

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



**О некоторых вопросах и проблемах
экономики и менеджмента**

Выпуск VII

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

г. Красноярск

2020 г.

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

ISSN: 2618-7809

УДК 33(06)

ББК 65я43

О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента./ Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 7, г. Красноярск, – НН: ИЦРОН, 2020. 44 с.

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент Бекулов Х.М. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Безпалов В.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Бескоровая 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., доцент Миролубова 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 «**О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента**», г. Красноярск, 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
ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	
Ханина М.Н.	5

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)	9
ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА УСЛУГ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ	
Чан Тхи Тхао.....	9
РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В РФ: НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ	
Гончарова Л.И.	14

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)	17
SWOT- АНАЛИЗ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «КОНТИ-РУС»	
Меркулова Н. С., Яковенко М. С.	17

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)	21
СИСТЕМАТИЗАЦИЯ НАПРАВЛЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Емельянова И.Н., Асриев С.В.	21
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ	
Ибрагимова А.Х., Абдулкадырова Н.А., Казиханова А.Р.	26

СЕКЦИЯ №5.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)	29
--	----

СЕКЦИЯ №6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)	29
---	----

СЕКЦИЯ №7.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	29
--	----

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	29
--	----

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	29
--	----

СЕКЦИЯ №10.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	29
--	----

СЕКЦИЯ №11.	
МАРКЕТИНГ	29
СЕКЦИЯ №12.	
PR И РЕКЛАМА	29
СЕКЦИЯ №13.	
ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	30
СЕКЦИЯ №14.	
ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ	30
СЕКЦИЯ №15.	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	30
СЕКЦИЯ №16.	
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	30
СЕКЦИЯ №17.	
ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	30
СЕКЦИЯ №18.	
ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	30
СЕКЦИЯ №19.	
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА	30
ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ СЗИУ РАНХиГС	
Меликян Лилит Оганесовна	30
СЕКЦИЯ №20.	
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	37
СЕКЦИЯ №21.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	37
СЕКЦИЯ №22.	
ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	37
СЕКЦИЯ №23.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ	37
СЕКЦИЯ №24.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.00)	38
СЕКЦИЯ №25.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.03)	38
НЕФОРМАЛЬНАЯ ЗАНЯТОСТЬ РАБОТНИКОВ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА	
И.В. Кузнецова.....	38
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2020 ГОД	42

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

УДК 330

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Ханина М.Н.

Липецкая обл, г. Елец, Елецкий филиал АНО ВО «Российский Новый Университет»

Аннотация. Цель статьи - обозначить самый широкий социальный и экономический контекст осуществления цифровизации в современном обществе России и за рубежом. В частности отмечается, что цифровизация далеко не везде встречается с большим оптимизмом: очень многие компании прибегают к услугам систем автоматизации прежних поколений, что означает умеренный эффект от деятельности по цифровизации жизни и экономики. На примере социологических опросов показывается, что цифровизация способна внушить оптимизм по поводу успешности ведения дел в социальном и экономическом секторах. Кроме того цифровизация способна сделать эффективной, например, налоговую службу, социальные органы и многое другое.

Ключевые слова: цифровизация, организация, система, тенденция, оцифровка, трансформация, технология.

Khanina M.N.

Problems of digitalization in modern society

Annotation. The purpose of the article is to identify the broadest social and economic context for the implementation of digitalization in modern society in Russia and abroad. In particular, it is noted that digitalization is not always met with great optimism: many companies resort to the services of automation systems of previous generations, which means a moderate effect on the digitization of life and the economy. Using the example of sociological surveys, it is shown that digitalization can inspire optimism about the success of doing business in the social and economic sectors. In addition, digitalization can make effective, for example, the tax service, social authorities, and much more.

Keywords: digitalization, organization, system, trend, digitization, transformation, technology

Цифровизация - это одна из основных тенденций, изменяющих общество и бизнес в ближайшем и долгосрочном будущем. Влияние цифровизации будет значительным; ее можно сравнить с эпохальными изменениями во всех сферах жизни. Цифровизацию можно полагать как более значительное изменение, чем примитивная работа с цифровыми технологиями в обработке движений на производстве и в обществе [2]. Надо осторожно относиться к слову «оцифровка». Под ним подразумевается переводению в цифровой формат некоторых аналоговых устройств, которые преобразуются в силу своей устаревшей формы с целью дальнейшего использования в жизни и производстве.

Здесь можно вести речь о трансформации старого оборудования и переводение его в новый вид цифровой реальности, которая будет связана со всеми аспектами жизни человека и общества. [5]. Цифровизация также известна как способность превращать существующие продукты или услуги в цифровые варианты и тем самым предлагать преимущества перед материальным продуктом. Под цифровизацией понимается принятие или расширение использования цифровых или компьютерных технологий организацией, отраслью, страной и т. д.. Например, налоговая администрация иллюстрирует разницу между применением цифры и цифровизацией в налогообложении граждан; если налоговая

администрация оцифровала бы свой процесс, внедрила бы форму налоговой отчетности в цифровом виде вместо бумажного и позволила бы прикреплять квитанции и справки также в электронном формате. Вместо этого, налоговая администрация обновила весь процесс таким образом, чтобы налоговый орган в электронном виде получал налоговую информацию непосредственно от работодателей, банков и других источников доходов граждан, то налоговая администрация направляет гражданам форму налогового предложения. Если предложение правильное, то гражданину ничего не нужно делать.

Исходя из перечисленных точек зрения, цифровая трансформация может разделена на части и подразделения деловой реальности, которая диктует совершенно новые черты работы с материалами и предполагает компьютеризацию всех ранее известных процессов:

- Новый этап развития всех процессов, в которых будет доминировать цифровые технологии;
- Новый вид организации производственных процессов, который включает другие услуги взамен отошедших в прошлое практических шагов;
- На уровне деловой активности возникают трансформации функциональных позиций;
- В социальном срезе можно говорить о том, что наблюдается изменение в общественной жизни, в том числе в таком важном сегменте, как принятие решений [5].

Важно соблюдать особенно скрупулезный режим цифровизации. “Оцифровка” и “цифровизация” - это два концептуальных термина, которые тесно связаны и часто используются взаимозаменяемо в широком спектре литературы. Необходимо подробно рассматривать каждый термин и есть основания утверждать, что существует аналитическая ценность в явном проведении четкого различия между ними. Запись определяет оцифровку как материальный процесс преобразования аналоговых потоков информации в цифровые биты. Он же определяет цифровизацию как способ реструктуризации многих сфер социальной жизни вокруг цифровых коммуникаций и медиа-инфраструктур [6].

Чтобы продолжить традицию, выделяя конкретные темы в исследованиях моделирования, надо исследовать возникающую тенденцию “цифровизации”, которая представляет собой интеграцию множества технологий во все аспекты повседневной жизни, которые могут быть оцифрованы. Несколько примеров цифровизации включают умные дома (для развлечений, безопасности, ухода за детьми, электричества и отопления), Электронное здравоохранение, интеллектуальную мобильность и умные города. Широкое влияние цифровизации затрагивает все, от личных отношений, дополняемых социальными сетями и их услугами, до других отношений, таких как взаимодействие граждан с вспомогательными службами в электронном правительстве.

Можно определить цифровизацию с более ориентированным на бизнес фокусом. В этом случае надо сказать, что “цифровизация-это использование цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей получения дохода и создания стоимости; это процесс перехода к цифровому бизнесу. Это определение охватывает отношения между различными предприятиями, помимо бизнеса и правительства, а также жизненно важные отношения с клиентами.

Есть много областей, которые значительно выиграют от цифровизации: культурные артефакты и активы (например, произведения искусства, исторические реликвии и документы) могут быть оцифрованы и, следовательно, сохранены и показаны массам, даже если они были украдены, уничтожены или просто недоступны напрямую [8]. Ученые теперь могут оцифровывать свои эксперименты, так что их экспериментальная установка и результаты могут быть повторены гораздо легче, чтобы обеспечить дальнейший анализ и проверку.

На первый взгляд кажется, что цифровизация концентрируется на данных, таких как тенденция к большому данным, когда большие объемы данных становятся доступными через Интернет и анализируются в облаке. Этот вид цифровых данных сам по себе представляет собой модель мира, который он описывает. Большая часть собранных данных явно описывает артефакты реального мира, часто в сыром и неструктурированном формате.[4] Однако, если мы хотим извлечь информацию и знания из этих наборов данных (помимо простого наблюдения), нам нужно объединить соответствующие характеристики и абстрагироваться от многих несущественных деталей, чтобы ответить на общие вопросы. Эти агрегированные абстракции также являются моделями, которые могут описывать общие и, следовательно, обобщаемые явления артефактов, механизмов и ситуаций, а также их индивидуальные уникальные характеристики, позволяющие ученым и гражданам в целом понимать конкретные аспекты мира [10].

Это справедливо как для мира в целом, так и для отдельных областей. Например, в сфере бизнеса цифровизация часто информирует о том, что и где покупать и продавать, как рекламировать, как эффективно производить и транспортировать, а также как поддерживать контакт с клиентом. В производственном режиме цифровизация также означает разработку продуктов в цифровой форме, виртуально составлять и осуществлять компоненты перед производством продукта, а также поддерживать отношения между проданным или арендованным продуктом, его пользователями и компанией-производителем. В области водоснабжения и энергоснабжения, а также транспорта цифровизация может информировать о состоянии, физическом распределении или положении вещей и людей, представляющих интерес, обеспечивая аналитические возможности в отношении необходимых и будущих возможностей, связанных с устойчивостью и масштабируемостью в конкретной области.

Должно быть очевидно, что оцифрованные данные описывают модель, которая представляет собой часть реального мира. Модели будут необходимы для хранения знаний обо всех интересных вещах, людях, событиях и их взаимоотношениях. Модели необходимы для описания процедурных знаний, таких как алгоритмы расчета, бизнес-процессы, критические нагрузки или мощности, а также их типичный внешний вид и многие другие потребности [7].

Как уже отмечалось, цифровизация затрагивает многие аспекты деятельности организаций, включая информационные технологии, стратегии бизнес-модели, продукты и услуги, внутренние и внешние процессы, организационную и корпоративную культуру и т.д. Феномен цифровизации, особенно цифровой трансформации, обсуждается с точки зрения литературы и опыта, накопленного в ходе тематических исследований. Наконец, вводится и обсуждается произведенный синтез - модель концептуальной основы. В последнее время среди компаний все чаще обсуждаются проблемы получения выгод от цифровизации на практике. Представленные примеры из тематических исследований говорят о том, что нужно, чтобы обеспечить понимание феномена и контекста исследования[1]. Речь идет о компаниях, с которыми сотрудничают в исследовательских проектах, и которые испытывают цифровизацию и вызванные ею изменения.

В этом случае компания, производящая системы автоматизации, движется к сервисному бизнесу, который был замечен как тенденция в их бизнес-среде. Компания стремится использовать возможности цифровизации для улучшения своих сервисных процессов, а также для улучшения сотрудничества с организационными подразделениями и клиентами.

Основной драйвер для компании, чтобы взять на себя сервисный бизнес, заключается в том, что бизнес может расти. Поэтому сервисные процессы необходимо оцифровывать, чтобы повысить

эффективность работы и выжить в глобальных условиях. Конкуренция такова, что больше денег поступает от услуг, а не от продажи продукции.

С технологической точки зрения технический износ (технология, коммерческие готовые компоненты, компоненты, стандарты и т. д.) старых систем автоматизации является отраслевой проблемой. Было подсчитано, что общемировая стоимость установлена на базе систем автоматизации. Они достигают конца срока их полезного использования, и это составляет очень значительные суммы[9]. Надежность технических систем со временем будет снижаться, если компании игнорируют промышленные услуги; фактически, для типичной системы автоматизации информационных технологий только 20-40 процентов инвестиций фактически тратится на приобретение системы; остальные 60-80 процентов идут на поддержание высокой доступности и адаптацию системы к изменяющимся потребностям в течение ее жизненного цикла[6]. Одним из ключевых сервисных бизнес-процессов, затронутых этой ситуацией, является служба обновления, которая используется для поддержания актуальности системы автоматизации Заказчика путем ее обновления на основе согласованного совместно (заказчик- поставщик) плана. Поэтому в лучшем случае такой процесс, как сервис обновления, обеспечивает стабильный поток дохода для поставщика систем автоматизации[10]. Поскольку услуги реализуются в тесном сотрудничестве с клиентами, важно лучше понимать индивидуальные потребности обслуживания клиентов, чтобы выявить бизнес-потенциал, связанный с персональной системой автоматизации клиента. Поэтому знание состояния системы автоматизации заказчика на протяжении всего ее жизненного цикла является основой для оказания промышленных услуг. Процесс обновления начинается с определения потребностей в обновлении, а затем необходимо определить конфигурацию системы автоматизации заказчика.

Литература

1. Агеев А.И. Методика цифровой экономики в части управления и контрольной деятельности в реальном секторе экономики // Экон. стратегии. 2019. Т.21, № 3. С.44-56.
2. Алексеенко О.А. Цифровизация глобального мира и роль государства в цифровой экономике // Информ. общество. 2018. № 2. С.25-28.
3. Ахромеева Т.С. Смыслы и ценности цифровой реальности: будущее. Войны. Синергетика // Филос. науки. 2017. № 6. С.104-120.
4. Багаутдинова Н.Г. Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации // Инновации. 2018. № 8. С.80-83.
5. Бестужева О.Ю. Некоторые особенности развития цифровой экономики // Энергетическая политика. 2017. № 5. С.49-57.
6. Бетелин В.Б. О проблемах формирования в России цифровой экономики услуг // Инновации. 2018. № 9. С.3-5.
7. Бондарик В.Н. Некоторые информационно-технологические аспекты цифровой экономики // Микроэкономика. 2017. № 4. С.67-71.
8. Бриньолфсон Э. Вторая эра машин: работа, прогресс и процветание в эпоху новейших технологий: пер. с англ. / М.: АСТ, 2017. 382с.
9. Вайпан В.А. Основы правового регулирования цифровой экономики // Право и экономика. 2018. № 11. С.5-18.
10. Гаджиева А.Г. Цифровизация и занятость: роль отраслей сектора услуг // Инновации. 2019. № 2. С.61-70.

References

1. Ageev A.I. Metodikacifrovojeekonomiki v chastupravleniya i kontrol'nojdeyatel'nosti v real'nomsektoreekonomiki // Ekon. strategii. 2019. T.21, № 3. S.44-56.
2. Alekseenko O.A. Cifrovizaciyaglobal'nogomira i rol' gosudarstva v cifrovojeekonomike // Inform. obshchestvo. 2018. № 2. S.25-28.
3. Ahromeeva T.S. Smysly i cennosticifrovjreal'nosti: budushchee. Vojny.Sinergetika // Filos. nauki. 2017. № 6. S.104-120.
4. Bagautdinova N.G. Novyekonkurentnyepremushchestva v usloviyahcifrovizacii // Innovacii. 2018. № 8. S.80-83.
5. Bestuzheva O.YU. Nekotoryeosobennostirazvitiyacifrovojeekonomiki // Energeticheskayapolitika. 2017. № 5. S.49-57.
6. Betelin V.B. O problemahformirovaniya v Rossiicifrovojeekonomikuslug // Innovacii. 2018. № 9. S.3-5.
7. Bondarik V.N. Nekotoryeinformacionno-tekhnologicheskieaspektycifrovojeekonomiki // Mikroekonomika. 2017. № 4. S.67-71.
8. Brin'olfson E. Vtoraya era mashin: rabota, progress i procvetanie v epohunovejshihetehnologij: per. s angl. / M.: AST, 2017. 382s.
9. Vajpan V.A. Osnovypravovogoregulirovaniyacifrovojeekonomiki // Pravo i ekonomika. 2018. № 11. S.5-18.
10. Gadzhieva A.G. Cifrovizaciya i zanyatost': rol' otraslejsektorauslug // Innovacii. 2019. № 2. C.61-70.

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА УСЛУГ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

Чан Тхи Тхао

Государственный университет управления, г.Москва

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы формирования рынка сферы услуг общественного питания с учетом социально-экономических факторов, а также выявлены основные тенденции развития индустрии питания в России на современном этапе. Приведена динамика развития рынка сферы услуг общественного питания, состояние и перспективы, его структура и предпринимательский потенциал. Обосновано, что основополагающими факторами роста рынка общественного питания в Российской Федерации являются: увеличение доходов населения, изменение образа жизни и культуры питания, технологические инновации быстрого обслуживания, расширение ассортимента блюд быстрого питания. Данные факторы привели к демократизации рынка, увеличению доли сегмента фастфуда и сетевых заведений, усилению конкуренции, расширению профильных и региональных рынков, активному внедрению современных информационных технологий, смене вкусовых предпочтений и другим изменениям.

Ключевые слова: общественное питание, индустрия питания, сфера услуг, рынок общественного питания, структура рынка общественного питания

FORMATION OF THE MARKET OF PUBLIC CATERING SERVICES IN RUSSIA

Annotation. The article deals with the formation of the market of public catering services taking into account socio-economic factors, as well as the main trends in the development of the food industry in Russia at the present stage. The dynamics of development of the market of public catering services, the state and prospects, its structure and entrepreneurial potential. It is proved that the fundamental growth drivers of the market of public catering in the Russian Federation are: increasing incomes, changing lifestyles and food culture, technology innovation and quick service, expanding the range of fast food. These factors led to the democratization of the market, an increase in the share of the fast food segment and chain establishments, increased competition, the expansion of specialized and regional markets, the active introduction of modern information technologies, a change in taste preferences and other changes.

Keywords: public catering, food industry, service sector, public catering market, public catering market structure

Сфера общественного питания играет важную роль в современном обществе и является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений пищевой индустрии.

Долгий путь общественного питания в России - эволюция с дореволюционного по настоящее время. Современный рынок формировался под влиянием сложной истории общественного питания России и Советского Союза, что во многом объясняет его отличие от глобальных тенденций. За сравнительно короткий период (последние сто лет) этот сегмент несколько раз обнулялся и практически заново выстраивался.

В значительной степени уровень его развития отражает и уровень социально-экономического развития государства. Значительное развитие рынка общественного питания в его современном виде произошло только в конце 20-го века. И сейчас рост объема мирового рынка общественного питания продолжается [5]. Например, в США, являющимся крупнейшим рынком в мире, потребители тратят больше денег на питание вне дома, чем на покупку продуктов и приготовление еды дома. Аналогичная ситуация наблюдается и в Великобритании. А вот в России ситуация совсем иная - оборот питания за пределами дома почти в 10 раз меньше оборота продажи продовольственных товаров [12]. Однако рынок общественного питания в России развивается достаточно динамично.

В условиях перехода от «защитной» модели поведения к увеличению потребления в 2017–2018 годах начал восстанавливаться рынок общественного питания. Темпы роста рынка общественного питания в 2018 г. оказались вдвое выше, чем годом ранее. В прошлом году индустрия питания выросла на 5,1%, а по итогам 2017 г. рост составил 2%. Основной прирост обеспечили регионы: если в Москве и Санкт-Петербурге посещаемость заведений общепита выросла всего на 4% и 0,6% соответственно, то в регионах — на 12% [1]. Основным драйвером роста оборота общественного питания в 2018 году стало увеличение потребительской активности населения. Оборот общественного питания в январе-сентябре 2019 г. составил 3969,2 млн. рублей, что в сопоставимых ценах на 7,1% больше, чем в январе-сентябре 2018 г. [2]

На основе рисунка 1 можно сделать вывод, что оборот общепита с каждым годом растет, рынок общественного питания развивается стремительным образом.

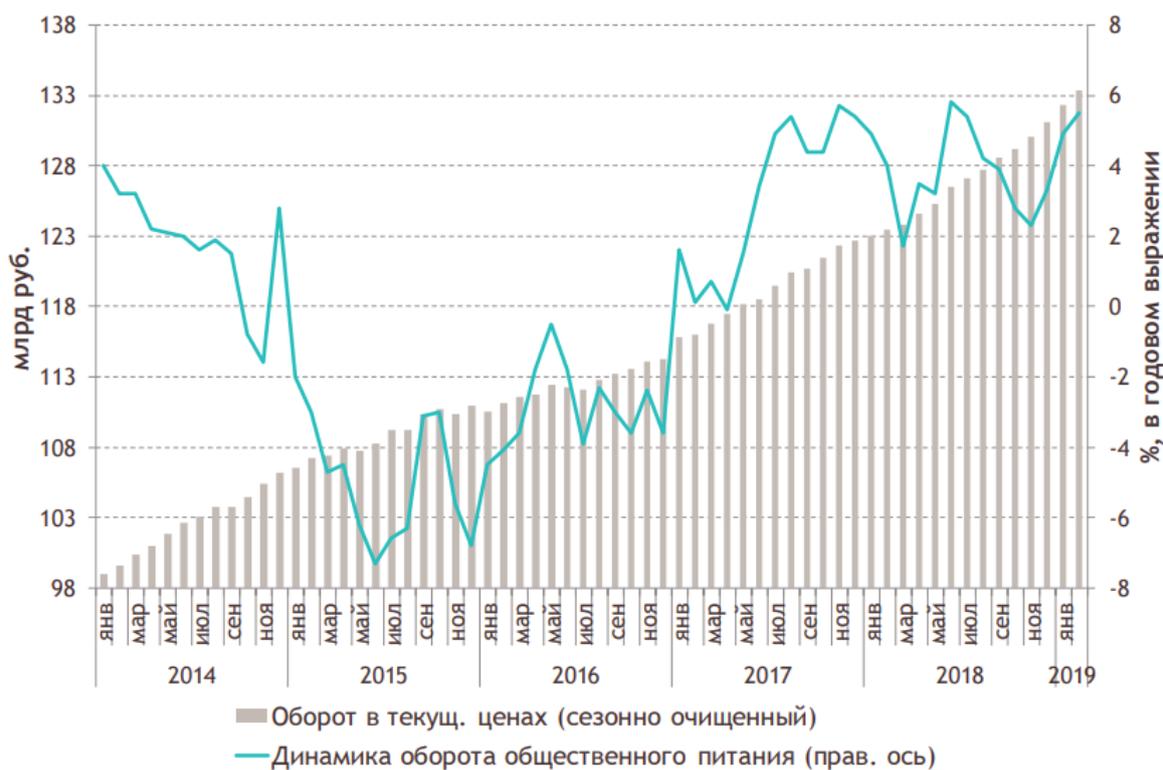


Рисунок 1. Оборот общественного питания в Российской Федерации [1]

В Российской Федерации рынок услуг сферы общественного питания представлен широким разнообразием предприятий с различным уровнем обслуживания, разнообразием используемого оборудования и качеством продукции. Сектор общественного питания удовлетворяет достаточно сложный набор потребностей у потребителей – от простого утоления чувства голода и жажды вплоть до статусных и имиджевых притязаний. Поэтому характерные черты текущего состояния данной отрасли – это ее неоднородность и разносторонний охват практически всех целевых аудиторий потребителей: по возрасту, по уровню доходов, по интересам, по социальному статусу, полу и т.д.

На сегодняшний день рынок общественного питания условно можно разделить на три основные части, которые отличаются между собой и количеством игроков, и объемом производства. К основным частям относятся организации быстрого питания, высокая кухня и рестораны среднего ценового сегмента. По данным Росстата, в начале 2018 года в России насчитывалось 80,6 тысячи ресторанов, кафе и баров (сетевых и несетевых) общей площадью 10,2 млн кв. метров [11]. По оценочным данным, за год показатель увеличился на 6,2% и составил 85,6 тысячи единиц [8].

Основным толчком для положительных перемен стал чемпионат мира по футболу. Он способствовал востребованности фаст-фуда, популярности пабов, баров, закусовых, а также оживил сегмент питания на улицах, в парках, в транспорте. Общепит смог переориентироваться и использовать пост кризисную ситуацию для развития более экономичных сегментов.

Флагманом в этом вопросе стал фаст-фуд, который вырос в основном благодаря франшизе международных компаний. Развитие данного формата заведений возросло на 20% за последние несколько лет [6]. Популярность подобных ресторанов основана на том, что люди в них ходят регулярно, а не по особым случаям или торжествам. Значительное развитие получили и другие направления схожего формата:

- фреш-бары в мобильных или стационарных версиях;

- кулинарии при супермаркетах и специализированных магазинчиках;
- точки стритфуда;
- доставка готовых блюд (включая ресторанные) и подготовленных продуктовых наборов для приготовления.

Остались востребованы различного рода кофейни, блинные и пиццерии. А вот популярность традиционных ресторанов и суши-баров как показывает статистика упала даже в столице. Из всего этого можно сделать вывод, что население больше интересуется быстрой, доступной, привычная еда. А еще все чаще на смену высококалорийным бургерам приходят блюда с приставкой «эко» и «био».

Структура рынка сферы услуг общественного питания в Российской Федерации на 2019 год представлена на рисунке 2.

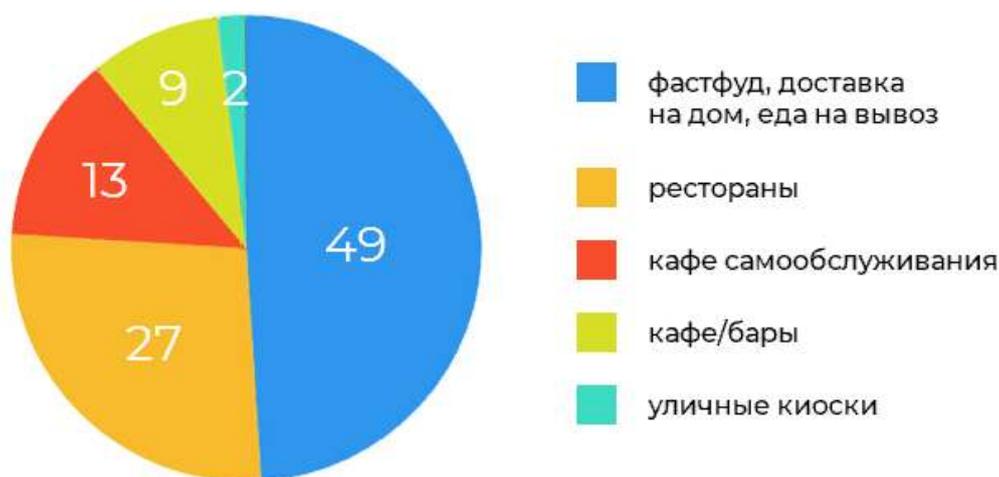


Рисунок 2 - Структура рынка сферы услуг общественного питания в Российской Федерации в 2019 г. (%) [7]

Согласно данным портала «Все франшизы», на первых позициях уверенно держатся предприятия KFC, «Баскин Роббинс» и кофейни «Шоколадница». Эти заведения без особого труда можно встретить в крупных российских городах хотя бы в одной единице. Следующими в рейтинге идут «Русская чайная компания», сети итальянских ресторанов IL Patio и Mama Roma. Более известные в регионах «Планета суши», кофейни Travelers Coffee, Subway расположились в конце ТОП-10 [3].

Основополагающими факторами роста рынка общественного питания в Российской Федерации являются: увеличение доходов населения, изменение образа жизни и культуры питания, технологические инновации быстрого обслуживания, расширение ассортимента блюд быстрого питания. Учитывая тенденцию вовлечения все большего числа людей в культуру питания за пределами дома, российский рынок общественного питания имеет большой потенциал к дальнейшему расширению.

К слову о... В 2020 году сеть McDonald's собирается открыться в Дальневосточном федеральном округе. В планах и развитие базы местных поставщиков. По крайней мере, об этом заявили представители компании на V Восточном экономическом форуме.

Свою франшизу открывает сеть "Хлеб насущный". В 2019 году компания собирается открыть 5 точек, пока же всё находится на стадии выбора "пробных" мест в Москве в формате "экспресс-кафе" и "гранд-кафе". Впрочем, ожидаются и небольшие форматы в будущем. Стоит напомнить, что компания, как и сама концепция, появилась в 2006 году.

Свою франшизу запустила и бургерная сеть "Праймбиф бар", причем развитие дальнейшее будет не только в России, но и в других городах. Их первые рестораны открылись в 2017 году на Даниловском рынке, а далее на Усачевском рынке, в комплексе Москва-сити и гастрономическом пространстве Streat.

Один из крупнейших российских онлайн-ритейлеров — Ozon в середине 2019 года запустил в тестовом режиме доставку еды из кафе и ресторанов Москвы. Игрок планирует составить конкуренцию Delivery Club и «Яндекс.Еда». Московский сервис Skipz, позволяющий водителям заказывать и получать блюда из ресторанов прямо в пути, сумел привлечь \$350 тыс. от венчурного фонда из Канады. Летом проект планирует выйти в Нью-Йорк и Торонто [9].

Стоит упомянуть еще об одном тренде на российском рынке общественного питания. Лидерами по росту расходов клиентов стали пекарни, обогнав даже фастфуд. За последний год показатели форматов выросли на 54% и 16% соответственно. За июль 2018 года-июнь 2019 года сегмент пекарен стал лидером по динамике роста расходов клиентов, следует из исследования NPD Group [10]. Показатель вырос сразу на 54% против 5% в 2017–2018 годах. Столь резкий рост позволил пекарням опередить лидирующий до этого в затратах клиентов фастфуд: расходы россиян в этих заведениях за год выросли только на 16%. Средний чек в пекарне обычно втрое ниже, чем в ресторанах. Тем не менее, доля пекарен на рынке российского общественного питания все еще незначительна. На этот формат приходится только 3% от общего числа посещений заведений [4].

Формат пекарен растет не только в России, но и в Европе, хотя и меньшими темпами, следует из исследования NPD Group. Для сравнения: по оценкам аналитиков, в Испании и Великобритании канал пекарен с июля 2018 года по июнь 2019 года вырос на 5,4% и 6,2% в расходах клиентов соответственно год к году [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок сферы услуг общественного питания стремительно развивается. От правильности питания человека зависит его здоровье, эмоциональное состояние и физические способности. Следовательно, питание каждого человека - не только индивидуальное дело, но и общественное. Формирование и развитие отрасли общественного питания является очень важной областью развития экономики нашей страны.

Список источников

1. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики / Аналитический центр при Правительстве РФ // Выпуск №47, март 2019 // URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/21603.pdf> (Дата обращения: 13.11.2019).
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Индекс физического объема оборота общественного питания // URL: <https://fedstat.ru/indicator/31065> (Дата обращения: 13.11.2019).
3. Индустрия питания в России, 2019 // URL: <https://franshiza.ru/> (Дата обращения: 13.11.2019).
4. Исследования российского рынка общественного питания, 2018 (NPD Group) // URL: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/worldwide/russia/russian-language/> (Дата обращения: 07.11.2019).
5. Обзор рынка общественного питания (август 2019) // URL: http://www.almin-kazan.ru/events/detail.php?ELEMENT_ID=169625 (Дата обращения: 13.11.2019).

6. Обзор российского рынка общественного питания. // URL: <http://www.marketcenter.ru/> (дата обращения 06.11.2019).
7. Российский рынок общественного питания // URL: <http://marketing.rbc.ru/> (дата обращения 06.11.2019).
8. Рынок общественного питания в России (2019) // URL: <http://rusfranch.ru/presscenter/publications/3155/> (Дата обращения: 13.11.2019).
9. Топ-15 сетей общественного питания в России // URL: <https://marketmedia.ru/media-content/top-15-setey-obshchestvennogo-pitaniya-v-rossii/> (Дата обращения: 13.11.2019).
10. Тренды ресторанного бизнеса 2019 // URL: <https://writegate.ru/trendy-restorannogo-biznesa-2019.html> (Дата обращения: 13.11.2019).
11. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 09.11.2019).
12. Фролова Т.А. Тенденции развития российского рынка общественного питания // Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы. – 2018. – С. 72–74.

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В РФ: НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Гончарова Л.И.

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина, филиал РАНХиГС при Президенте РФ, г. Саратов

Современные тенденции глобализации и развития интеграционных процессов в мировой экономике обуславливают необходимость формирования новой парадигмы развития отечественной системы здравоохранения, в том числе, основанной на выстраивании системного подхода к реализации экспорта медицинских услуг на государственном уровне.

Современный рынок медицинских услуг — один из самых быстрорастущих в мире. Согласно индексу медицинского туризма (МТИ), а также отчетам исследовательских корпораций Oxford Economics и Visa, к 2025 году в мире оборот в сфере медицинского туризма достигнет более \$3 трил. В ближайшие 10 лет он будет расти не менее чем на 25 % в год. Сегодня мировой рынок медицинского туризма оценивается в 439 млрд. долл. ежегодно. Эксперты единодушно признают ведущую роль государства в странах, достигших быстрых и ощутимых успехов на рынке медицинского туризма, приводя в качестве примера США, Германия, Израиль, Южную Корею, Индию, Турцию.

В соответствии с Индексом медицинского туризма, в 2016 г. Россия заняла 34-е место по экспорту медицинских услуг в рейтинге МТИ. Всего в рейтинг вошло 41 государство. При этом по данным Всемирной туристской организации при ООН (UNWTO), по привлекательности медицинского и оздоровительного туризма Россия занимает пятое место в мире и лишь 59-е по реализации этого потенциала.

В конце 2017 года Правительство РФ приняло госпрограмму по развитию медицинского туризма в России. Федеральный проект «Развитие экспорта медицинских услуг» — часть нацпроекта «Здравоохранение», рассчитанного на период с 2019 по 2024 год. Федеральный проект «Развитие экспорта медицинских услуг» направлен на формирование и развитие на территории Российской Федерации механизмов и условий, обеспечивающих рост экспорта медицинских услуг, и тем самым создание дополнительных источников финансирования системы здравоохранения РФ.

В его выполнении принимают участие федеральные медицинские центры и 71 регион России со своими медучреждениями. Основная доля участников – государственные медицинские организации. По данным Ростата в 2019 г. доля медицинского туризма составила 7% от всех видов внутреннего и внешнего туризма в РФ.

С целью развития экспорта медицинских услуг в стране и реализации федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» в 2019 года на базе ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России создан [Координирующий центр, деятельность которого направлена на](#) анализ и оценку промежуточных результатов реализации национального проекта по экспорту медицинских услуг. По их данным в 2019 году показатель «увеличение объема экспорта медицинских услуг не менее чем в четыре раза по сравнению с 2017 годом (до 1 млрд. долл. в год)» составил 470 млн. долл., а за 9 месяцев 2020 г. из-за пандемии коронавируса сократился до 145 млн. долл.

Показатель «число иностранных граждан, пролеченных в медицинских организациях РФ, тыс. чел. нарастающим итогом» в 2019 году составил 3064,22 тыс. чел., за 9 месяцев 2020 г. по той же причине составил 1492,96 тыс. чел.

К числу приоритетных направлений для экспорта медицинских услуг в РФ относятся кардиология, онкология, офтальмология, нейрохирургия, гинекология, ЭКО, стоматология и пластическая хирургия. Кардиология одно из ведущих направлений медицинского туризма, иностранцы приезжают и в отечественные частные клиники, и в федеральные центры.

Наибольшее число иностранных пациентов прибывает из стран ближайшего зарубежья, таких как Узбекистан, Таджикистан, Казахстан, Украина, Азербайджан, Белоруссия, Германия, Латвия, Сербия и Молдавия. Это можно объяснить тем, что в России, в среднем, уровень медицинской помощи на порядок выше, чем в странах СНГ и на постсоветских территориях. По данным Национального Совета Медицинского Туризма наибольшим спросом среди иностранных пациентов пользуются клиники Санкт-Петербурга и Москвы. Китай, Казахстан и Азербайджан лидируют по количеству обращений в клиники РФ.

Особенность развития экспорта медицинских услуг в РФ заключается в том, что сложилось уникальное сочетание высоких технологий оказания медицинской помощи, высокой квалификации медицинского персонала и относительно низких цен на мировом рынке на медицинские услуги. Российские врачи оказывают современную высокотехнологичную медицинскую помощь по более низким ценам по сравнению с лечением в США, Германии, других западных странах, разница в стоимости может достигать 80%.

Вместе с тем, развитие экспорта медицинских услуг в РФ связано с рядом существенных проблем:

1. Низкая информированность иностранных граждан о возможностях получения медицинских услуг на территории РФ. Пациентам нелегко найти нужную информацию и быстро связаться с медицинской клиникой. В медицинских организациях нет сайтов на иностранном языке, англоговорящих колл-центров, не выделена электронная почта для иностранных пациентов, не подготовлены предложения по направлениям лечения на иностранных языках.

Фактически не существует организации единой информационной кампании медицинского туризма по продвижению возможностей российского здравоохранения, рекламы бренда отечественной медицины за рубежом.

К настоящему времени запущен специальный сайт russiamedtravel.ru, на котором демонстрируются медицинские возможности всех участвующих в проекте регионов, а также контактная и другая информация, необходимая для организации приезда пациента в Россию. В ближайшее время планируется активное

наполнение этого портала и его продвижение в соцсетях и на телеканалах, ориентированных на вещание за рубежом. Отдельная информация размещена на сайтах российских посольств и консульств за рубежом.

2. Недостаточная подготовка медицинских кадров для работы с иностранными пациентами, а также различие в мировых и европейских стандартах медицинского обслуживания пациентов, к которым привыкли граждане других государств. В РФ отсутствует специальное обучение и подготовка медицинского персонала по работе с иностранными пациентами.

При работе с иностранными пациентами для медицинского персонала всегда сохраняется такая проблема как языковой барьер и культурные особенности. Слабое знание иностранных языков особенно отмечается среди среднего медицинского персонала отечественных медучреждений. В настоящее время активно растет спрос на специалистов со знанием иностранного языка, особенно востребованы испанский, арабский и китайский языки. Кроме того, в структуре медицинской организации, как правило, отсутствует штатные переводчики. В этих условиях расходы на переводчиков и преодоление языковых барьеров в среднем составляют 2-3 % затрат иностранных пациентов и, таким образом, увеличивают стоимость затрат на их лечение.

3. Сложный визовый режим и отсутствие специальных медицинских виз, осложняют получение визы на въезд в РФ для прохождения лечения. Потенциальные иностранные пациенты часто отказываются от лечения в РФ из-за сложно, длительной и дорогой процедуры получения виз. Отсутствует упрощенная процедура получения специальных виз для иностранных граждан с целью получения медицинских услуг, а также имеются сложности с продлением деловых виз в целях поездки по статье "лечение".

Введение электронных виз и упрощенного порядка их получения смог бы упростить прием медицинских туристов. Виза должна позволять многократный въезд в страну, что обеспечит пациенту поэтапное лечение, если в нем есть необходимость, и последующую реабилитацию. Сейчас получение российской визы может занимать 7–10 дней, а в мировой практике медицинскую визу можно получить в течение суток. По словам президент Российской ассоциации медицинского туризма Константина Онищенко, в случае введения медицинских виз рынок одного только Ирана мог бы обеспечить Россию большим притоком иностранных пациентов.

Во многих странах мира медицинские визы используются как инструмент стимулирования въездного туризма, например, медицинская электронная виза в Индии действительна в течение 120 суток. Статистика показала, что в 2020 году иностранцы, приезжающие на лечение в Индию, принесли в экономику страны 7 млрд. долл. Доля виз в целях медицинского туризма в Индии составляет 45 % всех полученных виз в эту страну.

Таким образом, развитие **экспорта медицинских услуг** усилит позитивный имидж российского здравоохранения на мировом рынке, и позволит привлечь дополнительные инвестиции в российское здравоохранение на строительство **новых лечебных учреждений, оснащение их современным оборудованием, на развитие высокотехнологичной медицины.**

Список литературы

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие здравоохранения» (Утверждена постановлением Правительства от 26 декабря 2017 года №1640)
2. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», «Развитие экспорта медицинских услуг»

3. Герасимов, П. А. Специфика международного рынка медицинских услуг в условиях глобализации // Российское предпринимательство. – 2018. – № 20 (242). – С. 144-151.
4. Bloomberg: Рейтинг стран мира по эффективности систем здравоохранения в 2016 году /Гуманитарные технологии: аналитический портал. – [URLhttp://gtmarket.ru/news/2016/10/08/7306](http://gtmarket.ru/news/2016/10/08/7306)

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

SWOT- АНАЛИЗ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «КОНТИ-РУС».

Меркулова Н. С., Яковенко М. С.

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», г.Курск

Выбор и обоснование стратегических альтернатив в деятельности хозяйствующего субъекта, в том числе и в финансовой сфере, определяется сочетанием его сильных и слабых сторон, а также конъюнктурой внешнего окружения. Решение представленного спектра вопросов при формировании корпоративной финансовой стратегии организации становится возможным на основе применения такого управленческого инструмента как SWOT-анализ. Проведение SWOT-анализа в деятельности АО «КОНТИ-РУС» состоит из ряда последовательных этапов. На первом этапе проведения SWOT-анализа хозяйственно-экономической деятельности АО «КОНТИ-РУС» необходимо исследовать сильные и слабые стороны функционирования корпорации [1,5]. Результаты оценки сильных и слабых сторон деятельности АО «КОНТИ-РУС» представлены в таблице 1.

Таблица 1- Сильные и слабые стороны АО «КОНТИ-РУС»

Сильные стороны	Слабые стороны
Узнаваемость торговой марки и наличие устойчивого потребительского спроса на продукцию	Не высокий уровень рекламной активности
Наличие четкого отлаженного алгоритма управления производственными процессами на предприятии	Низкий уровень представленности продукции на «горячих» полках ведущих ритейлеров
Высокий уровень контроля качества продукции	Существенный уровень морального износа оборудования
Гибкая ценовая политика с учетом изменения рыночной конъюнктуры	Не значительная доля рынка кондитерской продукции даже в регионах присутствия
Высокий уровень квалификации персонала	Отсутствие свободных источников средств для реализации инвестиционной политики предприятия

Как видно из данных таблицы 1 по итогам проведенного SWOT-анализа хозяйственно-экономической деятельности АО «КОНТИ-РУС» обладает определенным набором сильных и слабых сторон. В этой связи менеджмент АО «КОНТИ-РУС» должен стремиться к более активному использованию сильных сторон деятельности предприятия и уменьшению негативного влияния слабых сторон его деятельности. Ключевым элементом сильных сторон производственно-экономической деятельности корпорации является узнаваемость торговой марки и наличие устойчивого потребительского спроса на продукцию, основанной на высоком качестве производимой продукции. Отмеченные обстоятельства должны стать основой для оптимизации корпоративной финансовой стратегии АО «КОНТИ-РУС».

Следующим этапом проведения SWOT-анализа хозяйственно-экономическая деятельность АО «КОНТИ-РУС» является исследование возможностей и угроз функционирования корпорации. В рамках проведения данного этапа необходимо сформировать основные возможности развития производственно-экономического потенциала АО «КОНТИ-РУС», а также составить перечень потенциальных угроз, которые могут негативно сказаться на финансовых результатах функционирования корпорации[2]. Итоги данного этапа SWOT-анализа хозяйственно-экономическая деятельность АО «КОНТИ-РУС» представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Перечень возможностей и угроз АО «КОНТИ-РУС»

Возможности	Угрозы
Развитие инновационных технологий в области производства кондитерской продукции	Появление новых конкурентов на рынке кондитерской продукции
Появление новых рынков сбыта продукции и расширение возможностей старых	Негативное влияние снижения уровня доходов населения по воздействию макроэкономических факторов
Активизация рекламной деятельности и рост эффективности использования ценового инструмента для повышения продаж	Возникновение перебоев в производственном процессе
Построение тесных взаимоотношений с основными ритейлерами Российской Федерации	Сокращение рыночных возможностей реализации продукции из-за изменение политики ведущих ритейлеров
Привлечение инвестиций для расширения производственного потенциала	Нарушение поставщиками условий контракта

На основе материалов, представленных в таблице 2 можно сделать вывод о том, что основными возможностями, способствующими расширению стратегических направлений функционирования АО «КОНТИ-РУС» являются:

- внедрение инновационных технологий, позволяющих выпускать более качественную продукцию, а также расширять ее ассортимент, но при этом создающих условия для минимизации производственной себестоимости;

- расширение существующих и выход на новые рынки сбыта продукции производственного предприятия для за счет активизации маркетинговой и рекламной компании;

- привлечение определенной суммы инвестиций, позволяющих обновить существующий парк оборудования и технологических линий для более эффективной организации всего производственного процесса.

Основными отрицательными аспектами функционирования АО «КОНТИ-РУС», раскрывающимися в виде угроз являются:

- усиление конкурентной борьбы на кондитерском рынке страны, а также на внешних рынках за счет активизации деятельности существующих конкурентов и появление новых;

- уменьшение платежеспособности спроса на продукцию за счет макроэкономических факторов и сокращения платежных возможностей населения;

- нарушение коммуникационных партнерских связей с основными покупателями и дилерами.

На основе обобщения материалов анализа сильных сторон и возможностей развития производственно-экономической деятельности АО «КОНТИ-РУС» в таблице 3 представим матрицу возможностей предприятия[3].

Таблица 3- Матрица возможностей АО «КОНТИ-РУС»

Вероятность использования на предприятии	Влияние на предприятие		
	сильное	умеренное	малое
Высокая	ПОЛЕ ВС Появление новых и расширение возможностей существующих рынков сбыта продукции	ПОЛЕ ВУ Построение тесных взаимоотношений с основными ритейлерами Российской Федерации	ПОЛЕ ВМ
Средняя	ПОЛЕ ВС Активизация рекламной деятельности и рост эффективности использования ценового инструмента для повышения продаж	ПОЛЕ ВУ Развитие инновационных технологий в области производства кондитерской продукции	ПОЛЕ ВМ
Низкая	ПОЛЕ ВС Привлечение инвестиций для расширения производственного потенциала	ПОЛЕ ВУ	ПОЛЕ ВМ

Анализ результатов формирования матрицы возможностей в деятельности АО «КОНТИ-РУС» свидетельствует о том, что основными направлением стратегического развития производственного предприятия должны стать мероприятия в области расширения имеющихся рынков сбыта. Основными инструментами по расширению рынков сбыта продукции АО «КОНТИ-РУС» должны стать интенсификация рекламной деятельности и использования средств стимулирования сбыта, гибкая ценовая политика, развитие коммерческой экспансии на внешних рынках.

После построения матрицы возможностей в таблице 4 составим матрицу угроз АО «КОНТИ-РУС»[4].

По итогам проведенного SWOT-анализа хозяйственно-экономической деятельности АО «КОНТИ-РУС» можно сделать вывод о том, что к числу основных угроз в деятельности предприятия можно отнести следующие:

- появление новых конкурентов на рынке кондитерской продукции;
- негативное влияние снижения уровня доходов населения по воздействию макроэкономических факторов.

Таблица 4- Матрица угроз АО «КОНТИ-РУС»

Вероятность реализации угрозы	Влияние на предприятие			
	разрушение	критическое состояние	тяжелое состояние	«легкие ушибы»
Высокая	ПОЛЕ ВР	ПОЛЕ ВК Появление новых конкурентов на рынке кондитерской продукции	ПОЛЕ ВТ	ПОЛЕ ВЛ
Средняя	ПОЛЕ СР	ПОЛЕ СК Негативное влияние снижения уровня доходов населения по воздействию макроэкономических факторов	ПОЛЕ СТ Сокращение рыночных возможностей реализации продукции из-за изменение политики ведущих ритейлеров	ПОЛЕ СЛ Нарушение поставщиками условий контракта
Низкая	ПОЛЕ НР	ПОЛЕ НК	ПОЛЕ НТ Возникновение перебоев в производственном процессе	ПОЛЕ НЛ

В целом можно сделать вывод о том, что для снижения негативного влияния данных угроз менеджменту АО «КОНТИ-РУС» необходимо разработать мероприятия, которые будут максимально полно использовать сильные стороны деятельности предприятия и сочетаться с его возможностями. Основными направлениями и возможностями оптимизации хозяйственно-экономической деятельности АО «КОНТИ-РУС» являются:

- появление новых и расширение возможностей существующих рынков сбыта продукции;
- активизация рекламной деятельности и рост эффективности использования ценового инструмента для повышения продаж.

Таким образом, основным направлением стратегического развития АО «КОНТИ-РУС» должна стать реализация стратегии роста, которая позволит увеличить масштабы производственной деятельности и расширить возможности роста объемов реализации продукции предприятия.

Список литературы:

1.Кривякин С.В., Меркулова Н.С. Имущественное положение корпорации как основа формирования финансового состояния // Политика, экономика и инновации. 2019. №6 (29). С.11

- 2.Огорева Ю.А. Практика применения SWOT-анализа на предприятии пищевой промышленности // В сборнике: Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно- практической конференции. Под общей редакцией Б.Н. Герасимова.2019.С.103-107
- 3.Ойхер А.Д. Стратегический анализ взаимодействия управленческих компаний с внешней средой //Дискуссия.2018.№1(86).С.60-64.
- 4.Павлуцких М.В., Палий Д.В. Применение SWOT-анализа при разработке стратегии деятельности предприятия // В сборнике: Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе, материалы I Всероссийской научно- практической конференции. 2017.С. 222-225
5. Петухова Н.А. Оценка надежности технологической системы по параметрам качества продукции // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. - №2 (92). С.23-26.
- 6.Официальный сайт АО «КОНТИ-РУС». - [электронный ресурс]. –URL: <http://www.konti.com/ru> (Дата обращения 20.09.2020)

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ НАПРАВЛЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Емельянова И.Н., Асриев С.В.

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова филиал
в г. Пятигорске Ставропольского края

Для обеспечения эффективной инвестиционной деятельности организации нужно организовать систему внутреннего аудита, контроля и управления рисками таким образом, чтобы удовлетворить потребности корпоративного управления, что будет способствовать рациональному использованию имеющихся ресурсов.

Каждый инвестор перед принятием решения, в какую компанию инвестировать, хочет знать, эффективно работает выбранная организация или нет. С этим поможет система внутреннего контроля.

Инвесторы могут получить необъективную, неполную информацию из отчетных и учетных документов организации. Подобное связано с наличием определенных недостатков и погрешностей в системах финансового учета, отсутствие эффективной системы внутреннего контроля [3].

В качестве гаранта прозрачности финансовой деятельности коммерческой организации может выступать эффективная система управления рисками и внутреннего контроля.

Следовательно, в качестве одного из факторов, усиливающих систему внутреннего контроля и способствующих выработке интенсивного развития организаций, выступает формирование внутреннего аудита. Посредством этой системы главные менеджеры организации могут сфокусироваться на решении разных проблем в коммерческой деятельности.

Система внутреннего контроля должна отличаться адекватностью, соответствием международным требованиям, быстрой адаптацией к происходящим изменениям действующего российского законодательства.

Оценка эффективности систем управления организацией, рисками, внутреннего контроля выступает

в виде главной основополагающей функции внутреннего аудита.

Анализ зарубежного и отечественного опыта работы коммерческих организаций демонстрирует эффективность единой системы контроля, внутреннего аудита и управления рисками.

Опыт работы организаций как на родине, так и за рубежом показал, что для достижения большей эффективности необходимо построить единую систему контроля, внутреннего аудита и управления рисками.

Правильно созданная система внутреннего контроля должна решать следующие стратегические задачи:

- упрочение вертикали контроля посредством реализации структурных преобразований;
- комплексный контроль над дочерними филиалами;
- систематический анализ, мониторинг и оценка эффективности деятельности;
- формирование комплексной программы мер по профилактике, предупреждению и пресечению злоупотреблений и мошенничества;
- создание системы информационного обеспечения;
- повышение компетенции сотрудников контрольной службы;
- разработка внутренних аудиторских стандартов.

Все сотрудники организации всех должностей несут общую ответственность за эффективную работу внутреннего аудита.

Ее можно достичь через применения концепции системности и периодичности аудита. Подобное будет способствовать выявлению операционных и финансовых рисков, предотвращению должностных злоупотреблений.

Правильно организовав внутренний аудит, можно добиться:

- рационального расходования ресурсов;
- преумножения результатов деятельности;
- достоверности бухгалтерской отчетности;
- соблюдения предписаний внутренних документов фирмы и действующего законодательства.

Следовательно, можно выделить следующие направления развития внутреннего аудита в коммерческих организациях:

1. Организация в разрезе бизнес-процессов и ориентации на достижение определенных результатов. На сегодняшний день эффективной управленческой концепцией считается процессный подход (управление на основе бизнес-процессов), однако, современные российские компании используют ее не в полной мере.

Внутренний контроль бизнес-процессов по праву можно охарактеризовать как один из перспективных инструментов, так как в процессе проведения анализа бизнес-процессов можно обнаружить проблемные области, разработать соответствующие мероприятия для оптимизации бизнес-процессов и т.д. [2].

Внутренний контроль бизнес-процессов включает в себя анализ деятельности коммерческой организации, направленный на получение сведений о состоянии текущих дел, оценку отдельных показателей для выработки рекомендаций по оптимизации бизнес-процессов.

2. Ориентирование на осуществление стратегических целей предприятия.

Необходимо достичь гармоничного функционирования между системой управления и внутреннего контроля.

Любая реализация контрольных функций сопряжена с широкими полномочиями, потому специалистам внутреннего аудита необходимо внедрить перечень определенных прав и возможностей для соответствия должности вмененным обязанностям и правам. Для большей эффективности внутренний аудит должен отличаться разноплановостью и охватывать разные виды работы экономического субъекта. Также необходимо помнить о принципе комплексности. В идеале во всю финансово-хозяйственную деятельность должна быть внедрена система внутреннего контроля. А внутренним аудитом может, как оцениваться надежность и эффективность отдельных элементов системы внутреннего контроля, так и проводиться узкоспециализированные внутренние проверки.

Следовательно, комплексная реализация обоснованных направлений развития внутреннего аудита в коммерческой организации поспособствует более успешному функционированию системы управления.

Место службы внутреннего аудитора в организационной структуре предприятия зависит от множества факторов [1].

Главными выступают:

- цель формирования отдела или введение в штат внутреннего аудитора;
- размеры, организационно-правовая структура, ресурсы, масштабы и виды деятельности экономического субъекта;
- количество и неоднородность месторасположения обособленных подразделений либо дочерних компаний.

От позиций руководства во многом зависят структура и иерархическое подразделение внутреннего аудита касательно внутреннего контроля. Иными словами, как правильно руководство понимает роль последнего в управлении экономическим субъектом. По мере накопления кадрового, финансового, интеллектуального потенциала и организационного развития управления образуются ранг и структура подразделения. В начале подразделение внутреннего аудита можно сформировать как штатное звено, реализующее консультационные функции. По мере роста его непосредственного влияния на деятельность предприятия в его функции будут переходить реализация задач и формирование рекомендаций по совершенствованию всех уровней управления.

В качестве ключевого условия результативной работы системы внутреннего контроля в коммерческой организации может выступать соблюдение некоторых принципов его результативности.

В случае несоблюдения в организации перечисленных принципов, система внутреннего контроля будет либо не действительна, либо не эффективна. Если же все принципы будут соблюдены, то система внутреннего аудита будет считаться эффективной при превышении значения показателя ее непосредственной результативности над стоимостью.

Далее будут рассмотрены остальные положения об эффективности внутреннего аудита.

На повышение эффективности внутреннего аудита оказывают влияние этические нормы и профессиональные стандарты внутреннего аудита.

Наличие кодекса этики и внутренних аудиторских стандартов позволяет руководящему аппарату и внешним аудиторам адекватно оценить состояние внутреннего аудита.

Довольно часто рекомендации и предложения внутреннего аудитора обсуждаются с органами управления организации. В результате их обсуждения возможно возникновение разных разногласий, напряженных дискуссий. Аудитор должен уметь доказать свою правоту, что зависит от его личностных качеств и профессионализма. Он обязан соблюдать кодекс этики внутреннего аудита и внутренние аудиторские стандарты организации. В процессе их разработки можно воспользоваться опытом зарубежных

стран, однако, их положения не должны браться как образцовые. Их необходимо детально проанализировать, оценить и переработать[4].

В ходе исследования были выявлены основные положения, которые должны содержаться в кодексе этики и внутренних аудиторских стандартах.

Кодекс этики должен включать в себя общие формулировки форм поведения профессионального аудитора.

А также положения касательно поведения аудиторов и этические принципы: объективность, лояльность, конфиденциальность, независимость и ответственность.

Рассмотрим их более подробнее.

Принцип независимости позволяет внутренним аудитором беспристрастно проводить аудит и выражать объективные суждения. Данный принцип также распространяется и на собственные суждения аудитора, чтобы они не зависели от суждений коллег, других работников фирмы. Внутренний аудитор не должен принимать подарки и ценности от работников организации, способные повлиять на их независимость.

Принцип объективности напрямую зависит от принципа независимости. Объективность подразумевает соблюдения внутренним аудитором независимости и честности при исполнении работы. Если существует хоть какая-то верность воздействия на объективность аудитора как со стороны руководства, так и сотрудников проверяемого объекта, то он должен отказаться от проведения проверки. Ничто не должно оказывать влияния на степень объективности аудиторского заключения.

Принцип лояльности подразумевает отказ аудитора от сознательного участия в нелегальной деятельности, дискредитирующих процессах, конфликтных интересов. Подразделение аудита не должно зависеть от управляющего аппарата. Подобное избавить от причастия внутреннего аудита в распределении власти.

Принцип ответственности. Внутренний аудитор должен быть готов к исполнению своих должностных инструкций в пределах собственных возможностей и компетенции, к несению ответственности за деятельность аудиторского подразделения. Качество услуг, профессиональный уровень, эффективность должны систематически улучшаться внутренними аудиторами.

Принцип конфиденциальности подразумевает соблюдение осторожности в использовании информации, полученной при аудиторской проверке. Использование коммерческой информации, служебных отношений в личных целях находится под запретом.

Вторая часть кодекса этики должна содержать правила поведения в определенных ситуациях. Данные правила должны подлежать строгой формулировки и обоснованности для избежания неверного истолкования.

Деятельность подразделения внутреннего аудита напрямую зависит от целей их формирования, организационной структуры, вдов, размеров и масштабов деятельности и т.д.

В регулирующих стандартах внутреннего аудита должны быть указаны соответствующие методики с указанием целей и задач различных видов проверок, объектов и предметов этих проверок, рабочих и отчетных аудиторских документов, возможных ошибок и нарушений, порядок действий и последовательность работ.

Исходя из всего вышесказанного, были предложены следующие стандарты, тем или иным образом освещающие стадии внутреннего аудита.

Первый стандарт - «Планирование внутреннего аудита». Он будет содержать правила составления

планов и программ внутреннего аудита. Под программой аудита понимается составленный письменно план по реализации контрольных мероприятий, также при этом определяются задачи и цели, источники сведений и объекты, последовательность и сроки реализации.

Процесс планирования величины издержек на реализацию аудита важен для рассмотрения. В планах должны предусматриваться минимизации затрат и максимизация эффекта. А также важно, чтобы работа внутренних аудиторов носила конфиденциальный характер во избежание подтасования фактов.

Гарантии объективности и поддержание выполнения целей обеспечиваются стандартом «Проведение процедур сбора, систематизации, документирования, анализа и оценки сведений о состоянии объекта внутреннего аудита». Необходимо наличие достаточного количества информации для осуществления целей и задач внутреннего аудита.

Порядок составления и представления отчетности аудитора будет регламентирован в стандарте «Отчет по результатам внутреннего аудита». В отличие от внешних отчетов, для отчетов внутреннего аудитора не существует строго унифицированной формы. Структура их отчетов носит рекомендательный характер, однако, должны соблюдаться определенные требования - объективность, своевременность, лаконичность, ясность и конструктивность. В более обобщенном виде подобные отчеты должны включать себя следующие реквизиты:

- 1) список выявленных отклонений;
- 2) перечень причин их возникновения;
- 3) оценка влияния полученных отклонений на организацию;
- 4) рекомендации по управлению ими;
- 5) оценка влияния данных рекомендаций на организацию;
- 6) предложения по совершенствованию функционирования организации.

Аудиторский отчет носит открытый характер до момента, когда пока управляющий организации письменно не ответит на все рекомендации и замечания. Итоговые отчеты о проведенной деятельности предоставляются в конце года. Данные отчеты содержат список выявленных в работе недостатков отдела с указанием причин и мер ликвидации, а также сравнение полученных фактических данных с запланированными.

Стандарт «Доведение результатов внутреннего аудита до заинтересованных лиц и последующие действия» описывает порядок действий и формы сообщения полученных результатов до заказчиков внутреннего аудита. Часто главный аудитор часто обсуждает разработанные рекомендации и предложения с администрацией. В стандарте также должен быть предусмотрен порядок проверки в будущем внутренними аудиторами достигнутых результатов, все ли необходимые действия были предприняты.

При необходимости все выше перечисленные стандарты должны периодически пересматриваться для поддержания соответствия современным условиям реальности.

Таким образом, на основании всего вышесказанного, можно отметить, что главная задача в сфере исследований внутреннего контроля заключается в разработке типовых программ осуществления, развития и усовершенствования системы внутреннего контроля. Подобные программы должны быть разнообразны и многочисленны. Процесс их разработки должен осуществляться с учетом разных начальных условий и возможностей коммерческой организации, тенденций развития государственной экономики и действующих механизмов ее непосредственного функционирования, менталитета персонала, сложившихся традиций.

Список литературы

1. Брайан, Хок. Основы внутреннего аудита / Хок Брайан. – Колумбус: HOCK international, LLC., 2014. - 230с.
2. Вольвач М.С. Аудит как элемент системы учета на предприятиях различной правовой сферы / М.С. Вольвач / Наука и студенты. – 2018. -№5. – С. 78-90
3. Красный И.А. Анализ и его влияние на деятельность организации / И.А. Красный // Вестник магистратуры. - 2017. - № 4-2(67) - С. 18-20.
4. Крышкин О.В.. Настольная книга по внутреннему аудиту: Риски и бизнес-процессы. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 477 с.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Ибрагимов А.Х., Абдулкадырова Н.А., Казиханова А.Р.

Дагестанский государственный университет народного хозяйства, г. Махачкала

Эффективное управление хозяйствующим субъектом в значительной степени зависит от уровня информационного обеспечения менеджмента компании. Необходимая для оперативного управления информация по учету затрат на производство продукции и ее продаже формируется именно в системе управленческого учета. В настоящее время управленческий учет получает все большее практическое применение в России. Этому способствует прогрессивная тенденция развития отечественного учета в соответствии с международными принципами [3].

В целях оперативного управления хозяйствующим субъектом очень важно своевременно получать информацию о финансовых результатах от реализации готовой продукции. В подготовке такой информации важную роль играет способ оценки готовой продукции, используемый в управленческом учете. Оценка как элемент метода бухгалтерского учёта зависит от способа калькуляции себестоимости продукции, работ, услуг и системы учёта затрат [7, с.63].

На сегодняшний день применяют следующие виды оценки готовой продукции:

1. По фактической производственной себестоимости;
2. По неполной (сокращенной) производственной себестоимости, исчисляемой по фактическим затратам без общехозяйственных расходов, может применяться в тех же производствах, где и первый;
3. По оптовым ценам реализации, где они могут использоваться в качестве твердых учетных цен;
4. По плановой (нормативной) производственной себестоимости, также выступающей в качестве твердой учетной цены;
5. По свободным отпускным ценам и тарифам, увеличенным на сумму НДС – при выполнении единичных заказов и работ;
6. По свободным рыночным ценам – при учете товаров, реализуемых через розничную сеть.

В зависимости от специализации производственного процесса в учетной политике предприятия может быть избран один из вариантов оценки готовой продукции в отчетности и текущем учете [1, р. IV, п.18]: фактическая себестоимость; плановая себестоимость; нормативная полная себестоимость; фактическая сокращенная себестоимость; нормативная сокращенная себестоимость; справедливая стоимость.

В соответствии с ПБУ 5/01 готовая продукция производственной организации, представляет собой МПЗ, предназначенные для продажи. Пунктом 5 ПБУ 5/01 установлено, что МПЗ принимаются к

бухгалтерскому учету по фактической себестоимости. Если организация самостоятельно изготавливает МПЗ, то фактическая себестоимость рассчитывается исходя из всех фактических затрат, связанных с их изготовлением (пункт 7 ПБУ 5/01) [2].

Реализация готовой продукции — это совокупность операций, в результате которых продукция, произведенная предприятием, переходит в собственность покупателя. При этом, объектами бухгалтерского учета являются готовая продукция в двух оценках: по фактической себестоимости и по учетным ценам [6, с.23].

В бухгалтерском учете готовую продукцию можно учитывать как по фактической производственной себестоимости, так и по нормативной (плановой) себестоимости. В зависимости от избираемого производственной организацией способа зависит порядок отражения готовой продукции на счетах бухгалтерского учета.

На предприятиях с узкоспециализированным и краткосрочным производственным процессом возможно отражение готовой продукции по фактической полной себестоимости в балансе и оперативном учете. Система учёта фактической полной себестоимости соответствует отечественным нормативным актам по бухгалтерскому учёту и налогообложению. Однако использование этой системы учёта не даёт возможности подготовить информацию для оперативного контроля уровня затрат на производство продукции.

Таблица 1 - Корреспонденция счетов по учету готовой продукции по фактической себестоимости

Корреспонденция счетов		Сумма, рублей	Содержание операции
Дебет	Кредит		
В течение месяца			
43	20	750 000	Принята готовая продукция на склад по планово-учетным ценам
90-2	43	500 000	Списана себестоимость реализованной продукции в планово-учетных ценах
В конце месяца			
20	02, 10, 70, 69, 25, 26	900 000	Учены расходы на производство продукции
43	20	30 000	СТОРНО Учтена сумма отклонения фактической себестоимости от плановой
90-2	43	20 000	СТОРНО Учтена сумма отклонения фактической себестоимости от плановой в доле реализованной продукции

Источник: [8]

Если учет готовой продукции осуществляется по нормативной (плановой) производственной себестоимости, то в организации устанавливаются учетные цены на продукцию, которые сохраняются постоянными в течение достаточно долгого времени и по которым в течение месяца продукция принимается

на склад и списывается со склада при ее продаже или ином выбытии. В конце месяца, когда сформированы все затраты и определена величина незавершенного производства, определяется разница между плановой и фактической себестоимостью. Вести учет этих отклонений можно двумя способами – с применением и без применения счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)».

Таблица 2 - Корреспонденция счетов по учету готовой продукции по нормативной себестоимости

корреспонденция счетов		Сумма, рублей	Содержание операции
Дебет	Кредит		
20	10, 70, 69, 25, 26	900 000	Отражены затраты текущего периода
40	20	780 000	Отражена фактическая производственная себестоимость готовой продукции (900 000 рублей – 120 000 рублей)
43	40	750 000	Принята к учету готовая продукция по планово-учетным ценам
90-2	43	500 000	Списана плановая себестоимость реализованной продукции
90-2	40	30 000	Включена в себестоимость реализованной продукции (780 000 рублей – 750 000 рублей) сумма выявленного отклонения (перерасход)

Источник: [8]

В международной практике применяется оценка готовой продукции в балансе и текущем учете по справедливой стоимости. Применение такой оценки предусматривается рядом международных стандартов: МСФО 2 — «Запасы», МСФО 18 — «Выручка», МСФО 41 — «Сельское хозяйство». Справедливая стоимость (рыночная цена) выражается в сумме денежных средств, достаточной для приобретения актива или исполнения обязательства при совершении сделки между участниками активного рынка. Активный рынок — это рынок однородных товаров, на которых продавцы и покупатели могут быть найдены в любое время, и информация о рыночных ценах публикуется [5].

Представляет интерес и оперативность получения информации о финансовых результатах от реализации готовой продукции. Исследования авторов показывают, что наименьшее количество бухгалтерских процедур отмечено при оценке готовой продукции по справедливой стоимости. Следовательно, метод оценки готовой продукции по справедливой стоимости предоставляет возможность оперативно определять финансовый результат от продажи готовой продукции и в большей степени соответствует требованиям оперативного управления предприятием [6, с.65].

Список литературы

1. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008). Утверждено приказом Минфином РФ от 06.10.2008 г. № 106н.
2. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01). Утверждено приказом Минфина от 9 июня 2001 г. № 44н.

3. Исаева. Д.Г. [Роль управленческого учета в современных условиях](#)/ Д.Г. Исаева, М.Я. Ярахмедова// Студент года. Сборник статей VI Межд. научно-исследовательского конкурса. – Москва. - 2018. - С. 128-132.

4. Осипов, В. И. Управленческий учет и контроль движения готовой продукции / В.И. Осипов, А.О. Горбункова, Ю.А. Чекалдаева. // Проблемы современной экономики : материалы IV Междунар. науч. конф. — Челябинск : Два комсомольца, 2015. — С. 65-69.

5. Скворцова. К.Е. Совокупный финансовый результат: проблемы формирования компонентов совокупного финансового результата, не включаемых в чистую прибыль отчетного периода /К.Е. Скворцова, А.В. Ивановская // Успехи современной науки. -2016. -№ 2. Т. 2. -С. 69-73.

6. Смольянинова. И.В. Затраты на производство продукции в системе управленческого учета предприятия / И.В. Смольянинова, А.Э. Ахмедов // Учет, анализ, аудит: от теории к практике. Сборник научных трудов. -2015. - С. 23-27.

7. Стефанова С. Н. Оценка готовой продукции в управленческом учете /С.Н. Стефанова// Учет и статистика. -2009. - №4. - С. 62-67.

8. Учет готовой продукции по фактической себестоимости [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/62213/> (дата обращения 11.10.2020).

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

СЕКЦИЯ №11.

МАРКЕТИНГ

СЕКЦИЯ №12.

PR И РЕКЛАМА

**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**

**СЕКЦИЯ №19.
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА**

**ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ И ПУТИ
ИХ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ СЗИУ РАНХиГС**

Меликян Лилит Оганесовна

Северо-Западный институт управления, филиал Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ

Нет сомнений в том, что мотивация и стимулирование персонала высших учебных заведений во многом определяет качество сопровождения образовательных услуг. Отношение современного общества к образованию значительно изменилось, если раньше оно было совершенно элитарно, то теперь это лишь очередная услуга на мировом рынке. Закономерно вытекает и проблема взаимодействия трудового коллектива, например, со студентами, что, в случае неудачи, может стать демотиватором для персонала образовательного учреждения.

Начнем с того, что одним из важных критериев эффективности работника является его удовлетворенность работой, своим рабочим местом и содержанием трудовой деятельности. То есть существует сообразная корреляция таких понятий, как удовлетворенность трудом и эффективность организационного поведения сотрудника, закономерно предположить, что чем ниже уровень удовлетворенности трудом у сотрудника, тем менее эффективно его поведение в организации [4, с. 6].

Именно мотивация является конститутивным показателем удовлетворенности сотрудника трудовой деятельностью в организации и, соответственно, одним из ключевых элементов, определяющих эффективность организационного поведения. Отсюда следует вывод, что под удовлетворенностью трудом понимается и ценностное, и эмоциональное восприятие сотрудником своего труда. [2, с. 115]

РАНХиГС ведет образовательную деятельность и позиционирует себя как «самый большой вуз самой большой страны». СЗИУ является крупным учебным заведением высшего образования, имеющим значительный по количеству штат высококвалифицированных преподавателей и сотрудников, мотивация последних и представляет интерес для нашего исследования. Для изучения уровня удовлетворенности и мотивации в мае 2020 года нами был проведен анонимный опрос, в котором приняли участие сотрудники СЗИУ РАНХиГС, а именно: женщины (90%) в возрасте от 25 до 55 лет, окончившие вуз и работающие в системе высшего образования более трёх лет.

Опрос состоял из 34 вопросов: вопросы открытого и закрытого типа, вопросы с выбором градации и с ранжированием.

Анализ состояния и результативности системы мотивации персонала проводился по следующим основным направлениям:

- удовлетворенность;
- психологический климат;
- зарплата и премирование;
- санитарно-гигиенические условия труда;
- техническое оснащение; и др.

Так, первый вопрос был направлен на выявление удовлетворенности сотрудников размером заработной платы (показатель 5 – удовлетворён, 4 - скорее удовлетворен, чем не удовлетворен, 3 – затрудняюсь ответить, 2 - скорее не удовлетворен, чем удовлетворен и 1 – не удовлетворён). Закономерно, что неэффективная система оплаты труда вместе с высокой требовательностью и большим списком должностных обязанностей вызывает у работника чувство неудовлетворенности, что провоцирует снижение производительности, качества труда, ухудшает социально-психологический климат трудового коллектива, а также приводит сотрудников организации к поиску подработки и/или новой работы. (См.рис.1)

1. В какой мере Вы удовлетворены зарплатком

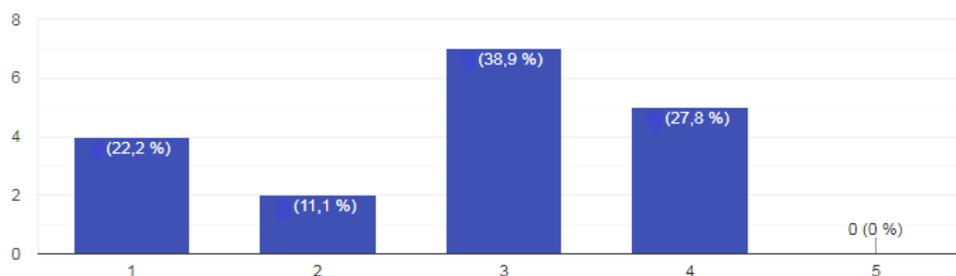


Рис.1

Очевидно, что, если зарплата перестаёт быть или никогда не была мотивацией, мотив не перерастает в целеполагание, а значит, не побуждает сотрудника к выполнению своего труда на должном уровне. Денежное вознаграждение должно представлять обязательную и справедливую реакцию на работу сотрудника.

Отсюда вытекает следующий вопрос из анкеты, связанный с необходимостью поиска дополнительного заработка. Результаты этих вопросов дополняют картину финансовой удовлетворенности сотрудников и отражают проблему низкой материальной денежной мотивации, с которой сталкиваются работники. Речь

идёт уже не об удовлетворении потребностей высокого уровня, а о возможности удовлетворить необходимые жилищно-бытовые проблемы для воспроизводства рабочей силы. (См. рис.№ 2, 3)

Существует мнение, что одним из результативных способов мотивации сотрудника является осуществление внезапных, незапланированных вознаграждений, которые обладают лучшим мотивирующим эффектом, чем систематические и ожидаемые денежные выплаты, превращающиеся в обязательную часть заработной платы. [5, с. 177]

Заставляет ли Вас сложившаяся социально-экономическая ситуация в стране искать дополнительные источники дохода?

18 ответов

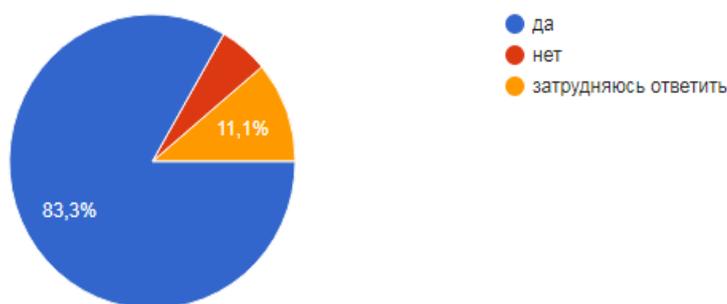


Рис.2

13. В какой мере Вы удовлетворены возможностью решения жилищно-бытовых проблем

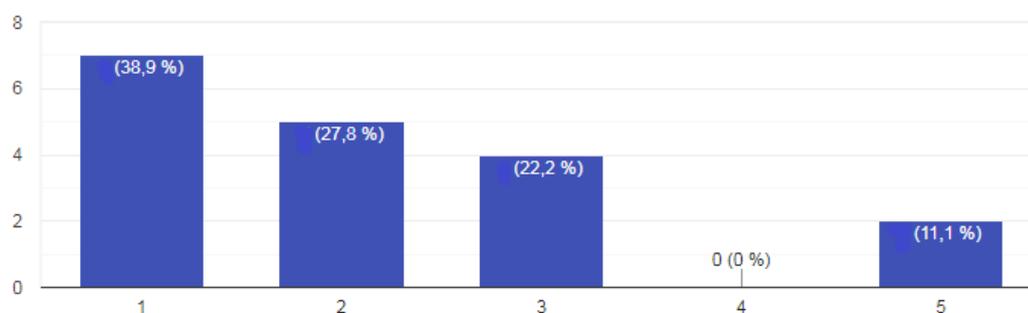


Рис.3

Ещё одной важной составляющей является – разнообразие работы и необходимость решения новых проблем, так как смена деятельности является залогом развития многофункциональности персонала (См. рис.№ 4, 5). Сотрудник, застрявший в необходимости выполнять одно и то же каждый день, теряет интерес к выполняемой работе, система многозадачности же, если она не угнетает количеством решаемых проблем, позволяет применить и раскрыть различные навыки и умения. Разнообразие позволяет быть в тонусе, расширяет профессиональный кругозор и нередко открывает новые грани профессиональной и личной составляющей человека. Результаты опроса показывают, что сотрудники не боятся новых задач и необходимости решать новые проблемы, готовы выполнять свою работу, развиваясь и обучаясь новому.

4. В какой мере Вы удовлетворены разнообразием работы

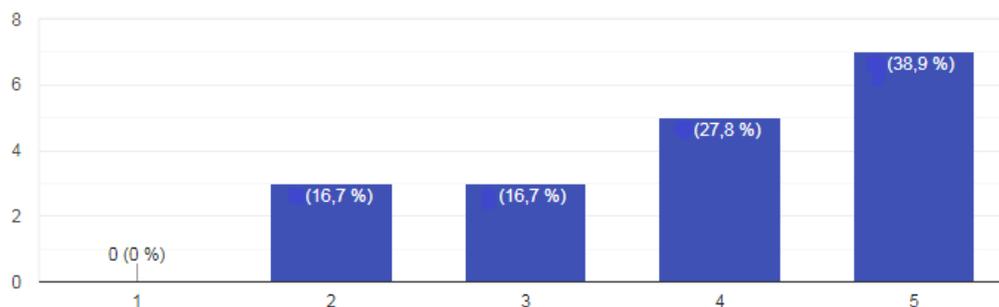


Рис. 4

3. В какой мере Вы удовлетворены необходимостью решения новых проблем

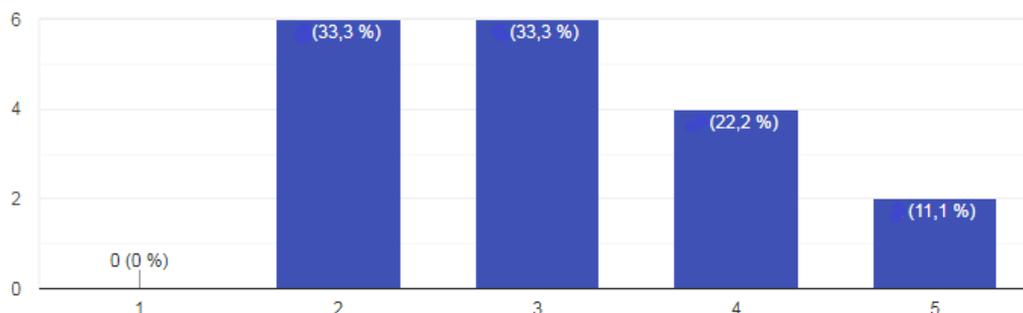


Рис. 5

Интересным представляется результат вопроса об удовлетворённости самостоятельностью в работе. Большинство сотрудников находит в этом плюсы, что говорит об их самоорганизованности, дисциплинированности, а также о доверии со стороны начальства к сотрудникам.

А.Л. Темницкий, проведя исследование на основе российского опыта и реалиях, пришёл к выводу, что сотрудники с высокой степенью чувства самостоятельности и независимости имеют такие характеристики как:

- более высокий уровень трудовой отдачи и положительное восприятие рабочих нормативных требований,
- во взаимоотношениях с руководством - установки на конформизм и сотрудничество,
- в отношениях с коллегами - установка на взаимопомощь и взыскательность к качествам профессиональной компетенции. [3; с. 41]

Подобные выводы вместе с результатами опроса дают высокую оценку работникам вуза.

5. В какой мере Вы удовлетворены самостоятельностью в работе

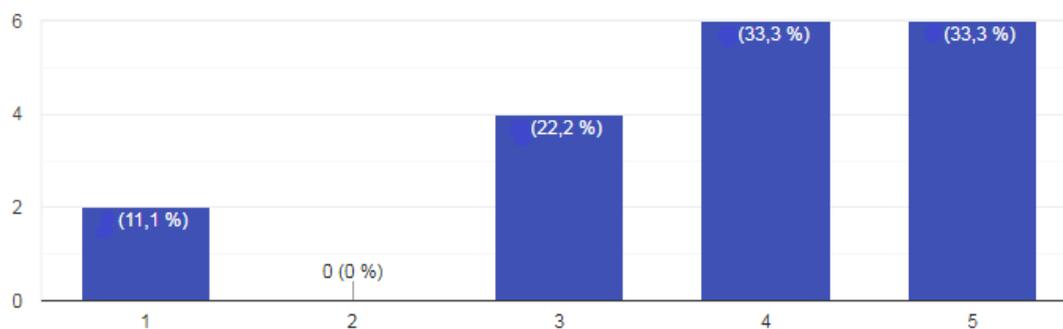


Рис. 6

Важным пунктом опроса было определение профессиональных целей и планов сотрудников на будущее. Так, стало известно, что 38,9% опрошенных рассчитывают перейти на следующую должность, 27,8% собирается продолжать работать на том же месте, что и сейчас и столько же планирует поменять место работы вместе со специальностью. Индивидуальный разговор с последней группой работников выявил, что эти люди после окончания вуза не смогли устроиться работать по профессии и выбрали СЗИУ подходящей площадкой для первого опыта профессиональной деятельности. Не смотря на совершенную незаинтересованность и даже нелюбовь к своей нынешней работе уровень их самоотдачи высок за счёт самоорганизации и чувства личной ответственности, что подтверждают их коллеги и начальство.

Каковы Ваши планы на ближайшие 1-2 года?



Рис. 7

Имеет достаточно положительный результат вопрос о мере довольствия отношениями с коллегами. Более 70% опрошенных позитивно оценивает взаимоотношения с коллективом, что даёт основание считать атмосферу благоприятной и для работы, и для общения. Кроме того, сотрудники вуза (77,8%) высоко оценивают взаимодействие со своими непосредственными начальниками.

10. В какой мере Вы удовлетворены отношениями с коллегами

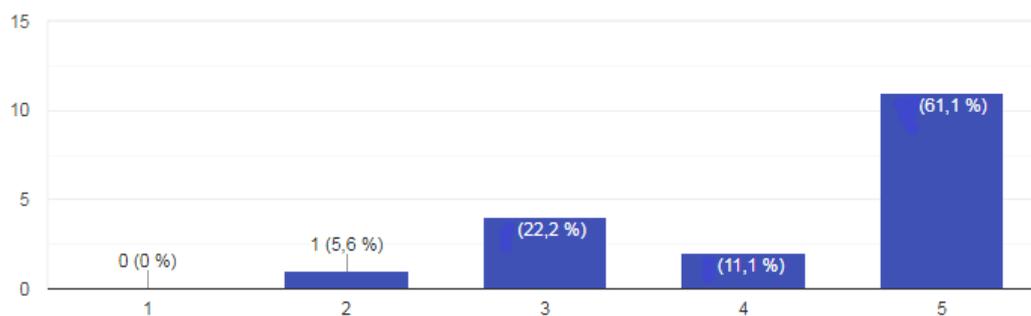


Рис. 8

11. В какой мере Вы удовлетворены отношениями с непосредственным руководителем

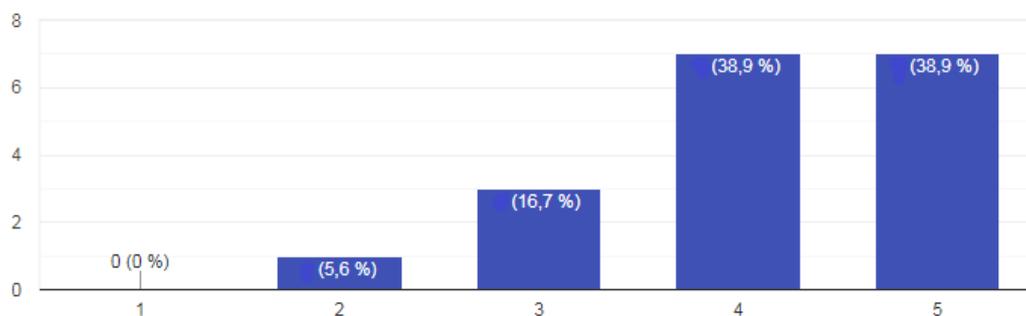


Рис. 9

Недостаточный уровень технической оснащённости рабочего места – ещё одна причина отрицательных результатов проведённого опроса. Сотрудники обозначили новую технику основополагающей частью их продуктивной работы и мотивацией к полной самоотдаче. Вуз, ставя высокие цели и требуя оперативного выполнения поставленных задач, не всегда учитывает, что технические возможности у всех сотрудников не одинаковые. Это проявляется в долгой загрузке файлов, в «зависании» компьютера и пр. Очевидно, что замена компьютеров могла бы значительно ускорить трудовой процесс и существенно повысить уровень мотивации сотрудников вуза. (См.Рис.№10)

12. В какой мере Вы удовлетворены уровнем технической оснащённости

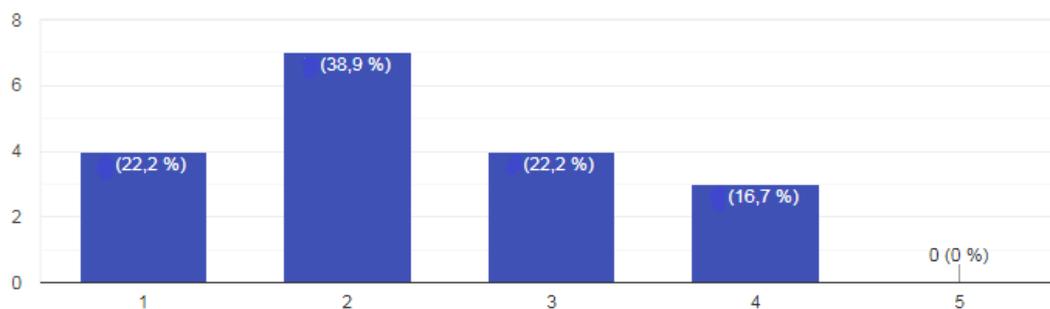


Рис.10

Проблема самоактуализации является одним из наиболее важных в жизни каждого человека, что нашло отражение в вопросе, где речь идет о состоянии счастья благодаря работе и о том, считают ли сотрудники свою работу интересной. Полученные ответы позволяют предположить, что большинство сотрудников факультета свою работу любят и не смотря на демотивирующие факторы стремятся к максимальному раскрытию своих компетенций, личных возможностей. (См.Рис.11, 12)

Чувствуете ли Вы себя счастливым благодаря работе?

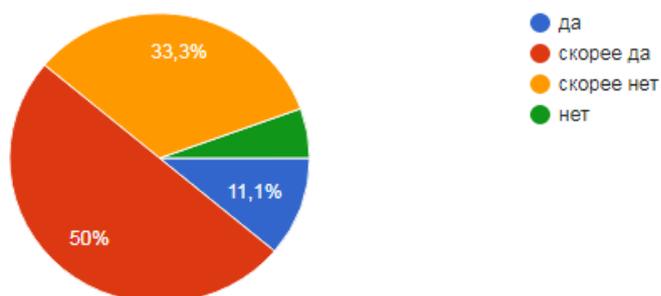


Рис.11

Считаете ли вы свою работу интересной?

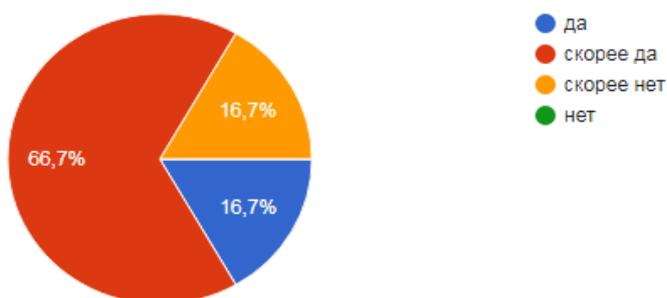


Рис.12

Вместе с тем очевидно, что проведенный нами опрос и его обобщенные результаты, выявил уязвимые стороны системы мотивации сотрудников вуза, на которые нужно обратить внимание, так как игнорирование отрицательных сторон может привести к тому, что мотивация персонала за счет положительного настроения сотрудников, любви и интереса к работе может в какой-то момент стать не достаточной для эффективной работы организации в целом. Дальнейшее совершенствование системы мотивации способно обеспечить комплексное положительное воздействие мотивационных факторов на сотрудников организации.

Таким образом автор статьи предлагает следующие методы повышения уровня мотивации сотрудников СЗИУ:

1. Формирование блока оплачиваемых организацией образовательных и культурных мероприятий на основе результатов мониторинга интересов персонала;
2. Формирование блока физически-оздоровительных и развлекательных мероприятий;

3. Разработка и дальнейшее внедрение системы материального стимулирования здорового образа жизни работников и дополнительного образования (отказ от курения, активные занятия спортом, курсы иностранного языка и пр.)
4. Предоставление социального пакета, в соответствии с потребностями персонала (корпоративное добровольное медицинское страхование, льготные кредиты; оплата детских учреждений; денежные вознаграждения и поддержки при разных жизненных ситуациях; оплата мобильной и Интернет связи, проезда к месту работы и по городу; бесплатная подписка на периодические издания; предоставление билетов на культурные мероприятия; и пр.)
5. Формирование и воспроизводство благоприятного морально-психологического климата коллектива путём организации корпоративных досуговых мероприятий.

Сущность вышеизложенного сводится к тому, что повышение эффективности системы мотивации возможно лишь в случае объективной и справедливой (с точки зрения сотрудников) оценки работы персонала. Сотрудник, чувствующий заботу со стороны руководства вуза, а так же уверенный в справедливой оценке его труда, способен проявить максимальный уровень самоотдачи, что положительно скажется на результате его личной и командной работы, будет способствовать повышению уровня конкурентоспособности организации в целом.

Литература:

Афонин А.С. Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты: уч. пособие. – К. : МЗУУП, 2013 – 304 с.

Варданын И.С. Исследования системы управления мотивацией персонала. // Управление персоналом. – 2016. №15. – С. 6.

Темницкий А. Л. Самостоятельность в работе как фактор формирования субъектности рабочих России. // Социологические исследования. – 2011. № 12. – С. 35-43.

Шермерорн Дж., Хант Дж., Осборн Р. Организационное поведение. – 8-е изд. /Пер. с англ. СПб. : Питер, 2015 – С. 115.

Филина Ф. Н. Начальник отдела кадров. Универсальный практический справочник / Ф.Н. Филина. – М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2009. – 304 с.

СЕКЦИЯ №20.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

СЕКЦИЯ №21.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

СЕКЦИЯ №22.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

СЕКЦИЯ №23.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

СЕКЦИЯ №24.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.00)

СЕКЦИЯ №25.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.03)

НЕФОРМАЛЬНАЯ ЗАНЯТОСТЬ РАБОТНИКОВ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА

И.В. Кузнецова

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва

Формальная, стандартная занятость наиболее характерна для индустриального уклада общества. С переходом к постиндустриальному этапу появляются иные формы занятости, которые возникают под влиянием новых информационных технологий, определяющих, в свою очередь, новую специфическую организационную среду экономической деятельности.

Современный рынок труда переживает период изменения и трансформации, которые порождаются преобразованиями, происходящими в социально-экономических отношениях. Одним из таких трендов является неформальная занятость, которая представляет собой трудовую деятельность в рамках «неформальной экономики» [1, с. 3].

Занятость в неформальном секторе экономики зачастую сопряжена с работой в непригодных с точки зрения охраны труда помещениях, с небезопасными для жизни и здоровья видами деятельности. Рабочие места в данном секторе предполагают низкий уровень квалификации и производительности труда работников, непостоянный или низкий заработок, ненормированный рабочий день, отсутствие у работников доступа к информации, рынкам, финансовым услугам, образованию, технологиям. Работающие в этой сфере не подпадают под нормы защиты трудового и социального законодательства, так как деятельность в неформальном секторе не подлежит регистрации, регламентации, а следовательно занятые в нем не могут быть признаны таковыми. Значительные масштабы неформальной экономики, по мнению Международной организации труда (МОТ), представляют серьезную проблему для защиты трудовых прав и обеспечения достойных условий труда. Негативное влияние, которое само существование неформального сектора оказывает на предприятия, доходную часть государственного бюджета трудно переоценить. Неформальные отношения на рынке труда подрывают доверие к проводимой официальными органами власти политике охраны труда и занятости, подрывают работу формальных институтов и нарушают условия конкуренции. Причины возникновения и существования неформальности на рынках труда большинство авторов, занимающихся этой проблематикой, объясняют выгодами и издержками неформальных трудовых практик для работников и работодателей. У формальности есть главное преимущество. Она дает возможность пользоваться формальными институтами, например, такими как правоохранительная, судебная и пенсионная системы. Однако низкое качество этих институтов сводит на нет выгоды от формальности. Необходимо также иметь в виду, что соблюдение норм налогового, трудового и других видов законодательства наряду с выгодами влечет за собой немалые издержки. Вполне очевидно, что в случае слабых механизмов контроля за неформальными практиками, работники и работодатели выбирают неформальность.

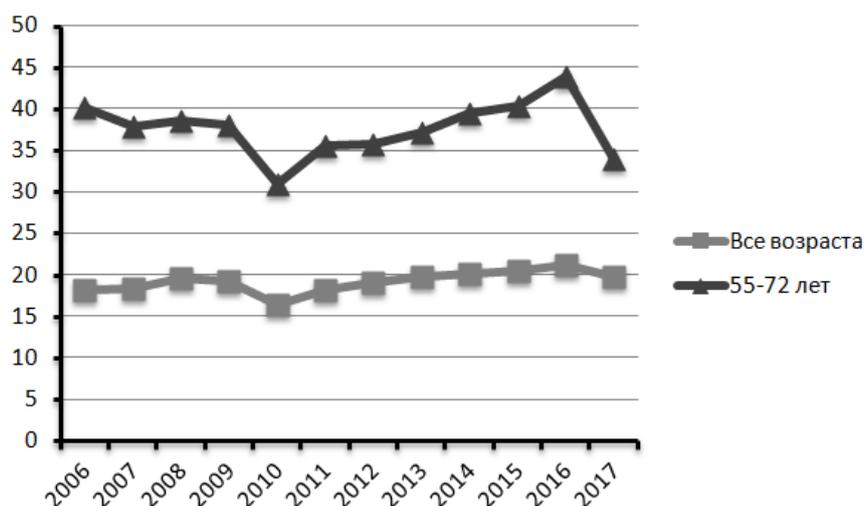


Рис. 1. Удельный вес занятого в неформальном секторе населения старших возрастных групп (в процентах)¹

Серьезной социально-экономической проблемой является распространение неформальных трудовых отношений на людей, принадлежащих к старшей возрастной группе (рис. 1). Количество работающих пенсионеров в последние десятилетия неуклонно увеличивалось. За 2005–2017 гг. численность занятых в возрасте 50–72 лет выросла на 30%, или на 4,5 млн человек [7].

Основной причиной побуждающей людей работать после выхода на пенсию является недостаточный объем пенсионных выплат, что подтверждают результаты опроса, проведенного ВЦИОМ [2]. Каждый пятый пенсионер в России продолжает работать. По мнению опрошенных россиян, продолжать трудиться пенсионеров чаще заставляют материальные трудности, нежели интерес и привычка к работе. Средний размер оплаты труда в любой отрасли выше, чем средняя пенсия, поэтому пенсионеры предпочитают сохранить занятость и одновременно получать пенсию. Выплату пенсий и оклада работающим пенсионерам в полном объеме считают справедливой 81% опрошенных ВЦИОМ респондентов.

Анализ, проведенный НИУ ВШЭ [3] показывает, что пик заработков на российском рынке труда наступает раньше, чем в развитых странах, а после достижения работником 40-летнего возраста начинает снижаться. Таким образом снижение заработков начинается в России задолго до наступления предпенсионного возраста и идет достаточно быстро.

Высокая доля возрастных работников на малооплачиваемых рабочих местах объясняется, как уже отмечалось выше, тем, что кроме зарплаты эта категория занятых получает дополнительный доход – пенсию по возрасту. В сумме пенсия с зарплатой делают привлекательными для пенсионеров рабочие места, которые не обеспечивают приемлемый уровень дохода более молодым соискателям. К тому же люди старших возрастов уже, как правило, вырастили своих детей, что делает их зарплатные ожидания более скромными.

Проведенный Центром трудовых исследований НИУ ВШЭ анализ отраслевой и профессиональной структуры занятости российских работников предпенсионного и пенсионного возраста [7] в частности касался возможности возместить потери занятости среди лиц рабочих возрастов за счет роста занятости лиц в возрасте 50-72 лет. В последние десятилетия старшие поколения служили важным источником пополнения российской рабочей силы. Причем основной прирост занятости старших возрастных групп

¹ Построено автором по: Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных исследований рабочей силы). 2018: Стат.сб./Росстат. – М.: Росстат. 2018. С. 91.

приходился на период 2005-2015 гг., когда численность таких работников увеличивалась более чем на 2 млн человек каждые 5 лет. В период 2005-2015 гг. наблюдались, как общее увеличение численности людей старших возрастных когорт, так и рост их уровня занятости. Однако в последнее пятилетие столь ощутимого прироста не наблюдается, так в 2017 г. занятость в возрасте 50-72 лет составляла 19,5 млн человек, в 2018 г. – 19,7 млн, а в 2019 г. – 19,6 млн. [4], что свидетельствует об исчерпании в данном временном промежутке этого компенсационного механизма.

Российские специалисты в области рынка труда и занятости сходятся во мнении, что решение продолжать трудовую деятельность после достижения пенсионного возраста россияне принимают главным образом из-за недостаточного объема пенсионных выплат. На трудовую активность лиц старших возрастных групп влияют и другие факторы. На рис. 2 представлена схема формирования трудовой активности под влиянием как спроса, так и предложения.

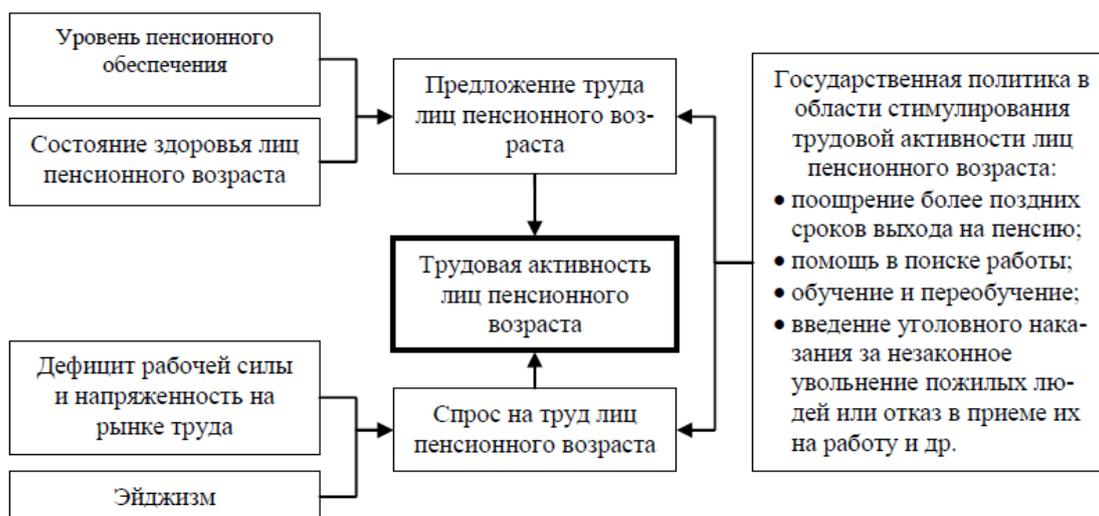


Рис. 2. Формирование трудовой активности лиц пенсионного возраста [8, с.157]

Негативным фактором, воздействующим на спрос является дискриминация людей по возрастному признаку или эйджизм. В обществе существуют стереотипы мышления, согласно которым пожилой работник рассматривается работодателем как менее способный, мотивированный и продуктивный. Возрастная дискриминация может проявляться по-разному: в возможностях трудоустройства и продвижения в компании, доступа к программам обучения и переобучения, в размере заработной платы. Худшие шансы трудоустройства или относительно низкая заработная не всегда есть следствие дискриминации. Отдельные пожилые работники могут оказаться действительно менее продуктивными по сравнению с молодыми, например, из-за отсутствия современных знаний и навыков или плохого состояния здоровья. Исследования показывают, что снижение продуктивности с возрастом действительно обнаруживается на тех рабочих местах, где от работников требуется постоянное решение проблем, быстрота реакции и обучения. Однако там, где важны опыт и навыки коммуникации, снижения продуктивности у пожилых не обнаруживается. Современные исследования в развитых странах опровергают стереотипы, согласно которым пожилые работники отличаются плохим здоровьем и неспособны к обучению. Таким образом, худшие шансы трудоустройства и относительно низкая зарплата пожилых работников далеко не всегда могут объясняться их низкой производительностью. На российском рынке труда возрастная дискриминация работающих пенсионеров проявляется прежде всего в оплате труда [6].

В 2017 г. заработная плата работников в возрасте 60-64 лет составляла 31949 руб., что на 17,2% ниже средней зарплаты по экономике, причем возрастная дифференциация увеличивается, в 2005 г. этот разрыв составлял лишь 7,1% [8, с.159]. Исследования показывают основные тенденции занятости пожилых работников в России: с одной стороны, концентрация в отраслях государственного сектора (где при относительно низкой зарплате выполняется трудовое законодательство и соблюдаются социальные гарантии), а с другой – перемещение в зону неформальной занятости (где, помимо низкой зарплаты, других форм компенсации обычно не предоставляется). Таким образом, можно предположить, что для части пожилых работников снижение зарплаты сопровождается и сокращением других составляющих компенсации за труд.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и БРФФИ в рамках научного проекта № 20-511-00020 «Особенности занятости и социализации лиц пенсионного возраста в Республике Беларусь и Российской Федерации: компаративистский социологический анализ».

Литература:

1. В тени регулирования: неформальность на российском рынке труда [Текст] : моногр. / под ред. В. Е. Гимпельсона, Р. И. Капелюшников; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. С. 3.
2. Выход на пенсию - не повод бросать работу? / Аналитический обзор ВЦИОМ № 2978 от 19 ноября 2015 г. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115470> (дата обращения: 20.03.2020).
3. Гимпельсон В.Е., Зинченко Д.И. Цена возраста: заработная плата работников в старших возрастах [Электронный ресурс] : препринт WP3/2019/05 / В. Е. Гимпельсон, Д. И. Зинченко ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – (Серия WP3 «Проблемы рынка труда»). – 40 с. URL: https://wp.hse.ru/data/2019/07/12/1479459990/WP3_2019_05_____.pdf (дата обращения: 20.03.2020)
4. Итоги выборочного обследования рабочей силы. Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13265> (дата обращения: 30.09.2020).
5. Капелюшников Р.И. Феномен старения населения: экономические эффекты // Экономическая политика. 2019. № 2. С. 8-63.
6. Клепикова Е.А., Колосницына М.Г. Эйджизм на российском рынке труда: дискриминация в заработной плате // Российский журнал менеджмента. 2017. № 1. С. 69-88.
7. Лукьянова А.Л., Капелюшников Р.И. Отраслевая и профессиональная структура занятости российских работников предпенсионного и пенсионного возраста [Электронный ресурс] : препринт WP3/2019/04 / А. Л. Лукьянова, Р. И. Капелюшников ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Электрон. текст. дан. (1 Мб). – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – (Серия WP3 «Проблемы рынка труда»). URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/280803544.pdf> (дата обращения: 30.09.2020).
8. Чистова Е. В. Занятость лиц пенсионного возраста: спрос и предложение на рынке труда России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №10-2. С. 155-161.

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.

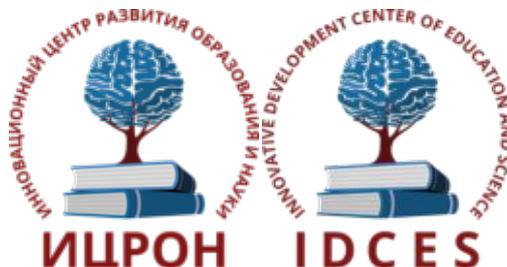
VII Международная научно-практическая конференция «**Развитие экономики и менеджмента в современном мире**», г. Воронеж

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



**О некоторых вопросах и проблемах
экономики и менеджмента**

Выпуск VII

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

г. Красноярск

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 10.11.2020.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 2,75.
Тираж 250 экз. Заказ № 112.

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