем больше компании используют налоговые льготы, предоставляемые государством, тем больше они развивают социально-ответственное поведение. То есть, компании хэджируют репутационные риски, возникающие за счет меньших сумм уплачиваемых налогов, посредством обеспечения общества социальными благами. Компании, применяющие агрессивную политику уплаты налогов, будут чаще раскрывать информацию о КСО, чтобы показать, что налоговое бремя компании перенаправляется на расходы в области социальных благ.

Список литературы

Chen, X. (2018). Corporate Social Responsibility Disclosure, Political Connection and Tax Aggressiveness: Evidence from China's Capital Markets. *Open Journal of Business and Management*. Vol. 6. Pp. 151-164. DOI: 10.4236/ojbm.2018.61010

Dewi, R., Gunawan, I. (2019). The Implications Of CSR And GCG On Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 24. Pp. 195-212. DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/ja.v23i2.577>

Heryana, T., Lathiif, A. (2019). Corporate Social Responsibility Disclosure, Ownership Structure and Tax Aggressiveness. *Advances in Economics, Business and Management Research*. Vol. 65. Pp. 68-72. DOI: 10.2991/icebef-18.2019.16

Lanis, R., Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*. Vol. 31. Pp. 86-108. DOI: 10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006

Stephenson, D., Vracheva, V. (2015). Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance: A Literature Review and Directions for Future Research. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2756640

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.

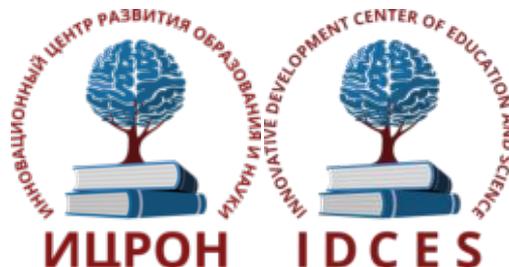
VII Международная научно-практическая конференция «Развитие экономики и менеджмента в современном мире», г. Воронеж

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



**Современный взгляд на проблемы
экономики и менеджмента**

Выпуск VII

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

г. Уфа

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. 2,88.
Тираж 250 экз. Заказ № 092.

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