

НАУЧНАЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Материалы II международной
научно-практической конференции

(23 ноября 2022)

УДК 004.02:004.5:004.9
ББК 73+65.9+60.5
Н34

Редакционная коллегия:

Доктор экономических наук, профессор Ю.В. Федорова
Доктор филологических наук, профессор А.А. Зарайский
Доктор социологических наук, доцент Т.В. Смирнова

Н34 НАУЧНАЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ: материалы международной научно-практической конференции (23 ноября 2022г., Москва) Отв. ред. Зарайский А.А. – Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», Саратов 2022. - 363с.

978-5-907385-88-7

Сборник содержит научные статьи и тезисы ученых Российской Федерации и других стран. Излагается теория, методология и практика научных исследований в области информационных технологий, экономики, образования, социологии.

Для специалистов в сфере управления, научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов вузов и всех лиц, интересующихся рассматриваемыми проблемами.

Материалы сборника размещаются в научной электронной библиотеке с постатейной разметкой на основании договора № 1412-11/2013К от 14.11.2013.

ISBN 978-5-907385-88-7

УДК 004.02:004.5:004.9
ББК 73+65.9+60.5

© *Институт управления и социально-экономического развития*, 2022
© *Саратовский государственный технический университет*, 2022
© *Автономная некоммерческая организация "Центр развития туристических проектов и молодежных инициатив "ВОКРУГ ВОЛГИ"*, 2022

УДК 65.9

*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ПОСЛЕ КРИЗИСА

Аннотация: В данной статье разбираются основные направления по улучшению экономики государства на период с 2019 по 2023 года. Более детально раскрываются национальные цели развития государства до 2024 года.

Ключевые слова: Экономика, бюджетная система, кризис, пандемия, восстановление, государственная политика.

*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MAIN OBJECTIVES OF ECONOMIC DEVELOPMENT AFTER THE CRISIS

Abstract: This article discusses the main directions for improving the economy of the state for the period from 2019 to 2023. The national development goals of the state until 2024 are disclosed in more detail.

Key words: Economy, budget system, crisis, pandemic, recovery, public policy.

Российская экономика в данный момент переживает стагнационный период, связанный как с пандемией, так и с внешнеполитическими событиями. По заявлениям Правительства РФ экономическое положение

считается достаточно терпимым относительно остальных стран. Для сравнения уровень ВВП России снизился на 8%, в то время как ВВП США уменьшается на 32,9%. Большинство европейских стран имеют двузначный отрицательный показатель. Но в нашей стране по-прежнему остаются риски из-за отсутствия долгосрочных прогнозов по изменению основных экономических отраслей, так как ситуация в стране и мире стремительно меняется. [2]

В связи с таким положением Правительство приходит к незапланированным решениям. Так, снизилось финансирование госпрограмм вооружения в 5%, в 2021 году отменили индексацию заработной платы госслужащим. Удержанные средства были перенаправлены на поддержку здравоохранения, национальной экономики и социальной политики. По заявлениям Мин. Финансов РФ к концу 2022 года у государства в планах восстановить бюджет докризисного этапа. Основной целью плана является восстановление экономики страны, по данным Правительства на это потребуются около 6,4 трлн. руб. Данная сумма пойдет на восстановление и улучшение таких направлений как поддержка индивидуального предпринимательства, малых и средних бизнесов, увеличение платежеспособного спроса, трудовой занятости граждан. Общенациональный план включает в себя три этапа:

- Адаптация (июнь-сентябрь 2020 г.)
- Восстановление (октябрь 2020 г. - июнь 2021 г.)
- Активный рост (июль-декабрь 2021 г.)

Сейчас же основной задачей выступает возобновление экономического роста, кроме того уровень доходов граждан обязан быть не ниже 98% от 2019 г. [4]

Рассмотрим более детально Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года, который был принят 1 октября 2021 г. Было выдвинуто 5 направлений и задач, к решению которых будет стремиться государственная власть:

- Сохранение населения, здоровье и благополучие людей
- Возможности для самореализации и развития талантов
- Комфортная и безопасная среда для жизни
- Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство
- Цифровая трансформация

Прежде всего, конечно, вынесено сохранение населения, здоровья и благополучие людей. Ключевой точкой для решения задачи является здравоохранение и улучшение ее системы, в особенности в нынешний период развития болезней. Учитывая это, нужно отметить, что потребуются выделить особое внимание для улучшения качества медицинских услуг. Далее следует простимулировать рост благосостояния жизни граждан, через внедрение экономических и социальных распоряжений. Данные

мероприятия включают в себя повышение заработной платы, индексацию пенсий, поддержку занятости путем выплаты пособий по безработице, а также содействие в трудоустройстве, получения дополнительного профессионального образования. [3]

Вторым направлением идет создание возможностей для самореализации развития талантов, которое несет в себе обеспечение комфортных условий для получения дополнительного образования. Вместе с тем планируется развивать сектор олимпиад и государственных конкурсов, необходимых для раскрытия и обнаружения способностей детей, а также повышать уровень компетенций у профессиональных структур, посредством открытий новых центров по переподготовке сотрудников.

Создание комфортной и безопасной среды для жизни вынесли в третий пункт плана. Здесь намечены такие улучшения как: оптимизация открытия ипотек и прочих финансовых средств, способствующих привлечению инвестиций на тот или иной сектор экономики.

Обеспечение достойного труда и успешного предпринимательства также было внесено в список целей. Решать данный вопрос планируют через поддержание спроса покупателей при помощи организации стабильного роста доходов, помимо этого важно расширять общий экспорт в стране посредством усиления экспорта услуг отдельных ниш, таких как медицина, энергетика, сырье, туристических и транспортных услуг и IT-сферы.

И завершающей задачей перед государством будет стоять цифровая трансформация. Данный вопрос будет касаться абсолютно всех сфер и направлений в стране, начиная от здравоохранения, заканчивая строительством. Основной целью является полномасштабный переход всех систем в единую цифровую платформу, на которой граждане будут иметь возможность получить любую государственную услугу. [1]

Если учитывать, что на данный момент по всем направлениям ведется активная работа со стороны государства, то заявления большинства государственных структур о улучшении экономики России уже к концу 2022 года становятся вполне соответствующими.

Использованные источники:

1. Елкина, О. С. Экономическая безопасность: государство и регион: учебник / О. С. Елкина. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 408 с.
2. Криворотов, В. В. Экономическая безопасность государства и регионов: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» / В. В. Криворотов, А. В. Калина, Н. Д. Эриашвили. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 350 с.
3. Авраамова, Е. М. Экономическая ситуация в России после кризиса: ожидания, настроения, перспективы / Е. М. Авраамова, Д. М. Логинов. — Москва: Дело, 2020. — 52 с.

4. Бизнес и власть в России. Взаимодействие в условиях кризиса: монография / А. Н. Шохин, П. О. Авен, С. Р. Борисов [и др.]; под редакцией А. Н. Шохина. — 2-е изд. — Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 279 с.

*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Тольятти Россия
Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМЫ

Аннотация: Данная статья раскрывает первичные проблемы, связанные с введением CRM-системы в работу предприятия, которые возникают у сотрудников, а также показывает пути решения каждой из озвученных трудностей.

Ключевые слова: CRM-системы, внедрение, бизнес, предприятие, клиенты, автоматизация.

*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MAIN USER PROBLEMS AFTER CRM SYSTEM IMPLEMENTATION

Abstract: This article reveals the primary problems associated with the introduction of CRM-system in the work of the enterprise, which arise from employees, as well as shows how to solve each of the difficulties voiced.

Key words: CRM-systems, implementation, business, enterprise, customers, automation.

Согласно исследованиям 2014 года, на каждый вложенный в CRM-систему доллар прибыль соответствовала в 8,7 доллара. Данный показатель к 2022 году возрос примерно в 4 раза, сейчас вложенный

доллар приносит 30,5 долларов. Эта статистика по большей мере берется с тех компаний, где систему используют в полном объеме. Предприятия, где сотрудники не желают пользоваться удобствами CRM, такими показателями вряд ли смогут похвастать. [1]

Причины недовольства сотрудников системой могут быть разные, от сложности в освоении, до отрицания любых нововведений в принципе. Поэтому на каждую причину рабочих необходимо давать решение, которое их устроит. Рассмотрим основные трудности и способы их разрешения:

1. Работа по шаблону, привычка.

Часть персонала может возразить тем, что старая система и так отлажена и выполняет все функции (к примеру, заметки и работа в Excel таблицах).

Решением проблемы будут следующие пункты:

1) Продемонстрировать преимущества системы. Разъяснить своему персоналу, что система поможет уменьшить человеческий фактор (меньше пропускать задач, звонков клиентам и др.), не нужно создавать рутинные месячные отчеты, так как всё уже будет показано автоматически.

2) Предоставить развернутое обучение по пользованию CRM.

3) Вводить систему постепенно. Это поможет сотрудникам привыкнуть к новшеству и более плавно перевести их на новый формат работ, снизив уровень недовольств. [2]

2. Постоянное вписывание показателей.

В первое время персонал будет утверждать, что внесение всех данных в CRM отнимает очень много времени. Часто можно услышать от них, что “наша работа - общение с клиентом, а не постоянное заполнение данных в карточке”.

Решением выступают следующие аргументы:

1) Автоматическая связка всех данных с клиентской базой. Это позволит узнать о клиенте твоего коллеги всю необходимую информацию, если вдруг его нужно будет заменить.

2) Упрощение процедуры внесения показателей. Следует настроить систему так, чтобы основные данные по клиенту переносились без вмешательства сотрудника (такие как название контакта, номера, почта и др.)

3) Разделение на постепенное внесение информации. Нет необходимости вносить сразу всю информацию в карточку, но с каждым переходом по воронке, можно настроить внесение более подробной информации.

4) Логичное заполнение показателей. Информацию нужно вносить только ту, которая потребуется при работе с клиентом (излишняя нагрузка по заполнению будет только отвлекать). [2]

3. Отсутствие навыков работы с CRM-системой.

Знакомясь с новой системой, важно контролировать процесс обучения сотрудников, а не пускать их в открытое море информации, из-за которого они могут просто отказаться работать.

Решение достаточно простое - предоставление грамотного обучения:

1) Корпоративная подготовка. Наглядно показать все детали и процессы при работе в системе.

2) Иногда можно вводить экзамен по обучению для проверки усвоения материала, который будет считаться добавочной мотивацией.

3) Обратная связь. Стоит слушать заявления сотрудников по обучению, помогая разбираться с трудными задачами. [1]

4. Страх контроля.

У некоторых работников складывается впечатление о системе CRM, как о новом способе отслеживать их действия. Далее возникает страх неверных действий в системе и последующих санкций за них в виде штрафов и выговоров.

Качественная сессия ответов на частые вопросы поможет в этом:

1) Объясните, что CRM-система оптимизирует работу, а не шпионит за каждым действием. К примеру, уведомление о важном звонке клиенту поможет не забыть о нем в куче побочных задач.

2) Покажите, что CRM помогает распределить все задачи и разгрузить сотрудника, что повысит его работоспособность. [2]

5. Различие настроек CRM и выполняемых задач рабочего.

Иногда базовые настройки CRM-системы могут не соответствовать тому функционалу, который выполняет менеджер (к примеру, не связана телефония, разные формы отчетов). Это усложняет сбор необходимой информации по работе, а также мешает сотрудникам.

Решением выступит сбор обратной связи и разбор рабочих процессов каждого отдела:

1) Проведение опроса среди подчиненных об их каждодневных задачах. При введении системы, необходимо четко понимать, что выполняет сотрудник на каждом этапе воронки, из этого будет исходить набор функционала и запросы данных в самой системе.

2) Настройка связи CRM с другими сервисами. Важно, чтобы все процессы можно было решить в одной программе, чтобы сотруднику не приходилось открывать огромное количество приложений и вкладок и искать нужную ему информацию. [1]

Исходя из вышеперечисленного можно выделить 5 основных тезисов для решения проблемы статьи:

1) Постепенное внедрение системы.

2) Обеспечение грамотного обучения.

3) Сбор обратной связи от рабочих.

4) Рационализация количества показателей для введения.

5) Постоянное улучшение системы и подстраивание под необходимые задачи.

Эти условия способствуют улучшению работы компании.

Использованные источники:

1. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с.
2. Кузовкова, Т. А. Формирование цифровой экосистемы бизнеса: учебное пособие для студент магистратуры / Т. А. Кузовкова, Т. Ю. Салютин, О. И. Шаравова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 122 с.

*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Тольятти Россия
Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОСОБЕННОСТИ ВВЕДЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ

Аннотация: В этой статье подробно разбираются методы распоряжения своими финансами в сети интернет, освещаются некоторые меры предосторожности при использовании интернет-банкинга, а также предоставляются сведения о количестве клиентов, пользующихся услугами банка в онлайн.

Ключевые слова: Интернет-банкинг, банки, онлайн-платеж, платежные средства, обслуживание онлайн, Сбербанк, дебетовые карты.

*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

FEATURES OF THE INTRODUCTION OF INTERNET BANKING TODAY

Abstract: This article discusses in detail the methods of managing your finances online, highlights some precautions when using online banking, as well as provides information on the number of customers who use the bank's services online.

Key words: Internet banking, banks, online payment, means of payment, online services, Sberbank, debit cards.

В современном мире интернет и онлайн услуги для обычного пользователя оказываются неотъемлемой частью жизни, ведь это позволяет не только сэкономить свое время, но и воспользоваться любым сервисом не выходя из дома, либо же в любой удобной точке. На сегодняшний день прогресс дошел до возможности воспользоваться дистанционными сервисами по управлению и распоряжению своими финансами, возможностью оплачивать большинство услуг прямо в своем смартфоне. [2]

На смену наличным средствам сравнительно недавно пришли банковские карты, плотно закрепившиеся в нашей жизни, благодаря которым граждане могут перестать беспокоиться о необходимости ношения с собой купюр в большом объеме. Удобство дебетовых карт заключается еще и в возможности оплачивать товары или услуги достаточно быстро, не прибегая к ручному подсчету собственных средств. [1]

Но прогресс не стоит на месте, ведь уже сегодня абсолютно каждый владелец банковской карты может оплатить покупку не только в магазине, но и располагаясь в любой точке мира, имеющей выход и доступ к сети Интернет. Через “всемирную сеть” есть возможность заказать интересующий товар, забронировать номер в отеле, оплатить штраф и просто перевести средства на карту другому человеку.

Вышеописанные возможности стали доступными благодаря такому явлению как онлайн-банкинг. Данная система является еще достаточно молодой, если сравнивать её с пластиковыми картами банков или вовсе наличными средствами. В силу ее относительной новизны у общественности возникло естественное недоверие. Даже сейчас существуют группы людей, отрицающих возможности дистанционной оплаты, вполне вероятно из-за недостаточной осведомленности в данном аспекте. [3]

Чем же удобно данное новшество? Тем, что обычный человек, способный подключиться к интернету, может миновать долгие очереди и поездки до нужных магазинов, сервисов и государственных учреждений, просто зайдя на сайт своего банка и авторизовавшись в нем. Иначе говоря, все вопросы по подсчету денежных средств, кредитных счетов, заключению сделок и многому другому можно перейти и воспользоваться за пару кликов.

Впервые онлайн-банк был зарегистрирован в 1995 году в США, что принесло в свет электронные платежные сервисы, а также электронные деньги, которыми можно было распоряжаться по своему усмотрению из дома. [4]

На данный момент выделяют три способа самостоятельного обслуживания своих финансов:

- интернет-банкинг

- использование банковских услуг через мобильное приложение
- автоплатежи

Такого рода службы предоставляют экономию времени в живых очередях, отменяют привязку по времени (воспользоваться ими можно в любой момент и время суток), а также необходимость поиска ближайшего банка, банкомата или терминала.

Основной идеей такого проекта, как онлайн банк, является полное отсутствие необходимости личного пребывания человека на месте совершения сделки, оформления услуги, а также не обязательное наличие продавца. Абсолютно в каждой операции клиент самостоятельно совершает необходимый ему набор действий, который позже дорабатывается системой и проверяется непосредственно самим банком или же сервисом, что иногда позволяет даже сэкономить собственные деньги. [1]

Вернемся к нынешнему положению дел. Сейчас рынок услуг квалифицируется огромным числом потребителей, использующих онлайн-переводы и оплаты при помощи как вещественных карт, так и их цифровых копий, при помощи специальных приложений и сервисов. Ниже разберем статистические показатели по каждому из видов.

Опираясь на исследования конца 2021 года от компании “Markswebb Rank & Report” можно четко отметить, что порядка 20 миллионов человек в месяц осуществляют хотя бы одну операцию по перечислению средств или оплате услуги; При этом 90% из них используют онлайн-банк, SMS оплату. 6 миллионов используют из сервисов интернет банк. Из них почти половина, а это 3 миллиона, пользуются приложением “Сбербанка” - “Сбербанк.Онлайн”. Из данного числа почти 12 миллионов пользователей используют электронную копию своей карты, пользуясь онлайн-сервисами, а 8 миллионов по прежнему оплачивают через банковскую карту. [4]

Сбербанк на Российском рынке занимает первое место по числу клиентов интернет-банка и мобильного приложения, дающих услуги не только по распоряжению финансов, но и по оплате квитанций, оформлению заказов на товары, уплату налогов в самом приложении, что делает его самым популярным банком по всей стране. [2]

Сейчас в компании “Сбера” активно ведется работа по созданию совершенно новых проектов, которые обеспечат комфортное управление своими финансами. Для людей по прежнему пользующихся наличными средствами “Сбербанк” также предоставляет выгодные предложения, такие как увеличение числа терминалов и банкоматов по всем городам России.

Использованные источники:

1. Кибербезопасность в условиях электронного банкинга: практическое пособие / А. А. Бердюгин, А. Б. Дудка, С. В. Конявская [и др.]; под редакцией П. В. Ревенкова. — Москва: Прометей, 2020. — 522 с.
2. Сычев, А. М. Безопасность электронного банкинга / А. М. Сычев, П. В. Ревенков, А. Б. Дудка. — 2-е изд. — Москва, Саратов: ЦИПСИР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 320 с.
3. Мизя, М. С. Деньги. Кредит. Банки: учебное пособие / М. С. Мизя. — Омск: Омский государственный технический университет, 2021. — 112 с.
4. Блинов, А. Управление личными финансами: Как выжать максимум из банка, ПИФа и акций / А. Блинов. — Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019. — 153 с.

*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Тольятти Россия
Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ БИЗНЕС-АНАЛИТИКА

Аннотация: Данная статья раскрывает особенности профессии бизнес-аналитика пользующейся особым спросом в современном мире, в эпоху цифровизации. Рассмотрим запросы работодателей к данной профессии при приеме на работу, в том числе обозначим доступные сервисы для удобства работы.

Ключевые слова: бизнес-аналитика, анализ, работа с данными, бизнес, методы ведения бизнеса.

*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

SPECIFIC WORK OF A BUSINESS ANALYST

Abstract: This article reveals the peculiarities of the business analyst profession, which is in particular demand in the modern world, in the era of digitalization. We will consider the requirements of employers to this profession when hiring, including the available services for the convenience of work.

Key words: business analytics, analysis, data manipulation, business, business methods.

В современном мире существуют огромное количество разных профессий. Условия текущего десятилетия позволяют изучить абсолютно

любую работу, в каждой из которой имеется стабильная карьерная лестница, выбор состоит исходя из предпочтений и возможностей самого человека.

Далее разберем специфику такой профессии как бизнес-аналитик, ориентированной на сбор и анализ больших массивов данных.

Основной задачей бизнес-аналитика является изучение данных компании, выявление слабых позиций и проблемных моментов с последующим предоставлением решения по оптимизации, используя инструменты анализа показателей. [1]

Впервые профессия появилась в США и Западной Европе, около 20 лет назад. Именно в тот период люди начали понимать, что предприятиям не хватает наглядных способов развития и улучшения производства. Отсюда появилась потребность в сотрудниках, способных проанализировать деятельность бизнеса и предложить им инновационные решения. Таким образом, можно отметить, что данная специальность вполне актуальная и относительно молодая. [3]

Как и у каждого сотрудника имеются свои обязанности, так и специалист по аналитике данных должен выполнять определенный набор задач, неся за них ответственность. Нужно учитывать, что от приведенных выводов и прогнозов будет зависеть дальнейшая судьба предприятия. Помимо этого, специалист данной сферы должен вести переговоры с заказчиками, и, на основе их запросов, предлагать улучшения по продукту. Разберем основные задачи:

- исследовать основные фронты работ бизнеса, на основе статистических данных предлагать улучшения по увеличению конверсии, также проводить опросы и структурировать новую поступающую информацию. Для выполнения данных задач нужно необходимо хорошо пользоваться возможностями персонального компьютера;

- уметь составлять и проводить аналитику бизнес-моделей;

- подготавливать проекты по повышению эффективности работы предприятий, основываясь на всех действующих рабочих процессах внутри компании;

- уверенно взаимодействовать, составлять и редактировать документацию. Исполнение данной функции требует каждый работодатель, так как это является первостепенной обязанностью;

- подготовка и выступление с презентациями для совета директоров, заказчика и сотрудников для наглядного представления будущего плана действий;

- проведение исследований по конкурентным компаниям, для вынесения эффективных решений, связанных с внедрением в работу предприятия; [2]

Профессия бизнес-аналитика предоставляет достойную оплату и высокий карьерный рост, что обуславливает большие требования при устройстве на работу.

Разберем основные запросы, выдвигаемые работодателем, при подаче резюме. Важно отметить, что отсутствие одного из пунктов может негативно сказаться на специалисте в момент собеседования:

- Высшее образование
- Минимальный опыт работы
- Умение работать с документацией
- Аналитическое мышление
- Хорошо и грамотно поставленная речь [1]

Учитывая большой фронт работ и требования, предъявляемые к профессии, затрачивающие большое количество сил и времени, можно с уверенностью заявить, что оплата труда в данной профессии соответствующая. Заработная плата имеет большой разброс по стране, от 50 тысяч рублей в регионах и до 150 тысяч рублей и выше в крупных городах и компаниях. В среднем специалист данной сферы зарабатывает около 80 тысяч рублей.

Для эффективной работы, связанной с аналитикой данных, используются основные программы, которые будут приведены в списке ниже:

- Таблицы Excel
- Система SQL
- Airtable таблицы
- CRM-системы
- библиотека анализа данных Pandas
- Visio и Miro для создания диаграмм
- Google-формы

Некоторые из программ является достаточно трудно усваиваемыми, но при этом они позволяют упростить работу с огромными массивами данных в разы. [3]

Главными атрибутами и качествами, которыми должен обладать человек, решивший посвятить свою работу бизнес-аналитике, являются дисциплина, стрессоустойчивость, умение быстро адаптироваться, аккуратность в ведении таблиц и документации, а также способности к аналитическому складу мышления.

Использованные источники:

1. Бендерская, О. Б. Бизнес-аналитика: учебное пособие / О. Б. Бендерская. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2017. — 162 с.
2. Бернанд, Марр Ключевые инструменты бизнес-аналитики. 67 инструментов, которые должен знать каждый менеджер / Марр Бернанд; перевод В. Н. Егоров. — Москва: Лаборатория знаний, 2018. — 337 с.

3. Соловьева, С. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности. Инструментарий бизнес-аналитики: практикум / С. В. Соловьева, Ю. П. Александровская, Ю. В. Хайрутдинова. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2017. — 104 с.

*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Тольятти Россия
Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ СТАТИСТИКИ

Аннотация: в настоящей статье процесс формирования профессиональных компетенций студентов в процессе обучения «Статистики» рассматривается в виде системы управления с формальным описанием ее элементов и связей.

Ключевые слова: компетенции, системный подход, студенты, формирование компетенций, обучение.

*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

FORMATION OF COMPETENCES OF STUDENTS WHEN STUDYING STATISTICS

Abstract: in this article, the process of forming students' professional competencies in the process of teaching "Statistics" is considered in the form of a control system with a formal description of its elements and relationships.

Key words: competencies, systematic approach, students, competencies formation, training.

Сегодня, когда сфера высшего образования претерпевает определенные преобразования, изменяются образовательные стандарты,

внедряются компетентностный подход и интерактивные формы обучения, которые требуют унификации учебной деятельности и процедур оценивания, актуальность системного подхода к организации образовательного процесса вуза подтверждается современной действительностью. Путем внедрения таких методов научного исследования, как анализ и синтез, а также моделирование и аналогии, была подтверждена принципиальная возможность формирования профессиональных компетенций студентов при обучении «Общей теории статистики» в рамках системного подхода, подтверждена ее работоспособность, также подтверждено. В статье рассматривается опыт формирования компетенций студентов в связи с изменением образовательных стандартов.

Системный подход — это раздел методологии научного познания, в котором объект рассматривается как система, т. е. комплекс коммуникативных отношений. Такой подход используется во всех процессах, где возможно выделение объекта и субъекта управления, а также прямых и обратных связей между ними. В этом случае процесс освоения компетенций студентом при изучении любой дисциплины в вузе (в том числе общей теории статистики) можно рассматривать с позиций системного подхода [3].

Выделенные системные элементы: управляемая подсистема, управляющая подсистема, а также прямые и обратные связи между ними образуют целостную систему организации процесса обучения. овладение студентом компетенцией в ходе общей теории статистического обучения, которая подробно рассматривается в данной статье.

Предстоящая трансформация образовательной деятельности осуществляется в соответствии с требованиями новых образовательных стандартов. Поэтому необходимо принимать превентивные меры по повышению универсальности и технологичности образовательных и оценочных процедур по учебным дисциплинам, в частности, по общей теории статистики. Такие меры позволяют, в том числе, вывести дисциплину на новый интерактивный уровень, облегчить внедрение дистанционных технологий обучения. В результате повысится качество подготовки бакалавров, разовьется глубина их профессиональной компетентности. Такого результата можно достичь, представив организацию процесса овладения обучающимися компетенциями при изучении общей теории статистики с позиций системного подхода.

Статья направлена на выявление и описание непосредственных и обратных элементов формирования системы профессиональных компетенций студентов, на научное обоснование принципиальной возможности формирования профессиональных компетенций у студентов при изучении дисциплины «Общая теория статистики» при системном подходе.

Представление процесса формирования профессиональных компетенций у студента при изучении общей теории статистики как системы управления возможно с использованием общенаучных методов моделирования и аналогий, анализа и синтеза.

Преподавание дисциплины «Статистики» регламентируется комплексом методик преподавания, разработанным высшим учебным заведением и размещенным на электронно-информационном образовательном носителе в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика». Этот комплект представляет собой систему нормативных документов, регламентирующих учебную деятельность и оценочные методики по дисциплине [1].

Дисциплина обеспечивает бакалавра экономики общими навыками, аналитической, а также исследовательской подготовкой. Данная дисциплина является базовой частью обязательных учебных дисциплин и необходима для формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Предполагается, что аудиторная подготовка студента будет состоять из лекций и практических работ. Дисциплинарные лекции выступают как методическая функция, дающая основу практическим исследованиям.

Каждый ученик выполняет свой индивидуальный проект. Он предполагает эффективность расчетов и аналитических процедур, а затем создает доклад, основанный на ее результатах. Во время собеседования преподаватель задает вопросы о расчетах, выводах и рекомендациях, данных студентом в его объяснениях для проекта. Вопросы, представленные в обсуждении, соответствуют позициям оценки работы.

Подготовка студента очной формы обучения должна состоять из расчетно-графических работ и подготовки к собеседованию по его результатам.

Расчетно-графические работы выполняются по темам дисциплины и предполагают выполнение расчетных процедур, составление таблиц и графиков. Результаты расчетно-графических работ формируются студентом в виде электронных отчетов. Каждая работа должна быть защищена студентом в форме собеседования, где преподаватель задает уточняющие вопросы о расчетах, выводах и рекомендациях, данных студентом в рамках теоретического и концептуального набора по проблеме работы.

Подготовка студента к экзамену должна состоять из подготовки к итоговому тесту. Студент должен отработать лекционный материал.

Уровень усвоения компетенций студентом в процессе изучения дисциплины контролируется преподавателем в рамках оценочных процедур текущего и промежуточного контроля с использованием системы оценочных средств.

Текущая проверка осуществляется в виде постановки контрольных точек путем оценивания расчетно-графических работ, защиты результатов работы путем собеседования, выполнения тематических тестов, а также на основании посещаемости аудиторных занятий студента [2].

Таким образом, описанные в статье процессы общего обучения и оценивания могут быть реализованы в системе образования любой дисциплины в вузе. Также важно отметить, что процесс освоения компетенций студентом при изучении «Общей теории статистики» позиционируется как управляющая система.

Использованные источники:

1. Казначевская Г. Б. Основы экономической теории. Учебное пособие. М.: Феникс. 2020. 384 с.
2. Куцебо Г. И., Пономарева Н. С. Общая и профессиональная педагогика. Учебное пособие для вузов. М.: Юрайт, 2019. 128 с.
3. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия / А.И. Пригожин. – М.: Экономика, 2019. – 129 с.

УДК 681.2.083

*Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

Аннотация: Как осуществляется контроль качества выпускаемой продукции на производстве.

Ключевые слова: Производство. Контроль. Качество. Проверка. Система. Продукция. Этап. Продукт.

*Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MODERN QUALITY CONTROL TECHNOLOGIES

Annotation: How the quality of manufactured products is monitored in production.

Keywords: Production. Control. Quality. Verification. System. Production. Stage. Product.

В нынешнее время сильно изменилась система выпуска продукции, создания товаров и услуг. Так уделяется всё большее внимание контролю качества произведенной продукции. У предприятий появляется всё больше конкурентов в рыночной среде, а это значит, что нужно, не прекращая, увеличивать темпы производства и следить за качеством своей производимой продукции. Чтобы остаться наиболее конкурентоспособным

на каком-либо уровне арене рыночной системы. В статье рассматривается система контроля качества и пути проверки.

Контроль качества – это одна из важнейших функций, важнейший инструмент в основании производства. Значимость данного термина определяется тем, что для производства создан отдельный определённый ГОСТ - ГОСТ 15467-79. То есть абсолютно все производственные организации должны придерживаться данных определённых норм в производственном процессе, при выпуске продукции.

Специалисты по контролю за качеством реализуют деятельность проверки, то есть подтверждается цель компании по производству готовой качественной продукции, которая соответствует установленным нормативам и требованиям качества.

Также происходит своевременное отделение продукции-брака от надлежащей продукции. Контроль за качеством выпускаемых продуктов способствует увеличению эффективности производства, удалению ошибок в процессе, своевременное предупреждение и устранение системных ошибок. Этому уделяется особое влиятельное внимание, так как это ложится в основу эффективности предприятия.

Производственный контроль предполагает:

1. Проверка входной поступившей продукции (сырья, ресурсов, материалов упаковки).
2. Контроль за самим процессом производства выпускаемой продукции, товаров.
3. Проверка качества произведенной готовой продукции.

Под материалами, попадающими под контроль качества, следует считать:

1. Производственные и материальные ресурсы.
2. Полуфабрикаты и в дальнейшем произведённый готовый продукт.
3. Сами процессы производства, проверка оборудования, наладивание и оснастка.

Контроль за качеством производится в соответствии с нормами, правилами. Также регламентируется всеми нужными документами, входящими в перечень документации менеджмента. Так, в нормы, регламентирующие проведение контроля входит:

1. Периодичность проверок
2. Уполномоченные лица
3. Необходимая документация
4. Основные показатели и прочее.

Стоит отметить, что важную роль в производстве качественного процесса играет делегирование дел уполномоченным специалистам и распределение работы на работников, ответственных за определенный вид деятельности. Это позволяет каждому человеку находиться «на своём

месте» и выполнять свою должную работу для производства качественного товара.

Определим основную задачу контроля качества. Подводя итог, можно отметить, что задачей является систематизация и налаживание эффективного производства, выявление отстающих моментов на предприятии, профилактика поломок оборудования, своевременный ремонт и настройка техники под комфортный для производителя ритм производства. Следовательно, в процессе контроля определяется свод слабых мест предприятия и назначаются пути их решения.

Важно отметить, что проверка и профилактика необходима на всех стадиях изготовления продукта, так как именно в совокупности создается конечный качественный продукт, на налаженном и эффективном производстве.

Однако, контроль производится не только в отношении качества продукции, товаров и услуг, контроль производится также и в следующих моментах организации:

- организация производственного процесса

Сюда включены моменты, описанные в теории выше, что контроллинг выполняет контролирующие функции в отношении самого процесса изготовления продукции, товаров или услуг. Что конечно является самым важным моментом и именно он определяет основные задачи и цели предприятия в периоде.

- контроль за результатами деятельности производственного предприятия

Важно отслеживать не только процесс производства самой продукции, но и то, как она реализуется, в каких объемах и эффективно ли проходит процесс сбыта. То есть тут будет учитываться аспект финансовых результатов, ведь цель деятельности предприятия в своем основном ключе направлена на получение денежной прибыли путем сбыта товара и обоснованием на каком-либо месте в структуре экономической и рыночной сферы.

- управленческая сфера организации

Всегда важно понимать, что успешность деятельности предприятия зависит напрямую также от того, какие руководители стоят во главе. Это сильно влияет именно на весь процесс, ведь именно руководство в своем изначальном организует производство и дает направление компании на определенные задачи и цели. Которые нужно выполнить в нынешнем или будущих периодах.

- своевременное выявление отклонений на производстве

Очень важно вовремя обращать внимание на возникновение любых проблем и отклонений на производстве, ведь это также сильно изменит процесс в худшую сторону. Если своевременно заметить в чем же заключается проблема и постараться ее решить, то существует шанс, что

это не успеет сильно повлиять на весь процесс производства и будет лишь отчасти мешать в нынешний момент времени на производственный фактор. Именно для этого нужно иметь в штате грамотных специалистов, которые очень быстро сумеют решить данную проблему, не пренебрегая качеством продукции, производящейся на данном производстве или предприятии.

- процесс увеличения эффективности деятельности производственной структуры.

Как и говорилось в прошлых пунктах, результат деятельности организации в финансовом плане напрямую показывает уровень успешности предприятия. Если компания имеет низкие показатели, то значит результаты деятельности всей структурной организации имеет какую-либо ошибку или отклонение. Так как именно хороший результат деятельности говорит о готовности системы к принятию значимых решений и увеличению производства в какой-либо сфере, которая позволит увеличить качество выпускаемой продукции.

- процесс нормализации деятельности предприятия

Процесс нормализации деятельности предприятия заключается в том, чтобы достаточно эффективно организовать процесс работы. То есть в системе обрабатывается и анализируется весь свод показателей, которые были рассмотрены в прошлых пунктах. На основе этого анализа проводятся различные мероприятия по устранению и актуализации производства. То есть, принимаются меры по устранению проблем и также принимаются меры по улучшению качества производства в том плане, что увеличиваются показатели и на основе этого происходит модернизация предприятия в целом.

- организация анализа рынка и прочих рыночных аспектов в системе экономики в целом.

Не для кого не секрет, что успешное функционирование организации несет в себе множество вопросов и моментов. Так, одним из важных моментов является качественный анализ рынка и рыночной среды. В него входит анализ конкурентных предприятий (изучение их предложений, изучение их количественного и качественного объема производства, изучение их рынков сбыта, изучение особенностей их производства и многие другие аспекты рыночного управления в системе экономической сферы в целом), также проведение мероприятий по выявлению основных своих потребителей, основные предпочтения, вкусы и также объемы потребления продукции (как произведенной на собственном предприятии, также и произведенной на предприятиях-конкурентах).

На основе этого обычно выявляются основные задачи и цели производства. Чтобы в будущем периоде максимально качественно и эффективно реализовывать свой производственный проект.

- социальные аспекты производства

В этот пункт также входят многие моменты, связанные с потребителями. То есть очень важно соблюдать достаточный уровень коммуникации с потребителями, чтобы достичь максимального эффекта и привлечь к себе как можно больше потенциальных клиентов. Важно не просто продавать им товар или услугу, очень большую роль играет именно сбор обратной связи по поводу определенного товара или услуги.

На основе этого может производиться некое исследование и мероприятие по внедрению в производство тех недостающих характеристик товара, которые были выявлены в процессе взаимодействия с населением и потенциальными покупателями какой-либо определенной продукции, произведенной на предприятии.

Использованные источники:

1. Вебер Юрген, Шеффер Утц, Введение в контроллинг, НП «Объединение контроллеров» – 2014г – 416с
2. Солдатова Л.А., Гербеева Л.Ю., Чигрова Н.В., Бизнес-контроллинг Ж.Книги по экономике, МОиН РФ – 2013г – 150с
3. Горлов В.В., Сурат В.И., Управление затратами и организация внутреннего контроля на предприятии, И.Монография – 2020 – 340с.

*Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВОМ

Аннотация: Существуют различные виды подходом к управленческому подходу. Рассмотрим эти подходы и суть управления. Так как это является важной часть качества продукции.

Ключевые слова: Производство. Качество. Процесс. Предприятие. Подходы. Работник. Система. Сфера. Продукция. Управление. Модель. Бизнес. Руководитель. Специалист. Вид. Проектный. Процессный. Функциональный. Практика.

*Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

APPROACHES TO PRODUCTION MANAGEMENT

Annotation: There are different kinds of management approaches. Consider these approaches and the essence of management. As this is an important part of product quality.

Keywords: Production. Quality. Process. Enterprise. Approaches. Employee. System. Scope. Production. Management. Model. Business. Executive. Specialist. Type. Project-based. Process. Functional. Practice.

В современном мире все больше развивает сфера проектных инициатив и создания организаций. В своем большинстве существуют предприятия, которые были созданы в недавний период времени. Это происходит потому, что в мире резко меняются многие моменты в сфере экономики и рыночной отрасли.

Так, например, изменения наблюдаются в рыночной среде, а именно в предпочтениях населения. Стоит отметить, что с каждым годом, предпочтения и количество желаемой продукции у населения увеличивается, на это могут повлиять следующие факторы:

1. Изменение природных условий, климата
2. Мода и увеличение популярности на определенные товары и услуги в определенном периоде
3. Растущий уровень жизни населения
4. Изменения в сфере экономики
5. Демографический признак
6. Существующие на данный момент времени обстоятельства, как мировые, так и в каждом государстве в частности.

Из основного закона экономики следует, что рыночная среда всегда должна адаптироваться под изменяющиеся рыночные условия экономической сферы и под меняющиеся предпочтения потребителей: как определенного продукта, так и отрасли в целом.

Из этого следует, что организации, предприятия, которые обеспечивают удовлетворение потребностей населения, должны подстраиваться по эти меняющиеся тренды и создавать продукцию именно под уровень создающейся нынешней ситуации. Что очень важно в условиях рыночной экономики.

Управление и организация управления предприятия является очень важным аспектом в структуре предприятия. Так как свое начало деятельность берет именно с управления. От того на сколько слажено и качественно руководители построят структуру персонала, напрямую зависит дальнейший успех компании. Зависит какое количество продукции будет выпускаться и на каком уровне.

Существуют определенные подходы к управлению организации, далее будут рассматриваться все эти подходы и их основные характеристики, которые позволяют раскрыть суть.

Самый распространенный подход – процессный.

Стоит начать с того, что данный подход к управлению является фундаментом всех существующих управленческих систем. Также процессный подход из-за своей многозадачности, обширного содержания, различных составляющих, бывает труден для понимания и работы работникам этой сферы.

Само понятие «Подход к управлению» означает особый вид деятельности, который включает в себя разделение и возложения каких-либо обязанностей на узкого специалиста, уполномоченного в этом вопросе человека. Ведь процесс делегирования обязанностей является очень важным моментом в системе управления и организации кадрового взаимодействия работников друг с другом. В системе менеджмента различают несколько видов управленческого подхода:

1. Проектный
2. Функциональный
3. Процессный
4. Ситуационный
5. Комплексный
6. Интеграционный
7. Маркетинговый
8. Нормативный
9. Воспроизводственный
10. Количественный

Но, несмотря на разделение на виды, на практике используется именно совокупность этих методов управления. Так специалист будет наиболее эффективно будет организовывать работу персонала в организации. Ярким примером можно выделить бюджетную систему. В каждой структуре выделяются определённые уполномоченные организации, которые отвечают и выполняют какую-либо финансовую операцию или несут ответственность за определённый процесс экономической деятельности. Идёт прямое делегирование обязанностей с обширной структуры по мелким организациям.

Итак, рассмотрим виды подходов к управлению:

- Проектный подход к управлению

Заключается в использовании проектных систем, то есть идёт преобладание проектной структуры. Управление организации, процессом основывается и опирается на проекты, а именно их управлением.

Преимуществом такого подхода является то, что он предполагает не просто «взгляд со стороны», а именно возможность управления всеми видами рисков в любой промежуток времени. Это позволяет значительно увеличить уровень эффективности управления, качества проектов и, следовательно, производимой продукции/оказанных услуг. Обычно используется в совокупности с процессным методом.

- Функциональный подход к управлению

Заключается в разложении различных обязанностей системой функционирования и делегирования. Выделяется несколько функций:

1. Маркетинговая система
2. Работники
3. Организация/предприятие

4. Экономические показатели, финансы

- Ситуационный подход к управлению

В нем важно учитывать ситуацию именно на данный момент времени, то есть как должна складываться структура в определенный период каких-либо событий. Данный вид является достаточно эффективным, так как предполагает руководство нормативами именно под конкретную ситуацию, возникшую на производстве.

- Комплексный подход

По своему названию, можно предположить, что комплексный подход составляет анализ нескольких факторов, которые могут влиять на деятельность организации и уже на основе этого анализа, производятся какие-либо организационные и управленческие действия.

- Интеграционный подход

Интеграционный подход в своем понимании представляет собой совокупность взаимодействий между определенными сферами и отраслями, то есть существуют отдельные сферы, которые между собой, своим взаимодействием, получают именно интеграционный подход.

- Маркетинговый подход

Как и сама система маркетинга, данный подход иллюстрирует полную опору на потребителя, на предпочтения и вкусы. То есть здесь функционирует проведение аналитических операций, на основе которых затем в будущем проводятся мероприятия по улучшению структуры организации и персонального состава.

- Нормативный подход

Существуют определенные нормативы по ведению управленческой деятельности, которым следует придерживаться компаниям. То есть нормативный подход по факту унифицирован, что говорит о невозможности всегда подстроиться под определенную ситуацию времени или момента в структуре организации.

- Воспроизводственный подход

На данном этапе, подходе идет ориентир на удовлетворение потребностей населения, однако не в полной мере.

Рассмотрев данные подходы, можно сделать вывод о том, что каждый подход имеет определенную цель и задачу в большой структуре организационной среды компании

То есть, в этих зауженных функциях определяется руководствующее лицо, на которое возлагается ответственность за определенную работу и систему. Работники наделяют полномочиями свой персонал и каждый человек занимается своей компетентной работой, которую он может выполнить лучше других работников и тем самым, повысить эффективность производства, качество произведенной продукции.

В итоге, образовывается целая структура, основанная на делегировании и возложении обязанностей компетентному работнику.

- Процессный подход к управлению

Данный подход характеризуется разделением обязанностей на определенных людей путём выделения бизнес-процессов компании. В основе лежит мысль о том, что каждый процесс основывается на предыдущем и последовательным, то есть все процессы между собой связаны и являются основой друг друга. То есть, существование одной единицы процесса не может быть, всё протекает взаимосвязано и системно.

Такой подход помогает также создать бизнес-модель, описать операционную деятельность и способствует быстрой оптимизации.

Таким образом, можно отметить, что каждый подход по-своему полезен и нужен, однако специалисты отмечают наиболее эффективную среду при использовании совокупности трёх подходов.

Использованные источники:

1. Солдатова Л.А., Гербеева Л.Ю., Чигрова Н.В., Бизнес-контроллинг Ж.Книги по экономике, МОиН РФ – 2013г – 150с
2. Епишкина И.А., Никитина В.Н, Шапиро С.А, Современные проблемы экономики труда и пути их решения – И.DirectMEDIA – 2019г – 492с.
3. 2. Ф.А.Каирова, Л.Б.Лазарова – Основы функционирования малого бизнеса. Учебное пособие для бакалавриата – 2019г – 258с.
4. Экономика и управление: проблемы, решения №02 – 2013, Ж. «Экономика и управление»

*Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ЗНАЧИМОСТЬ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Аннотация: Определим основные моменты и системы процесса качества. Что такое процесс управления качеством? Задачи управления качеством. Как происходит данный процесс.

Ключевые слова: Качество. Управление качеством. Процесс. Система. Производство. ГОСТ. Данные. Контроль. Специалист. План. Предприятие. Рынок. Продукция. Категория.

*Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE SIGNIFICANCE OF THE QUALITY MANAGEMENT PROCESS

Annotation: Let us define the main points and systems of the quality process. What is the quality management process? The tasks of quality management. How this process takes place.

Keywords: Quality. Quality management. Process. System. Production. GOST. Data. Control. Specialist. Plan. Enterprise. Market. Product. Category.

В нынешнее время много внимания уделяется качеству продукции. Так как меняются и внешние условия, и основные потребности потребителей. Это заставляет организациям усовершенствовать процесс

контроля за качеством, то есть, применяются и разрабатываются различные меры по улучшению процесса производства.

Улучшать и своевременно определять основные актуальные проблемы на производстве – это основная задача специалиста по контролю за качеством продукции. На предприятиях создается отдельный отдел, где профессионалы ведут свою деятельность и таким образом, улучшают качество выпускаемой продукции.

Управление качеством – это процесс контролирования производственной среды, который основывается на овладении данными, которые касаются напрямую процесса производства. То есть, это данные по качеству, количеству, соответствию ТЗ и ГОСТу и так далее.

Рассмотрим основные задачи управления качеством:

1. Анализ экономической рыночной среды

В данную задачу входит изучение рынка, его тенденций (нынешние и будущие), определение основных конкурентов, а также путей сбыта продукции. Эта задача определяет основные цели и проект дальнейшего производства, ведь именно, изучив рыночную среду и рынок сбыта, можно понять требуемые для эффективного производства и организации результативной экономической деятельности.

2. Изучение вопроса о международных требованиях к производимой продукции

Специалист по контролю за качеством должен просматривать и мониторить актуальную информацию о всех требованиях и ГОСТах, так как это является основой производства товаров и продукции. Если какой-либо продукт не будет соответствовать требованиям международных организаций, то его нельзя будет производить и выносить в потребительские массы.

3. Определение способов исследования производства.

Специалист проводит комплексный анализ для того, чтобы выявить соответствие требованиям производимой продукции, основные недостатки производства, составляет инструкцию по исправлению. Так как без устранения дефектов на производстве, значительно будет снижен оборот предприятия и, следовательно, будет снижена экономическая выгода.

4. Выведение информации о качестве производимого продукта.

В полномочия контролёра также входит получение всей информации о производстве, о всех выходящих процессах и дальнейшем сбыте продукции. Ведь от процесса производства напрямую и в основном полностью зависит качество произведенного товара, спрос на этот товар и его реализацию. Именно специалист в данной сфере может оценить готовность предприятия к большим выпускам и наилучшему изменению качества продукции. Из этих факторов складывается эффективность деятельности предприятия.

Теория управления качеством включает в себя 5 этапов:

- Решение вопросов «что производить», «как производить», «для кого производить» и последующая оснастка техникой и обустройство среды производства.

По основным принципам экономической среды, рыночной отрасли, данные вопросы являются самыми востребованными и актуальными по отношению к деятельности. То есть именно их нужно решать в первую очередь, что также позволит наиболее эффективно вести деятельность предприятия и улучшать процессы качества.

- Анализ подготовки производственного процесса к работе.

Если специалисты не будут хорошо осведомлены в производственном процессе, они не смогут качественно и надлежаще подготовить все для него. А это плохо тем, что после таких негативных действий, процесс будет работать неправильно и весь процесс производства будет нарушен. Что не позволит максимально качественно и эффективно создавать продукцию для потребителей.

- Сам непосредственный момент производства продукции, как результат и фактическая проверка готовности предприятия к изготовлению товаров.

- Если таковые были выявлены, устранение проблем, возникших в ходе производства, для более качественного и эффективного процесса производства.

- Создание долгосрочных планов, касаемо качества товаров с производства, которые реализуются на данный момент и в долгосрочной перспективе.

Анализируя всю изложенную информацию, можно отметить, что контроль за качеством на производстве является неотъемлемым и важнейшим фактором успешного производства. Ведь именно благодаря ему может быть организован структурированный, упорядоченный процесс изготовления продукции. Без работы специалиста по контролю за качеством, в системе могут быть пропущены и не устранены многие структурные ошибки, которые в дальнейшем усугубят производство.

Создаются также различные системы, позволяющие вести учет и контроль за выпуском. Это позволяет также улучшать процесс и упрощать работу некоторых отделов.

Важно отметить, что, благодаря эффективной деятельности организации, на производстве создается оптимизация процесса выпуска продукции. Что существенно увеличивает положительные показатели и меняет динамику производства исключительно в лучшую сторону. Это не может не стать положительной чертой и задачей управления качеством продукции, которая выпускается на предприятии.

Система управления качеством продукции опирается на определенные связанные между собой категории: объект, факторы, задачи, функции; средства, субъект; принципы и др.

Использованные источники:

1. Вебер Юрген, Шеффер Утц, Введение в контроллинг, НП «Объединение контроллеров» – 2014г – 416с
2. Экономика и управление: проблемы, решения №02 – 2013, Ж. «Экономика и управление»
3. Горлов В.В., Сураг В.И., Управление затратами и организация внутреннего контроля на предприятии, И.Монография – 2020 – 340с.

УДК 316.772.

*Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

КОММУНИКАЦИИ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Аннотация: В чем заключается суть управления качеством. Как производится и ее основные понятия. Что такое коммуникации в производственной среде. Как могут помочь коммуникации в процессе производства. Взаимодействие между отделами в компании. Изменения в экономической среде.

Ключевые слова: Экономика. Качество. Эффективное производство. Система. Управление. Коммуникации. Взаимосвязь. Связь. Функционирует. Финансы. Зависимость. Потребитель. Продукция. Компания. Предприятие. Производство.

*Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

COMMUNICATION AS AN EFFECTIVE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM

Annotation: What is the essence of quality management. How it is produced and its basic concepts. What is communication in the production environment. How communication in the production process can help.

Interactions between departments in a company. Changes in the economic environment.

Keywords: Economy. Quality. Efficient production. System. Management. Communication. Interrelationship. Communication. Functioning. Finance. Dependency. Consumer. Product. Company. Enterprise. Production.

В современном экономическом измерении функционируют множество систем и норм. Также, со временем происходят массовые изменения в структуре финансовой среды, которые подстраиваются под нынешние реалии мировой ситуации в целом.

То есть в зависимости прямой от различных обстоятельств, не важно какой сферы, происходит адаптация экономики и ее составляющих компонентов к изменившимся реалиям.

Меняются потребности покупателей, потенциальных потребителей и под эти нормы должны подстраиваться компании-производители. Из этого можно сделать вывод о том, что большее внимание уделяется качеству продукции, производимой на предприятиях.

Следовательно, раз очень важно стало поддерживать высокий уровень качества, за данным вопросом нужен особый контроль. Вид данного контроля называется – управление качеством продукции. На данный момент сфера является очень востребованной и важной для производственной системы.

Между различными отделами предприятия, не важно связаны ли они между друг другом однотипным заданием и работой, должна складываться взаимосвязь, коммуникация.

Коммуникация – это сотрудничество между сферами, взаимопомощь и взаимовыгодное сотрудничество между работниками одного предприятия. Она позволяет работать отделам слаженно и в одном звене, что помогает наладить эффективную систему производства.

Рассмотрим основные виды коммуникаций на предприятии:

1.Вертикальная

Предполагает собой сотрудничество и взаимосвязь руководящего звена с работниками.

2.Горизонтальная

Предполагается взаимное сотрудничество между персоналом одного уровня (подчиненного работника с таким же подчиненным работником)

3.Вербальная

Происходит обмен нужной информацией посредством передачи слов.

4.Невербальная

Происходит обмен информацией без помощи слов, то есть иными способами (жесты, мимика и прочие подобные средства)

Также разделяется на:

- Формальная
- Неформальная
- Межсотрудничество
- Интеллектуальное взаимодействие
- прочее.

Эти виды коммуникация раскрывают некоторую суть работы предприятия и взаимодействия сотрудников. То есть без прямого участия всех нужных структур, не может быть налажено производство. Если на предприятии возникает какая-либо проблема, дефект в производстве, проблема должна решаться компетентными органами, но обязательно с помощью иных сотрудников, которые также осведомлены в данном вопросе. Именно так может быть налажено эффективное производство и выпускаться качественные и проверенные товары.

Также рассмотрим виды коммуникаций по другому признаку:

- Материальные

Здесь речь идет о тех вещах, которые могут передаваться физическим путем, то есть, это может быть: Коммуникации проводов, газопроводы, электрические сети, водные и тому подобные коммуникации.

Не обязательно в данном виде можно рассматривать большие и глобальные коммуникации, выходящие за рамки одного предприятия. Так как на крупных заводах, где осуществляется производство полного цикла, может быть разветвленная система производства, которая также должна включать в себя коммуникации между подразделениями. Именно так будет достигаться максимально эффективный уровень качества продукции и эффективная работа отдела по управлению качеством продукции.

- Информационные

Уже очень давно принят факт, что информация является очень важным и ценным ресурсом, так как входит в один из самых оплачиваемых факторов производства. Так, данный вид коммуникации предполагает обмен информацией, которая возможно будет очень важной для определенного цикла производства.

Рассмотрим пример наглядно. Предприятия, где происходит полный цикл производства, работает очень слажено и системно. То есть полуфабрикаты идут с одного цикла на другой, что позволяет наиболее точно определить потребности следующего цикла.

То есть, обычно, производство устроено так, что последующее производство задает ритм и задачу предшествующему, что позволяет наиболее точно и размеренно управлять полуфабрикатами на заводе. Если происходит переизбыток и последующий цикл не справляется с количеством заказов и обработкой, то предыдущий на время приостанавливает деятельность и делает паузу в производстве.

Это позволяет также минимизировать количество отходов и брака. Так как на производстве остаются лишь только нужные полуфабрикаты и материалы, используемые в процессе.

Подводя итог, можно отметить прямую зависимость между качеством продукции и коммуникацией между сотрудниками и отдельными, связанными отделами производства. Если на предприятии хорошо отлажен процесс «общения» между собой и своевременной передачи информации в нужную сферу, процесс будет нести максимальную эффективность и показывать хорошие финансовые результаты.

Использованные источники:

1. Солдатова Л.А., Гербеева Л.Ю., Чигрова Н.В., Бизнес-контроллинг Ж. Книги по экономике, МОиН РФ – 2013г – 150с
2. Епишкина И.А., Никитина В.Н, Шапиро С.А, Современные проблемы экономики труда и пути их решения – И.DirectMEDIA – 2019г – 492с.
- 3.2. Ф.А.Каирова, Л.Б.Лазарова – Основы функционирования малого бизнеса. Учебное пособие для бакалавриата – 2019г – 258с.
4. Экономика и управление: проблемы, решения №02 – 2013, Ж. «Экономика и управление»

УДК 658.5

*Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОЦЕНКА СТАБИЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЁ УЛУЧШЕНИЮ

Аннотация: Вопрос управления качеством, что в него входит и как оно производится. Основные компоненты экономической сферы, которые претерпевают изменения и для которых нужна особая сфера работы. Как производится оценка стабильности и эффективности производства и какие рекомендации можно получить для улучшения качества продукции, выпускаемой на предприятии.

Ключевые слова: Производство. Качество. Улучшение. Анализ. Контроль. Продукция. Компания. Финансы. Экономика. Отрасль. Сфера. Рекомендации. Эффективность. Процесс. Структура. Управление. Фактор.

*Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*
*Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

ASSESSMENT OF THE STABILITY OF PRODUCTION AND RECOMMENDATIONS FOR ITS IMPROVEMENT

Annotation: The issue of quality management, what goes into it and how it is produced. The main components of the economic sphere that are undergoing change and for which a specific scope of work is needed. How the stability and

efficiency of production is assessed and what recommendations can be made to improve the quality of the products produced in the enterprise.

Keywords: Production. Quality. Improvement. Analysis. Control. Production. Company. Finance. Economy. Industry. Scope. Recommendations. Efficiency. Process. Structure. Governance. Factor.

В новом времени постоянно происходят изменения в различных сферах, также это активно касается финансовой среды. Однако, неизменным остается фактор качества, точнее его значимость, в том плане, что всегда важно соблюдать все нормы качества на предприятии и эффективно строить процесс производства.

В компоненты экономики, которые могут претерпевать изменения, входят:

- Различные предприятия, компании
- Бизнес сфера
- Управленческие компании и структуры
- Индивидуальные предприятия
- Государственные организации.

Все эти компоненты так или иначе будут адаптироваться под внешнюю и внутреннюю экономическую среду.

На данный момент, в связи также с изменением потребностей населения и улучшением некоторых моментов уровня жизни, предприятия должны придерживаться политики усовершенствования качества своей продукции. Именно это позволит им держаться на достигнутом уровне и быть лучше своих конкурентов. Тем самым, увеличивая свою прибыль и ставя свое место на рынке товаров перед покупателями, заслуживая почет и выбор потребителей.

Контроль качества – это комплекс мер, реализуемый для проведения проверки на соответствие всем нормам качества продукции, которая производится на определенном предприятии. Данная система нужна и важна для того, чтобы на производстве было как можно меньше бракованной продукции и система происходила наиболее слаженно и упорядоченно. На это и направлена работа отдела по контролю качества на предприятии производственного цикла.

Основные функции процесса контроля качества:

- Координация
- Проверка
- Организация
- Составление плана
- Постановка задач
- Стандартизация
- Коррекция
- и прочие моменты.

Итак, управление качеством это отлаженная система, в которой между друг другом все слаженно и взаимосвязано. То есть в эту систему также входит – организация наиболее эффективного процесса производства. В это включается и контроль за работой сотрудников, за взаимодействием их и прочими моментами.

Эффективный контроль за качеством на предприятии дает возможность организовать стабильную и слаженную работу производства.

Стабильное производство можно описать так: Предприятие, на котором максимально отлажены все процессы и циклы производства, которые складывают в дальнейшем целостную картину работы компании. На таком производстве все отделы работают в эффективном режиме, в том плане, что каждый отдел выполняет свою, ему делегированную работу, качественно, без нареканий и складывает общий процесс производства.

Рассмотрим, какое производство можно назвать стабильным:

1. На производстве отлажены все циклы производства
2. Все отделы работают в коммуникации с друг другом и происходит эффективная взаимосвязь
3. Предприятие приносит стабильную прибыль
4. У компании есть инвесторы, реальные и потенциальные
5. Процесс производства проходит с минимальным количеством брака и дефектов
6. Слаженная работа отдела по контролю за качеством.

При правильной работе любого предприятия, должны систематически проводиться мероприятия по выявлению всех отстающих моментов и по адаптации производства под современные реалии и условия.

То есть улучшение качества, улучшение процесса производства – это неотъемлемые и всегда происходящие процессы, которые обеспечивают эффективную работу компаний и предприятий. В улучшение качества также входит и минимизация затрат на производство без потери качества для потребителей.

Однако, стоит отметить, что объектом улучшения и управления качества может быть не обязательно только производственный цикл или готовый продукт, это также может быть и организационная структура и система.

То есть, не просто исследование момента, когда продукция производится, а начиная с момента исследования рынка и планирования работы предприятия. Ведь эффективность работы отделов, таких как: маркетинговый, аудиторский, бухгалтерия, сбыт, ресурсный и прочее, также зависит вся работа компании.

Для штатных и нештатных ситуаций в нормативных актах существуют определенные регламенты и правила, придерживаясь которых, можно вывести свое производство на высокий уровень и достигнуть больших высот.

Так как компания за счет исправления выявленных ошибок и недочетов, которые нашел отдел по качеству, могут стать наиболее конкурентноспособными и отвечать всем запросам и реалиям рынка в настоящее время.

Использованные источники:

1. Вебер Юрген, Шеффер Утц, Введение в контроллинг, НП «Объединение контроллеров» – 2014г – 416с
2. Экономика и управление: проблемы, решения №02 – 2013, Ж. «Экономика и управление»
3. Горлов В.В., Сурат В.И., Управление затратами и организация внутреннего контроля на предприятии, И.Монография – 2020 – 340с.

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: данная статья о том, как состояние дебиторской задолженности, ее качество, размер и структура оказывают влияние на финансовое положение компании в целом, ее платежеспособность и финансовую устойчивость. Управление дебиторской задолженностью – это комплекс мер, направленных, в конечном счете, на оптимизацию ее размера и улучшение качества ее структуры. Предприятия стремятся максимально сократить сроки погашения дебиторской задолженности и уменьшить размер финансового цикла, но без ущерба для своей деятельности. В статье рассматриваются ключевые риски, связанные с возникновением дебиторской задолженности, сроки погашения, невозврат полностью или частично, а также раскрываются особенности управления дебиторской задолженностью на предприятии.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, анализ, показатели качества управление, финансовая устойчивость, управленческие решения.

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MANAGEMENT OF ACCOUNTS RECEIVABLE OF ENTERPRISES

Abstract: This article is about how the state of accounts receivable, its quality, size and structure affect the financial position of the company as a whole, its solvency and financial stability. Accounts receivable management is a complex of measures aimed, ultimately, at optimizing its size and improving the quality of its structure. Enterprises seek to minimize the terms of accounts receivable and reduce the size of the financial cycle, but without prejudice to its activities. In the article the key risks, connected with the emergence of accounts receivable, terms of repayment, non-repayment in full or in part, and also features of management of accounts receivable at the enterprise are revealed.

Keywords: accounts receivable, analysis, management quality indicators, financial stability, management decisions.

Анализ дебиторской задолженности, проводимый на регулярной основе с использованием традиционных и нетривиальных подходов, позволяет судить о способности руководства компании предвидеть и снижать риск невозврата средств, выявлять специфические, присущие конкретной деятельности факторы образования задолженности и определять общее качество управления обязательствами.

«Дебиторская задолженность является обязательным следствием системы денежных расчетов между организациями, в которой существует разрыв во времени платежа с моментом перехода права собственности на товары, оказанные услуги или выполненных работ.

Дебиторская задолженность представляет собой один из основных источников формирования денежных потоков и отражается в составе активов в финансовой отчетности, так как это часть имущества организации, которая принадлежит ей по праву, но находится у других экономических субъектов.

С учетом имеющихся теоретических подходов и современных реалий хозяйственной деятельности отечественных предприятий, целесообразно определить учетную сущность экономической категории «дебиторская задолженность» как актива, возникающий из договорных отношений предприятия с физическими и юридическими лицами. Кроме того, с точки зрения экономического анализа, контроля и аудита, дебиторская задолженность отражает эффективность маркетинговой политики предприятия, характеризует объем отвлечения средств из хозяйственного оборота, служит показателем финансового состояния предприятия» [2].

«Экономическая сущность дебиторской задолженности заключается в том, что она представляет собой чистое отвлечение финансовых ресурсов предприятия из его оборота, иммобилизация средств предприятия в пользу третьих лиц. В идеале предприятие не должно допускать образования дебиторской задолженности как таковой. Однако в реальной деятельности добиться такой ситуации невозможно» [1].

В сложившейся экономической ситуации в стране, в период инфляции, одной из проблем является обеспечение эффективного управления дебиторской задолженностью. Состояние дебиторской задолженности, ее размер, состав и структура, качество, скорость погашения оказывают непосредственное влияние на платежеспособность, общую устойчивость, конкурентоспособность и привлекательность предприятия.

Дебиторская задолженность оказывает прямое влияние на ликвидность предприятия, следовательно, на эффективность бизнеса.

Каждый бизнес хочет иметь достоверную информацию о том, какая часть существующей дебиторской задолженности будет конвертирована в денежные средства в будущем периоде. Руководство предприятия может поддерживать ликвидность на высоком уровне, в частности, за счет грамотного управления дебиторской задолженностью (Menkinoski et al., 2016).

Капитал, связанный с отдельными компонентами оборотных активов, к которым относится дебиторская задолженность, составляет значительную часть средств компании, поэтому важность эффективного управления ими не может быть нельзя упускать из виду. Авторы Леви и Сарнат в своих трудах отмечали, что управление оборотными активами является одним из наиболее важных видов деятельности. Управление дебиторской задолженностью относится к целенаправленной деятельности компании, ведущей к оптимальному контролю над уровнем дебиторской задолженности. Эффективное управление дебиторской задолженностью можно рассматривать как один из возможных способов защиты от неплатежеспособности (Siekelova et al., 2017).

В условиях динамичных изменений во внешней бизнес-среде, особенно в кризисных ситуациях, эффективное управление дебиторской задолженностью является необходимым условием устойчивости и надежности компании. Процесс реализации управленческих функций, направленных на оптимизацию стоимости дебиторской задолженности, включает в себя анализ состояния дебиторской задолженности и разработку обоснованной кредитной политики.

Эффективное управление дебиторской задолженностью относится к необходимым условиям для успешной работы компании, поскольку создает предпосылки для быстрого роста бизнеса и увеличения финансовых возможностей. Анализ мирового опыта показывает, что наличие большого количества методов и приемов управления дебиторской задолженностью способствует развитию собственных (отраслевых) методов оценки и снижения риска неполучения от дебиторов.

К основным направлениям совершенствования процесса управления дебиторской задолженностью можно отнести:

– осуществление постоянного анализа и мониторинга дебиторской задолженности по временным диапазонам, сравнение которых позволит оперативно принимать решение об улучшении положения с задолженностью в течение года, квартала или месяца;

– постоянный контроль за соблюдением сроков погашения дебиторской задолженности;

– контроль за правильностью составления и оформления документов контрагентами в соответствии с действующим законодательством;

– своевременное выявление недопустимых видов дебиторской задолженности и контроль за просроченной дебиторской задолженностью;

– ранжирование контрагентов в реестре платежей.

Наличие дебиторской задолженности не всегда грозит компании гарантированными финансовыми потерями и, в конечном итоге, недополученной прибылью. Напротив, правильно выстроенная система управления дебиторской задолженностью позволит выбрать «правильных» дебиторов, увеличить портфель заказов и тем самым операционную прибыль. А систематический контроль и анализ взаиморасчетов с контрагентами позволит получать данные для оценки состояния дебиторской и кредиторской дебиторской и кредиторской задолженности, своевременно принимать меры, необходимые для ее оптимизации, улучшения финансовых показателей и соблюдения требований российского законодательства.

Использованные источники:

1. Пищулов В.М. Деньги как форма долговых отношений / В.М. Пищулов // Инновации и инвестиции. 2019. № 12. С. 165-170.
2. Бабушкина, Е.А. Учет дебиторской задолженности / Молодежь и наука. 2019. № 3. С. 10.
3. Барноголец, С.Б., Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития, М: Финансы и статистика, 2017 -284 с.

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

РАСШИРЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОДДЕРЖКИ ЦИФРОВЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ЗА СЧЕТ УПРАВЛЕНИЯ АРХИТЕКТУРОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: быстрое развитие новых, инновационных цифровых технологий оказывает значительное влияние на организации и их бизнес-экосистему. Организации должны быть в курсе последних событий и постоянно реагировать на них, чтобы оставаться конкурентоспособными. Многие организации делают значительные инвестиции в управление архитектурой предприятия (ЕАМ), чтобы управлять преобразованием своих сложных информационных технологий (ИТ) и информационных систем (ИБ) и направлять их цифровую трансформацию. Однако эмпирические исследования по реализации преимуществ ЕАМ ограничены. Это исследование концептуализировало ЕАМ как особый тип динамических управленческих возможностей.

Ключевые слова: управление архитектурой предприятия, технические ИТ-возможности, стратегическое согласование ИТ, технология цифрового предприятия.

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

ENHANCED CAPABILITIES TO SUPPORT DIGITAL TRANSFORMATION THROUGH ENTERPRISE ARCHITECTURE MANAGEMENT

Abstract: The rapid development of new, innovative digital technologies is having a significant impact on organisations and their business ecosystem. Organizations need to stay up-to-date and constantly react to the latest developments in order to remain competitive. Many organisations are making significant investments in enterprise architecture management (EAM) to manage the transformation of their complex information technology (IT) and information systems (IS) and to guide their digital transformation. However, empirical research on realising the benefits of EAM is limited. This research has conceptualised EAM as a special type of dynamic management capability.

Keywords: enterprise architecture management, technical IT capabilities, strategic IT alignment, digital enterprise technology.

В 1980-х годах информационные технологии (ИТ) и информационные системы (ИС) организаций значительно расширились. Вдохновленные классической архитектурой, организации разработали фреймворки для описания организации и ее ИТ / ИБ с разных точек зрения. Эти описания были направлены на то, чтобы лучше понять основные структуры (или архитектуры) организации и ее ИТ / ИС. Кроме того, эти описания направляли выполнение архитектурных изменений.

С момента внедрения фреймворка Захмана многое изменилось, особенно с точки зрения роли ИТ / ИБ в цифровизации, а именно, использования цифровых технологий в организационном контексте. Когда была представлена платформа Захмана, цифровизация в основном была сосредоточена на автоматизации процедур ручного труда. Несколько волн цифровизации привели к тому, что Интернет стал коммуникационной инфраструктурой для соединения частных лиц и предприятий по всему миру, новым бизнес-моделям, основанным на Интернете, и ожиданиям клиентов от цифровых технологий. В настоящее время мы сталкиваемся с еще одной волной, в которой ожидается, что новые цифровые технологии, такие как социальные сети, мобильные вычисления, анализ данных, интернет вещей, блокчейн, искусственный интеллект и виртуальная реальность, повлияют практически на все аспекты нашей частной жизни, общества и бизнес-экосистемы.

Эти новые технологии являются неотъемлемой частью современных бизнес-стратегий. Однако реализация этих цифровых стратегий влияет на все уровни организации. Это касается не только организационных компонентов, которые «традиционно» уже зависят от ИТ / ИБ, но и организационных компонентов, которые были едва частью ИТ-ландшафта, теперь сильно зависят от новых цифровых технологий. Например,

современные обрабатывающие цеха могут генерировать большие объемы разнородных данных в процессе производства. Это позволяет организациям проводить анализ данных, который позволяет получать ценную информацию для повышения эффективности процессов в цехах механической обработки.

Организации должны преобразовать свою деятельность, чтобы в полной мере использовать эти новые технологии. Чтобы поддержать это преобразование, в настоящее время они могут выбирать из различных архитектур (ЕА) с различными целями и приложениями. В отличие от ранних фреймворков, таких как фреймворк Захмана, многие из доступных в настоящее время фреймворков не только фокусируются на описаниях архитектуры, но и уделяют большое внимание управлению архитектурой предприятия (ЕАМ), возникшему как набор управленческих действий для поддержки непрерывной разработки и внедрения ЕА. К таким структурам относятся, например, Open Group Architecture Framework (TOGAF), наиболее часто используемая структура в организациях. Хотя структуры ЕА развивались, и организации вкладывают значительные средства в их внедрение и использование, существуют некоторые проблемы с текущим понятием ЕА.

Одна из этих проблем связана с пробелом в знаниях о том, как платформы ЕА, и в частности ЕАМ, повышают ценность организаций и как они поддерживают цифровую трансформацию организации. Большинство эмпирических исследований, в которых изучалось создание ценности ЕАМ, основаны на методах регрессии на основе различий или основывают свои выводы на результатах тематических исследований. Хотя эти методы полезны для изучения соответствующих концепций и их взаимосвязи, а также для проверки моделей причинно-следственных связей, включающих эти концепции, их способность выявлять нелинейность и эквивифинальность ограничена. Тем не менее, исследования в области организационного управления и ИТ / ИБ постоянно подчеркивают важность эквивифинальности или, другими словами, феномена, заключающегося в том, что различные комбинации условий могут привести к одному и тому же результату без четких статистических линейных зависимостей.

Другой вопрос касается ограничений преобладающей в настоящее время парадигмы ЕА и ЕАМ и структур, сопровождающих эту парадигму. Во-первых, такие платформы, как TOGAF, в значительной степени ориентированы на управление архитектурой в масштабах предприятия в области ИТ. Кроме того, они часто управляются формальными сквозными архитектурными процессами и демонстрируют четкое разделение ролей, поддерживающих создание и внедрение архитектурных изменений. Однако, благодаря возможностям, появляющимся в новых технологиях, границы между бизнесом и ИТ все больше стираются, а способ создания

ценности для бизнеса кардинально изменился. Поэтому ученые и практики утверждают, что требуется переосмысление концепции, и ЕА должна сосредоточиться на сплоченности организации в целом, основанной на результатах. Во-вторых, организации все больше запутываются в своих бизнес-экосистемах, возникающих в результате межорганизационных партнерских отношений. Однако нынешнее понятие ЕА, включая такие фреймворки, как TOGAF, не учитывает архитектуру в бизнес-экосистеме.

Процессы ЕАМ можно разделить на несколько кластеров. Во-первых, такие действия, как документация ЕА, программирование ЕА и планирование ЕА, направлены на описание ресурсов организации, установление стандартов и руководящих принципов для перехода к будущему состоянию и предоставление дорожной карты для перехода к будущему состоянию. Во-вторых, такие действия, как внедрение ЕА, поддержка ЕА и коммуникация, а также управление ЕА, организуют фактическое внедрение ЕА. В-третьих, участие заинтересованных сторон ЕА предполагает вовлечение заинтересованных сторон ЕА, включая ИТ-менеджеров и бизнес-менеджеров, в процесс принятия решений. Следовательно, участие заинтересованных сторон ЕА имеет важное значение для принятия своевременных и ориентированных на рынок решений по разработке ЕА на основе понимания бизнес-менеджеров динамики окружающей среды.

Среди ресурсов организации ресурсы, основанные на ИТ, считаются важными для реагирования на изменения рынка. ИТ-возможности позволяют организациям эффективно мобилизовать эти ИТ. Хотя прошлые исследования выявили различия в таксономии, общепризнано, что ИТ-возможности включают техническое и человеческое измерение. Технические аспекты часто относятся к гибкости для перенастройки ИТ-инфраструктуры с использованием других возможностей и ресурсов. Гибкость ИТ может быть отражена в измерении модульности и интеграции. Модульность означает простое добавление, модификацию или настройку компонентов ИТ-инфраструктуры без существенного общего влияния на ИТ-ландшафт. Интеграция включает в себя подключение и совместимость. Связность относится к способности ИТ-компонента легко устанавливать сетевые подключения или расширять существующие сетевые подключения к другим ИТ-ресурсам внутри и за пределами границ организации. Совместимость фокусируется на том, насколько компоненты ИТ-инфраструктуры совместимы с другими ИТ-аппаратными ресурсами.

Использованные источники:

1. Абрашкин, М.С. Влияние цифровой экономики на развитие промышленности РФ / М. С. Абрашкин, А. А. Вершинин // Вопросы региональной экономики. – 2018. - № 1. – С. 3-9

2. Багаутдинова, Н. Г. Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации [Текст] / Н. Г. Багаутдинова, Р. А. Никулин // Инновации. - 2018. - № 8. - С. 80-83.
3. Баранов, Д. Н. Социально-экономические последствия распространения цифровых технологий на рынке труда / Д. Н. Баранов // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2018. – № 3 (26). – С. 91- 97. doi: 10.21777/2587-554X-2018-3-91-97

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ

Аннотация: провокационный вопрос, касающийся современного бизнес-образования, заключается в следующем: актуальны ли еще бизнес-школы? Точнее, готовит ли учебная программа выпускников с навыками, необходимыми для успешного участия в бизнесе?

Ключевые слова: искусственный интеллект, бизнес-школа, современное бизнес-образование, ИТ, трудоустройство.

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*
*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND BUSINESS EDUCATION

Abstract: A provocative question regarding contemporary business education is this: Are business schools still relevant? More precisely, does the curriculum prepare graduates with the skills needed to be successful in business?

Keywords: artificial intelligence, business school, modern business education, IT, employability.

На первый взгляд, бизнес-школы остаются актуальными. Студент поступает на программу, выбирает область или области концентрации,

которые ему нравятся, берет уроки у академических экспертов и покидает школу готовым к работе и будущему. Возможность трудоустройства является основным мотиватором, по которому люди решают поступать, даже если это означает значительные финансовые и личные жертвы. Вопрос в том, где в области концентраций находится быстро развивающаяся сфера искусственного интеллекта?

Однако, отвечая на первый вопрос, можно сказать, что существует негласное несоответствие между желаемыми рабочими местами, необходимыми навыками, фактическим обучением и реальными рабочими местами. Это несоответствие будет только усугубляться в связи с новыми потребностями постпандемической экономики. Одной из областей, требующих все большего внимания, является область искусственного интеллекта. ИИ проникает во все большее количество аспектов как бизнеса, так и повседневной жизни, однако по-прежнему отсутствует ясность и согласие относительно того, какие аспекты ИИ должны быть включены в бизнес-образование.

К 2030 году не менее 70% компаний будут использовать некоторые аспекты технологии искусственного интеллекта. Более того, 60% существующих профессий могут быть автоматизированы в ближайшие 10 лет. Учитывая эту тенденцию, компании будут искать сотрудников с пониманием концепций и методов ИИ, которые смогут применить эти знания и навыки для управления рабочими местами, где ИИ составляет основные аспекты. В связи с этим бизнес-школам необходимо определить свою роль в подготовке выпускников к работе в этой все более важной сфере.

С момента своего основания в начале 1900-х годов бизнес-школы адаптировали свой педагогический подход из естественных, гуманитарных, юридических, экономических, математических и других дисциплин в попытке обеспечить образование, основанное на применении. Это имеет смысл, поскольку многое из того, что составляет бизнес-образование, уходит корнями в эти дисциплины. Можно сказать, что бизнес - одна из первых междисциплинарных профессий. Бизнес-школы традиционно фокусируются на подготовке будущих лидеров, бизнес-менеджеров и предпринимателей. Как ни странно, бизнес-школы постоянно пропагандируют поговорку о том, что выживут только те предприятия, которые внедряют инновации и сами себя подрывают.

Способствующим фактором является неспособность бизнес-школ идти в ногу с быстро меняющимися потребностями бизнеса. Изменение учебной программы зачастую является непосильной задачей. Быстрый темп изменений в мире бизнеса способствовал таким изменениям в образовании в области менеджмента, что голова идет кругом. Это стремление к изменениям привело к некоторым непредвиденным последствиям. Требования работодателей к учебным программам,

ориентированным на навыки «готовности к работе», вполне могут быть недальновидными, если не контрпродуктивными. Появляется все больше доказательств того, что эти самые работодатели имеют либо нереалистичные ожидания, либо, что еще хуже, необоснованные предположения относительно требований к работе.

Чтобы удовлетворить потребности мирового бизнес-сообщества, бизнес-образование должно постоянно оценивать сильные и слабые стороны своих программ. Большинство современных учебных программ по бизнесу посвящены ключевым дисциплинам бизнеса. Бизнес-школы создают учебные программы путем создания курсов по функциональным областям, а не интегрируют знания нескольких дисциплин.

Школы, ориентированные на технологии и дизайн, находятся в авангарде инноваций. Программы либерального искусства формируют политическую и политическую повестку дня. Необходимо задать вопрос, какую роль должны играть бизнес-школы. Какова актуальность образования, которое фокусируется на подготовке студентов к тому, чтобы они стали менеджерами, а не инноваторами?

Отсутствие общего понимания того, что такое ИИ, где и как он используется, порождает очевидное узкое место в реализации управленческих решений и интеграции бизнеса. И, следовательно, роль бизнес-образования в обеспечении и стимулировании этой трансформации.

По мере того, как ИИ становится все более совершенным, вытеснение рабочих мест, несомненно, произойдет. В этом мрачном и обреченном мнении не учитывается тот факт, что будет создано много новых рабочих мест. Однако то, как будут выглядеть эти новые рабочие места, практически не имеет сходства с теми, которые существуют сегодня. Эти новые рабочие места будут уникальными для человека. Фактически, эти рабочие места будут новыми, требующими навыков и подготовки, для которых не существует прецедентов. Какова роль бизнес-образования в подготовке студентов к работе на этих новых рабочих местах?

Многие из этих ИИ и связанных с ними технологий приведут к вытеснению существующих рабочих мест и работников. В результате многие аспекты традиционной учебной программы бизнес-школ должны измениться, чтобы дать студентам необходимые навыки для успешной работы в этом быстро меняющемся мире. Помимо основ применения технологий искусственного интеллекта, эти связанные с искусственным интеллектом роли потребуют работников с более высоким набором навыков и ориентацией в таких областях, как этика, лидерство, эмоциональный интеллект и управление изменениями.

Хотя компетенции в технических аспектах ИИ являются основополагающим компонентом, есть потребности, которые отходят на второй план. Для того чтобы работодатели приняли ИИ и даже стали

партнерами, бизнес-школам необходимо все больше внимания уделять развитию и совершенствованию интеллектуальных навыков. Проницательность и другие человеческие качества, наряду с другими «навыками работы с людьми», такими как креативность, здравые суждения и эффективная коммуникация, становятся все более ценными и востребованными. Как ни странно, это не новые навыки. Скорее, они были и должны быть частью любого надежного бизнес-образования.

Выделяют три категории: инструкторы, объясняющие и поддерживающие. Первая, обучающие, – это те рабочие места, где человек обучает системы ИИ тому, как они должны работать. Эти профессии варьируются от тех, кто занимается разработкой процессоров естественного языка и языковых переводчиков, до тех, кто занимается разработкой и обучением алгоритмов ИИ имитации человеческого поведения. В качестве примера можно привести разработку чат-ботов для обслуживания клиентов. Цель состоит в том, чтобы обучить эти артефакты распознавать сложности и тонкости в человеческом общении, когда люди не всегда буквально имеют в виду то, что говорят. По сути, это работа для «тренера по эмпатии», человека, который может научить системы ИИ проявлять сострадание. Примерами результата являются Siri от Apple и Alex от Amazon, которые отвечают на вопросы людей с сочувствием и глубиной.

Вторая возможность лежит в категории объяснителей - тех людей, чья работа заключается в том, чтобы преодолевать разрыв между технологиями и бизнес-лидерами. Они вносят ясность в ситуацию и результаты. Это становится все более важным по мере повышения уровня непрозрачности систем ИИ. Многим людям не дает покоя «черный ящик» этих систем. По мере дальнейшего распространения систем ИИ будет расти потребность в людях, которые смогут объяснить внутреннюю работу этих сложных алгоритмов менее технически подкованным специалистам. Эти специалисты помогут объяснить, почему система ИИ представила именно то решение, которое она приняла.

Использованные источники:

1. Дмитриева, М. А. Влияние искусственного интеллекта на сферу маркетинга / М. А. Дмитриева // Интернет-маркетинг. – 2018. - № 2. – С. 82-88 <https://grebennikon.ru/article-4ohk.html#preview>
2. Исхакова, А. Ф. Применение искусственного интеллекта / А. Ф. Исхакова // Вестник современных исследований. - 2018. - № 9.3 (24).- С. 261-262. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=36275758>
3. <https://www.sciencedirect.com/>

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ И АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

Аннотация: Остается неясным, как организационная устойчивость определяется силой связей и помогает фирмам пережить кризис на фоне пандемии COVID-19. Внешняя, так и внутренняя сила связей усиливают три аспекта потенциала устойчивости, а именно: осведомленность о ситуации, адаптивный потенциал и потенциал преобразования, все три аспекта потенциала устойчивости способствуют стратегии реагирования на кризисные ситуации, в то время как только адаптивный потенциал и потенциал преобразования оказывают положительное влияние на стратегию упреждающего антикризисного управления; и как реактивные, так и упреждающие стратегии антикризисного управления повышают эффективность антикризисного управления. Модель «сила связей -способность к сопротивлению -стратегия антикризисного управления -эффективность фирмы», которая подразумевает, что организационная устойчивость определяется внутренней и внешней силой связей, а затем способствует эффективности антикризисного управления с помощью реактивных и упреждающих стратегий. Успешное преодоление кризиса, такого как глобальная пандемия, возможно путем использования возможностей фирмы по обеспечению устойчивости, которым способствуют социальные отношения, и реализации реактивных и упреждающих стратегий.

Ключевые слова: антикризисное управление, управление предприятием, организационная устойчивость, пандемия, развитие мировой экономики.

Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti

ORGANISATIONAL RESILIENCE AND CRISIS MANAGEMENT OF THE FIRM DURING A PANDEMIC

Abstract: It remains unclear how organisational resilience is determined by the strength of linkages and helps firms survive a crisis in the COVID-19 pandemic. External as well as internal strength of linkages enhances three aspects of resilience capacity, namely situational awareness, adaptive capacity and transformation capacity, all three aspects of resilience capacity contribute to crisis response strategy, while only adaptive capacity and transformation capacity have a positive effect on proactive crisis management strategy; and both reactive and proactive crisis management strategies enhance crisis management effectiveness. The "strength of ties - resilience - crisis management strategy - firm effectiveness" model, which implies that organisational resilience is determined by internal and external strength of ties, and then contributes to crisis management effectiveness through reactive and proactive strategies. Successful recovery from a crisis such as a global pandemic is possible by harnessing the firm's resilience capabilities, which are facilitated by social relationships, and by implementing reactive and proactive strategies.

Key words: crisis management, enterprise management, organisational resilience, pandemic, global economic development.

Глобальная пандемия COVID-19 негативно повлияла на развитие мировой экономики. В связи с заразным характером и рисками для здоровья некоторые страны или регионы приняли ряд мер контроля, таких как карантин, закрытие портов и аэропортов, строгие нормы в отношении рабочей силы, ограничения на импорт и экспорт и т. д., что в дальнейшем привело к увольнениям, высокой безработице, снижению спроса и снижению промышленных прибылей. *Рентабельность доходов* многих компаний значительно снизилась, что негативно сказалось на их устойчивости, и многие из них находятся на грани выживания. Многие фирмы по всему миру объявили о банкротстве, в результате чего уровень безработицы в странах в среднем составил 5,7%. Кроме того, приостановка

операций и сокращение рабочих мест привели экономику к нисходящей спирали к новому кризису.

Фирмы применяют различные стратегии для борьбы с пандемией, которые приводят к различным результатам работы. Некоторые из них потерпели крах после того, как были поражены катастрофой, в то время как другие превратили угрозу в возможность, а затем стремились к увеличению шансов на выживание и рост благодаря инновациям в бизнес-моделях. Исследователи антикризисного управления утверждают, что качество реагирования организации на кризис «критически зависит от способности улучшать импровизацию, координацию, гибкость и выносливость, которые (ит) обычно ассоциируются с устойчивостью».

Некоторые исследователи рассматривают устойчивость как способность, а организационная устойчивость с этой точки зрения определяется как способность организации динамически восстанавливать стратегии и бизнес-модели в ответ на чрезвычайные ситуации или кризисы. Осведомленность о ситуации и адаптивная способность были широко рассмотрены в качестве параметров организационного потенциала жизнестойкости. Кроме того, замечено, что некоторые фирмы трансформируют и совершенствуют свою бизнес-модель, используя возможности и решая проблемы, вызванные пандемией. Например, Neta Xiansheng, популярный сайт электронной торговли свежими продуктами питания, внедрил цифровые технологии для повышения эффективности распределения ресурсов и добился лучшего развития во время и после пандемии. Поэтому необходимо рассматривать трансформационный потенциал как еще один ключевой аспект способности организации к сопротивлению. Подводя итог, можно сказать, что организационная устойчивость состоит из трех измерений, включая осведомленность о ситуации, способность к адаптации и способность к преобразованию в данном исследовании.

Самой большой дилеммой бизнеса для фирм во время пандемии может быть тот факт, что из-за карантина люди должны оставаться дома, чтобы сдерживать распространение вируса, чтобы фирмы не могли поддерживать нормальную операционную деятельность. В этой ситуации как внутренние, так и внешние отношения становятся более важными для выживания фирм в условиях пандемии COVID-19, поскольку первые обеспечивают высококачественную координацию внутри и между функциональными подразделениями фирм, а во втором участвуют заинтересованные стороны, такие как клиенты, поставщики, дистрибьюторы, правительственные учреждения, неправительственные организации и многие другие, которые объединяют свои ресурсы для выполнения некоторых видов деятельности в интересах всех вовлеченных сторон. Тем не менее, ограниченное число существующих исследований предоставляют эмпирические доказательства

положительной взаимосвязи между внешним социальным капиталом и организационной устойчивостью в контексте управления цепочками поставок, которые больше касаются отношений с поставщиками или клиентами фирм. Влиянию внутреннего социального капитала на устойчивость уделяется меньше внимания. Сетевые связи, особенно внутренние связи, которые считаются важной частью социального капитала, играют не менее важную роль в контексте пандемии. Таким образом, цель данной статьи выяснить, как сильные стороны внутренних и внешних сетевых связей, как наиболее влиятельных конструкций социальных сетей, формируют способность фирм к сопротивлению.

Более того, хотя ученые подтвердили положительное влияние организационной устойчивости на эффективность бизнеса, до сих пор неясно, есть ли среди них переменные посредничества. Мы замечаем, что некоторые фирмы активно или пассивно принимали меры, чтобы справиться с дилеммой бизнеса во время COVID-19. Эти стратегии преодоления последствий влияют на эффективность и действенность антикризисных мер. Основываясь на качественном изучении практики фирм, мы определяем различные виды стратегий антикризисного управления, которые можно разделить на две основные категории, а именно реактивные и упреждающие. Опираясь на теоретическую модель Дэя «потенциал-стратегия-производительность», предполагающую, что организационный потенциал влияет на производительность через стратегию, изучение того, как потенциал устойчивости влияет на стратегии преодоления кризисов, что, в свою очередь, влияет на эффективность антикризисного управления фирмой.

Вспышка COVID-19 произошедшая в мире, и правительства многих стран всегда применяет относительно жесткие меры контроля, которые имеют далеко идущие последствия для выживания фирм. В то же время мы замечаем, что многие фирмы эффективно отреагировали на кризис. По всем этим причинам изучение стратегий преодоления кризисов фирм особенно важно. Способность к сопротивлению в период пандемии, путем определения организационной устойчивости как способности фирмы, включая три измерения, а именно: осведомленность о ситуации, адаптивный потенциал и трансформационный потенциал, изучение роли сильных сторон внешних и внутренних сетевых связей в формировании устойчивости организации; и изучение того, как способность к сопротивлению способствует реализации реактивных и упреждающих стратегий преодоления кризисов, тем самым помогая фирме достичь удовлетворительной производительности во время пандемии. Объединяя предпосылки прочности связей и теоретическую модель «потенциал-стратегия-производительность», исследовательская структура «прочность связей-устойчивость потенциала – стратегия антикризисного управления-производительность», и предполагается, что внешние и внутренние

сетевые связи фирмы могут быть катализаторами для реализации стратегий преодоления кризисов и улучшения антикризисного управления производительности за счет создания потенциала устойчивости.

Использованные источники:

1. Максим Батырев Менеджмент во время шторма. 15 правил управления в кризис – 2022
2. Макр Розин «Восхождение по спирали. Теория и практика реформирования организации» – 2022

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВЛИЯНИЕ РОЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация: целью данной статьи является наблюдение и оценка взаимосвязи между эффективностью малых и средних предприятий и общим качеством управления. В частности, рассматривается, как влияет организационная культура на эффективность связи между общим управлением качеством и МСП.

Ключевые слова: роль финансирования, организационная культура, малые и средние предприятия, управление качеством, экономика.

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE IMPACT OF THE ROLE OF FINANCE AND ORGANISATIONAL CULTURE IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Abstract: The purpose of this article is to observe and evaluate the relationship between the effectiveness of SMEs and overall quality management. In particular, it examines how organisational culture affects the effectiveness of the link between overall quality management and SMEs.

Keywords: role of finance, organisational culture, SMEs, quality management, economics.

Общее управление качеством и организационная культура напрямую влияют на производительность малых и средних предприятий, а также решающее и положительное аномальное влияние на производительность малых и средних предприятий посредством общего управления качеством. Малые и средние предприятия могут извлечь выгоду из результатов, получив рекомендации по организационной культуре, которые влияют на эффективное внедрение общего управления качеством, следовательно, повышая производительность.

Важно отметить, что малые и средние предприятия (МСП) играют важную роль в обеспечении долгосрочного успеха экономики и общества. В результате финансовый рост зависит от их способности создавать ценность и поддерживать сравнительное преимущество с помощью инноваций. В результате инновации являются важным компонентом успеха в бизнесе и конкуренции. Однако в Европе процент креативных малых и средних предприятий остается низким. Только 47% малых и 64% средних предприятий считаются креативными, в то время как 78% крупных предприятий являются креативными. Способность к инновациям и созданию новых идей значительно различается в разных странах ЕС, при этом Средняя и Восточная Европа постоянно отстают от Западной Европы. После этого Евростат обнаружил, что доля инновационных компаний в Латвии намного ниже нормы ЕС: всего 26,6% для малых, 45,12% для средних и 66% для крупных. В результате изобретение является рискованным и дорогостоящим предприятием, требующим много времени и денег. Инвестиции в долгосрочные инновационные инициативы и внедрение цифровых технологий могут оказаться невозможными для малых и средних предприятий (МСП), поскольку им не хватает ресурсов для этого. Также возможно, что у них нет нужных людей, чтобы должным образом выполнить и справиться с ситуацией. Уровень внутреннего предпринимательства на малых и средних предприятиях (МСП) в целом низок.

Хотя большинство современных исследований сосредоточены на технических и технологических элементах, в ОИР отсутствует социально-экономическая точка зрения. В нескольких исследованиях также оценивается значение ОИР для малого и среднего бизнеса, в частности, в исследованиях, в которых сравниваются МСП по отраслям, исследования, включающие микропредприятия, и исследования, в которых рассматриваются различные модели поведения и модели, основанные на улучшении эффективности организации. Недавно исследователи начали изучать связь между социальными сетями. Тем не менее, исследования влияния социальных сетей на инновации остаются неоднозначными. В связи с этим крайне важно изучить, как социальные медиа влияют на инновации. С точки зрения организационной стратегии полезность социальных сетей в инновациях изучалась недостаточно глубоко. Было

показано, что социальные сети расширяют доступ к данным и облегчают общение между внутренними и внешними заинтересованными сторонами фирмы. Тем не менее, все еще существует необходимость. По словам Эрреро, ожидается, что к 2030 году азиатские экономики будут опережать экономики Соединенных Штатов и Европы. Как социальные медиа влияют на инновации в странах.

Было высказано предположение, что SMSC относится к способности компании собирать и интегрировать информацию из Интернета в свой набор навыков в соответствии с ее бизнес-целями. Это относится к новому продукту с определенным набором характеристик, который привлекает новые и развивающиеся продуктовые линейки, которые в настоящее время не находятся в центре внимания его бизнес-стратегии. Благодаря улучшенному удобству использования и более низкой стоимости это гениальное изобретение имеет возможность открыть совершенно новый рынок. Компаниям может потребоваться организационное разучивание, определяемое как изменение или отказ от традиционных или устаревших убеждений и процедур в организациях, для внедрения в свете отличительных особенностей препятствующих инноваций и основной направленности на новых клиентов. Цикл корпоративного обучения помогает компаниям обновить свою базу знаний, избежать ловушек компетентности и создать новые рыночные возможности, изменяя или отвергая предыдущие предположения и практикуя разработку новых продуктов.

Из-за использования социальных сетей произошел существенный сдвиг в привычках организации к обучению. Малые и средние предприятия (МСП) испытывают трудности с применением бережливых методов. Корпоративная культура также оказывает значительное влияние на менеджеров, которые сталкиваются с изменением этой культуры. Для эффективного малого и среднего бизнеса (МСП) важно создать жизнеспособную бережливую структуру. Малым и средним предприятиям во многих странах также приходится сталкиваться с меняющимися подходами и менталитетами. По мнению нескольких ученых, одной из наиболее распространенных причин неудач при внедрении бережливого производства является корпоративная культура, которая не поддерживает бережливое производство.

Многие исследователи пытались облегчить использование общего управления качеством и его воздействия в различных секторах, таких как государственные больницы, телекоммуникации, школьное образование и строительный сектор. Существует очень ограниченное или вообще отсутствует эмпирическое исследование, в котором рассматривается взаимосвязь с организационной восприимчивостью.

Изучено влияние общего управления качеством и организационной культуры на эффективность малых и средних предприятий, чтобы

обеспечить восстановление экономики после Covid-19. Кроме того, была рассмотрена функция организационной культуры во взаимосвязи между общим управлением качеством и эффективностью малых и средних предприятий. Последствия тотального управления качеством для малых и средних предприятий (местные условия). Чтобы выявить шесть общих методов управления качеством, используются парадигма MBNQA и инструмент для оценки организационной культуры.

Использованные источники:

1. Baker, Richard. Advanced Financial Accounting: научное издание / R. E. Baker, V. C. Lembke, T. E. King. – New York; St. Louis; San Francisco: McGraw-Hill Publishing Company, 2019. – 1190 p.
2. Абдрахманова Э. Р. Методики анализа финансовых результатов деятельности предприятия // E-Scio. 2022. № 6 (69). С. 517-522.
3. Анисимова Е. Н. Экономическая сущность и значение финансовых результатов финансово-хозяйственной деятельности организации // Теория и практика современной науки. 2019. №5 (35). С. 32.

*Будагова С.П.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: В статье подробно описывается необходимость маркетинга для компаний, какие существуют методы, их преимущества и недостатки. А также какие бывают причины, которые приводят к использованию того или иного метода.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, товар, компания, спрос, клиент.

*Budagova S.P.
3rd year student
Institute of Finance Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

EFFECTIVENESS OF MARKETING RESEARCH METHODS FOR ENTERPRISES

Annotation: The article describes in detail the need for marketing for companies, what methods exist, their advantages and disadvantages. And also what are the reasons that lead to the use of a particular method.

Keywords: marketing research, product, company, demand, customer.

Для того, чтобы разобраться в данной теме подробнее, разберем следующие понятия. Маркетинг – деятельность с применением особых

шагов, которые приносят товару или услуге особые качества, которые при выходе на рынок принесут наибольшую прибыль для компании. Маркетинговые исследования – пошаговый сбор необходимой информации о рынке, товаре конкурентов и всего, что окружает то или иное предприятие, для которого проводится анализ.

Чаще всего такие исследования проводятся для того, чтобы «обновить» товар, придать ему новые функции, с помощью которых он сможет удовлетворять больше потребностей. Для этого, конечно, необходимо знать: что сейчас важно для человека, в чем он нуждается и что находится в тренде. В это помогает маркетинг и его методы, благодаря которым продавец сможет привлечь больше клиентов и завладеть даже той частью клиентов, которые были заинтересованы в продукции конкурентов.

Для того, чтобы выбрать метод или методы, благодаря которым компания станет успешнее, необходимо понимать и помнить цели существования предприятия, стратегию, возможности. Это внутренние показатели, которые будут необходимы для анализа, однако есть еще и внешние – исследование рынка, вашей ниши, конкурентов и другое. Все это называется сбором маркетинговой информации, именно той, которая необходима для анализа в этой среде.

Существует первичные и вторичные данные. Если у предприятия стоит какая-то определенная задача, решение которого предполагает маркетинговое исследование, то непосредственно информация, которая будет использоваться при ее решении, называется первичной. Вся остальная информация, которая собиралась дополнительно и не имеет значения для основной цели, называется вторичной. Самыми достоверными и конкретными данными, которые нужны будут для проведения исследования – это первичные. Это является их главным преимуществом перед вторичной.

Из чего состоит исследование и как оно проводится? Давайте в этом разберемся по порядку.

Первое, и конечно самое необходимое, определение проблемы. Это может быть снижение спроса на определенный продукт или ухудшение его качества, а может и более глобальной: кризис предприятия, потеря актуальности на рынке товаров и услуг. С помощью определения реальной проблемы, можно пойти во второй шаг, который состоит в постановки цели исследования исходя из выявленных вопросов. Далее конечно же, третьим пунктом отметим проведение самого исследования на основании собранных первичных данных, которые помогут вывести положения для решения нашей проблемы. Четвертое – сбор вторичной и дополнительной информации, которая может пригодиться для итогового отчета всего анализа. Соответственно, последним пунктом будет составление отчета, в котором будет максимально подробно описано исследование и методы, которые нужны для предприятия.

Далее хотелось бы затронуть методы, которые существуют и которые помогают компании выйти на новый уровень продаж.

Существуют качественные и количественные методы. Сейчас более подробно о них поговорим. Качественные методы – изучение поведения индивидов, как они реагируют, что делают и говорят. Формат, который будет проводиться, заранее не сообщается, так как он не известен, а также одним из главных аспектов – уделение особого внимания полученных результатов. Преимуществами можно выделить: нет необходимости в больших затратах, с помощью него можно выявить самые неявные причины покупки того или иного объекта пользования. Недостатки – сложность в сборе всей информации, так как метод нуждается в большом внимании на все детали действия, а также субъективизм в конечном анализе. Выделим основные виды такого исследования:

1. Наблюдение;
2. Фокус-группы (интервью, которое проводится с группой активных клиентов продукта);
3. Различные интервью: глубинное, экспертное.
4. Исследование индивидуальных случаев.
5. Проективные методы.

Далее рассмотрим количественные методы исследования. Это сбор информации в основном связанные с количеством: сколько, во сколько, за сколько. Благодаря такому способу, можно охватить большее количество заинтересованных людей. На данном анализе формат проведения четко определен. Плюсы такого процесса: четкое следование цели, поставленной при определении проблем, детально можно определить, как решить проблемы. Минусы: не всегда можно определить точное количество данных, снижение значимости одного мнения, которое противоречит большинству. К такому методу относят:

1. Анкетирование (в любом виде: интернет-анкета, бумажная и тд)
2. Опросы.
3. Статические данные, проведенные на основе анализа.

Таким образом можно сделать вывод о том, что благодаря определенным методам можно выявить особые преимущества и недостатки товара/услуги. Они применяются в маркетинговом исследовании, на основе которого делается конечный отчет или презентацию. Как раз это и придаст товару новый спрос, а предприятию – прибыль.

Использованные источники:

1. Абаев, А.Л., Алексунин, В.А. Международный маркетинг.учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / А.Л. Алексунин В.А. Абаев. - Люберцы: Юрайт, 2016. С. 260-280.

2. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд. [Электронный ресурс] / Ю.В. Безрутченко. - М.: Дашков и К, 2016. С. 232.
3. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов [Электронный ресурс] / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. — Люберцы: Юрайт, 2016. С. 20.
4. Судас, Л.Г. Маркетинговые исследования в социальной сфере: Учебник [Электронный ресурс]/ Л.Г. Судас, М.В. Юрасова. — М.: ИНФРА-М, 2017. С. 200.

*Будагова С.П.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: В статье описаны основные методы и их подробное описание. Как каждый из них можно применить в экономической науке. Для чего они нужны и что они дают – вопросы, на которые можно ответить с помощью данной статьи.

Ключевые слова: методы, способы исследования, клиент, экономика, предприятие, показатели.

*Budagova S.P.
3rd year student
Institute of Finance Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

APPLICATION OF SCIENTIFIC RESEARCH METHODS IN ECONOMICS

Annotation: The article describes the main methods and their detailed description. How each of them can be applied in economics. What they are needed for and what they give are questions that can be answered with the help of this article.

Keywords: methods, methods of research, client, economy, enterprise, indicators.

Методы научного исследования применяются во всех областях, начиная с науки (опираясь на название), заканчивая самыми мелкими областями. В современной жизни человек очень часто применяет различные методы: в работе, повседневности, учебе и другом. Область, которая нас интересует и о которой пойдет речь в данной статье – экономика. В ней также используются многие способы, которые облегчают работу.

Разберемся с понятиями. Метод – определенный способ, шаг, при использовании которых процесс познания проходит понятно для познаваемого. С помощью таких способов познания можно наиболее полно изучить познаваемых предмет, найти про него больше информации и самое главное на пользуясь ими можно понять какая информация действительно подходит, а какая нет.

Также разберем понятие методика. Оно часто встречается в экономике, как «методика оценки платежеспособности» и другие. Методика – заранее определенный способ, с помощью которого можно решить конкретную задачу или проблему, другими словами, применение уже найденного и подходящего приема, который точно решит вопрос.

Для того чтобы понять, как и где они применяются, необходимо детально разобрать каждый. Существуют различные принципы по которым определяют к какой из групп относятся те или иные методы, но одной из основных разделений определяют:

- Теоретические;
- Эмпирические.

Начнем с изучения первых. Первый метод, который хотелось бы выделить – индукция. Оно означает, что определенные частные (единичные суждения) могут быть собраны воедино из чего может получиться определенное суждение. Отдельные факты можно собрать и получить вывод, который поможет для определения того, для чего была собрана вся информация. Приведем пример из экономики. Суждения: предприятие выпустило 100 тысяч деталей и продало их за 2 недели; у этого же предприятия, благодаря проданной продукции повысилась выручка. Вывод: данное предприятие экономически устойчиво и достаточно хорошо функционирует на рынке. Данный пример показывает, как в помощью индукции можно сделать вывод.

Дедукция – противоположность индукции, то есть разложение заключения, на определенные суждения. Не всегда понятно из общих фраз, откуда именно они взяты, поэтому нужны некие доказательства, которые можно вывести, зная начальные суждения. Пример: Компания X стала убыточна. Суждения: X перестала покрывать задолженности, и они начали копиться, компания уменьшила расходы на основные материалы.

Далее рассмотрим анализ. Это более знакомое слово, которое чаще всего можно встретить в экономике. Он проводится с целью определения

уровня, на котором находится компания, государство или отдельный объект. С помощью этого можно вывести сильные и слабые стороны, которые помогут сделать вывод о том, какие действия лучше предпринять. На основе данной информации, можно сказать, что анализ – разложение объекта на составляющие его части. Пример экономического анализа: Экономические показатели компании Я уменьшились на 2%. Это не сильно повлияет на ее эффективность, но может нанести последствия на положение на рынке конкурентов.

Синтез – соединение различных элементов предмета в одно целое. Очень часто синтез работает с анализом воедино, то есть анализируя объект с помощью синтеза приводим выводы.

Далее перейдем к эмпирическим методам.

Наблюдение – практический метод, в процессе которого можно получить информацию о внешних свойствах объекта. Очень часто человек пользуется данным методов в повседневной жизни, чтобы увидеть то, что ему интересно, то, что он может узнать с помощью зрительного аппарата. Пример в экономике: наблюдение за изменением экономических показателей, экономическим состоянием предприятия.

Эксперимент – исследование объекта, с помощью создания специальных условий, при котором изменятся свойства, в процессе которого можно узнать новые данные об объекте. Чаще всего используется в психологии и других сферах, нежели в экономике.

Анкетирование – составление определенных вопросов с вариантами ответов, при исследовании которых можно вывести полезные аспекты для обсуждаемого объекта. Это очень полезная вещь для того, чтобы получить независимое мнение. В экономике не используется, а в предприятиях может быть использовано, чтобы узнать потребности клиентов.

Беседа, интервью. Может проводиться как в онлайн, так и в офлайн формате. Также полезна для того, чтобы выяснить, что именно хочет клиент от продукта и как можно его модернизировать.

Существуют также и другие методы, но здесь были приведены основные. На основании таких базовых методов можно составить частные, которые подойдут к определенной отрасли.

В заключение хотелось бы сказать, что существует много методов, которые стоит применять в экономике. Они помогут быстрее найти пути решения проблем и вывести предприятие на уровень экономически эффективного.

Использованные источники:

1. Едророва В.Н., Овчаров А.О. Методы, методология и логика научных исследований. [Электронный ресурс] // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 9. С. 14–23.
2. Белов, П. Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование в 3 ч. Часть 1: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры

[Электронный ресурс] / П. Г. Белов. — М.: Издательство Юрайт, 2018. С. 100.

3. Королев, А. В. Экономико-математические методы и моделирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / А. В. Королев. — М.: Издательство Юрайт, 2017. С. 245.

4. Северцев, Н. А. Системный анализ теории безопасности: учеб. пособие для академического бакалавриата [Электронный ресурс] / Н. А. Северцев, А. В. Бецков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. С.15-28.

*Будагова С.П.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ИНВЕСТИЦИЙ И ЕГО УЧАСТНИКИ

Аннотация: В статье приводится описание, что такое инвестиции и рынок, на котором они функционируют. Отдельно отмечены функции, которые дают понять, зачем они существуют и как работают. Приведены примеры различных видов инвестиций, а также повествуется об участниках, взаимодействующих в данной области.

Ключевые слова: рынок, финансы, инвестор, вложения, поставщик, государство.

*Budagova S.P.
3rd year student
Institute of Finance Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

ACTIVITIES IN THE INVESTMENT MARKET AND ITS PARTICIPANTS

Annotation: The article describes what investments are and the market in which they operate. Separately marked are the functions that make it clear why they exist and how they work. Examples of various types of investments are given, as well as information about the participants interacting in this area.

Keywords: market, finance, investor, investment, supplier, state.

Деятельность на инвестиционном рынке непременно связана с движением субъектов инвестирования. Это достаточно сложная система, потому что она состоит из разнообразной инфраструктуры, которая должна удовлетворять потребности всех инвесторов. Благодаря данной отрасли происходит преобразование инвестиционных ресурсов во вложения.

Разберемся подробнее с понятием инвестиции. Это действия по вложению капитала инвестором, с целью получения отдачи, то есть прибыли. В зависимости от того, насколько эффективен проект, как работает и какую пользу приносит обществу, настолько и будет отдача. При убыточной стадии проекта инвестиции могут быть полностью или частично утрачены, поэтому стоит быть внимательнее и грамотнее в данной области, чтобы не остаться ни с чем. Можно вложить в 1 эффективный на данный момент проект и остаться ни с чем, а можно в 5 разных и оккупиться за счет одного все пять.

Инвестиции различают на:

1) Валовые – общий определенный размер средств, которые инвестор вкладывает на определенный период.

2) Чистые – размер инвестиций, который находится как разность валовых инвестиций и амортизационных отчислений также на определенный срок.

Также можно отметить еще одну классификацию:

1) Финансовые – внесение средств в финансовые активы. Например, акции, валюта и т.д. обязательно до одного года.

2) Реальные – вложения в реальные активы. Например, оборудование, строительство или ремонт и т.д. на срок более 1 года.

Для чего же нужен такой рынок и как он влияет на него в целом? Для этого мы можем рассмотреть его функции:

- Инвестиционный рынок является местом для временно свободных средств, которые можно вложить с пользой как для самого рынка, так и для инвестора.

- С помощью всего механизма значительно уменьшается риск, который несут участники.

- Увеличение вложенного капитала при правильной инвестиционной деятельности и отслеживании изменений на нем.

- Оживление всех процессов на рынке и повышение оборотности капитала на нем.

Различают также денежный и фондовый рынки. Данное разделение зависит от объектов финансового инвестирования. Первый в свою очередь обсуживает финансовые движения и операции с ними в срок до 1 года. Фондовый – действия с акциями, их владельцами и покупателями, которые непосредственно задействованы в данном рынке.

Инвесторами, то есть вкладчиками денежных средств, могут быть:

- Физ. лица;
- Различные фонды (пенсионные, паевые и т.д.);
- Профессиональные участники;
- Государство, в том числе все его органы самоуправления.

В самом процессе инвестиционной деятельности могут быть задействованы: государство, домохозяйства и фирмы. Каждый из них может быть как потребителем, так и поставщиком, то есть у них есть возможность как вкладывать средства, так и быть объектом инвестирования. Например, если государство выпускает облигацию, то оно является потребителем, а компания, которая ее купит, будет выступать в качестве инвестора, так как она будет вносить свой капитал. Также и с домохозяйствами, которое может закупить акцию и будет являться поставщиком для фирмы, у которой они ее получили.

Также существует портфельное и стратегическое инвестирование. Из названия можно понять, что портфельное значит что-то сохраняющее. А именно, он имеет никакой доли при покупке акций и старается получать доход только от них, не вмешиваясь в деятельность и работу самой компании. В свою стратегическое, наоборот, хочет получить максимальную выгоду от акций и той части собственности, который завладеет купив их, стараясь получить максимальную прибыль и завладеть большими привилегиями, по сравнению с первым.

Цели инвестора различаются от того, что они хотят получить на выходе, однако есть несколько общих:

- 1) Получить наибольшую прибыль за счет вложения своих средств.
- 2) Сохранить то, что ты вложил с минимальными рисками.
- 3) Заработать на какие-то определенные цели в краткий срок.
- 4) Создать некую «подушку безопасности» из дополнительных финансов, которые будут поступать от того, во что вы внесли деньги.

Финансирование может происходить как из собственных, так и заемных средств. Собственные – то, что уже имеется на счету, фонды накопления, сбережения, а заемные – то, что относятся к займам и кредитам.

В заключение хочется сказать, что инвестиционный рынок – сложнейшая система, которая состоит из множества различных отношений между поставщиками и потребителями в целях получения обеими сторонами прибыли, которую они смогут использовать в своих целях. Нужно иметь целый багаж знаний для того, чтобы действительно с минимальными рисками получить желаемый результат, потому что на сегодняшний день очень легко ошибиться.

Использованные источники:

1. Бондарец М.С. Совершенствование инвестиционных финансовых институтов Российской Федерации [Электронный ресурс] // Дисс. канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону: 2010. С. 129.

2. Гузнов, А. Г. Публично-правовое регулирование финансового рынка в Российской Федерации: монография [Электронный ресурс] / А. Г. Гузнов, Т. Э. Рождественская. — М.: Издательство Юрайт, 2019. С. 223.
3. Управление инвестиционными проектами в условиях риска и неопределенности: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова, Е. Ф. Щипанов. — М.: Издательство Юрайт, 2019. С. 46-72.
4. Леонтьев, В. Е. Инвестиции: учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] / В. Е. Леонтьев, В. В. Бочаров, Н. П. Радковская. — М.: Издательство Юрайт, 2019. С. 234.

*Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: аналитика больших данных описывается как сложный процесс исследования больших данных с целью выявления скрытых данных, таких как закономерности, тенденции рынка, корреляция и предпочтения клиентов. Это может помочь в принятии важных решений. Для анализа больших данных из отраслей промышленности мы предложили новый оптимизированный подход к управлению «зеленой» цепочкой поставок. Это также снижает риск, возникающий из-за опасных материалов. Это включает в себя выброс углекислого газа и экономические затраты.

Ключевые слова: большие данные, устойчивое развитие, зеленая окружающая среда, предприятие, управление цепочками поставок.

*Gapchenko E. N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

CREATING A BIG DATA EVALUATION MODEL FOR SUSTAINABLE ENTERPRISE DEVELOPMENT

Abstract: Big data analytics is described as the complex process of exploring big data to uncover hidden data such as patterns, market trends, correlations and customer preferences. This can help in making important

decisions. To analyse big data from industries, we have proposed a new optimised approach to green supply chain management. It also reduces the risk posed by hazardous materials. This includes carbon emissions and economic costs.

Keywords: big data, sustainability, green environment, enterprise, supply chain management.

Технология больших данных – это программное обеспечение, предназначенное для анализа, обработки и извлечения информации из очень сложных и массивных массивов данных, с которыми не в состоянии справиться стандартное программное обеспечение для обработки данных. Технология больших данных уже используется несколькими предприятиями для создания инноваций в бизнесе и содействия устойчивому развитию предприятия в будущем.

Большие данные определяются как «набор методик и технологий, требующих специализированных форм интеграции для выявления существенных скрытых ценностей из разнообразных, запутанных и больших массивов данных». Большие данные используются для того, чтобы помочь предприятиям улучшить свою деятельность. Передовые технологии больших данных повышают точность позиционирования предприятия. Большие данные позволяют предприятиям обмениваться данными более открыто, быстро и всесторонне, а разнообразные данные могут поставляться непосредственно на позиции, требующие информации. Предприятия будут изучать и агрегировать данные, полученные в результате интеграции ресурсов больших данных, и эти данные будут использоваться как единственный в своем роде ресурс в инновационном процессе компании.

Устойчивая окружающая среда в основном удовлетворяет потребности нынешнего поколения без ущерба для потребностей будущего поколения. Большие данные будут иметь большее влияние на долгосрочный рост любой компании. Они позволяют лучше понять самые разные ситуации. Большие данные способны изменить то, как долго организации – особенно те, которые оказывают наибольшее влияние на окружающую среду, но имеют доступ к огромному количеству данных – могут предпринимать устойчивые действия.

Понимание того, как бизнес влияет на природную среду, может привести к свежим идеям для достижения долгосрочного успеха компании. Без точной информации трудно прогнозировать рост предприятия. Проведение оценки больших данных даст возможность глубже понять факторы, которые важны для устойчивого развития предприятия. «Зеленое» предпринимательство охватывает широкий спектр продуктов, услуг и профессий, направленных на снижение выбросов парниковых газов, обеспечение устойчивости и отсрочку изменения климата.

Возобновляемые источники энергии, транспорт, строительство, сельское хозяйство, биотехнологии, переработка, лесное хозяйство и управление отходами входят в число отраслей, охватываемых «зеленым» предприятием. «Озеленение» любой организации или принятие ею экологически чувствительных практик иногда называют «зеленым предприятием».

Так, например, Китай продемонстрировал значительные улучшения в области экологического менеджмента предприятий после принятия экологического стандарта ISO14001. Для оптимизации цепочки поставок (ЦП) все больше предприятий используют «зеленые» и устойчивые подходы для улучшения деятельности предприятия. В основном государственные учреждения сосредоточены на выходе энергии, а не на ее эффективном использовании. Важно внедрять оценку больших данных и «зеленые» методы на предприятиях для «зеленого» и устойчивого роста. Интеграция больших данных на предприятии играет важную роль в решении проблемы асимметричной информации и недостаточной способности управления на предприятии. Мы выделили следующие данные:

– Модифицированный алгоритм кластеризации k-means используется для определения критических точек, подверженных сбоям, повышенному потреблению энергии и утечкам энергии. Эта методология в основном направлена на повышение энергоэффективности и обеспечение отказоустойчивости путем выявления предприятий, потребляющих больше энергии.

– На предприятиях большие данные используются для выполнения таких задач, как извлечение данных, предварительная обработка, моделирование, анализ и применение подходов машинного обучения к большим данным, собранным на предприятиях.

– Использование больших данных на предприятиях продвигает сферу корпоративных технологий, а также способствует созданию экологически чистого и устойчивого развития предприятий за счет сокращения потребления энергии и выбросов углерода.

Для управления большими данными и их передачи требуется хранение в памяти и создание соответствующей базы данных. Таким образом, большое значение придается управлению и обработке технологий для неструктурированных, полуструктурированных и сложно структурированных больших данных. Следовательно, необходимо решить некоторые проблемы, такие как представление больших данных, надежность, хранение, передача и эффективная обработка. Поэтому проектирование гибкой распределенной файловой системы (DFS), вычисления хранения, устранение избыточности, оптимизация энергоэффективного хранения, эффективная техника хранения больших

данных, технология слияния данных гетерогенного типа, методология управления и обработки распределенных некоррелированных больших данных, организация технологии больших данных, моделирование исследовательских данных, методы индексирования и так далее.

Технология баз данных бывает трех типов, а именно нереляционные базы данных, реляционные базы данных и системы кэширования баз данных. Реляционные базы данных бывают двух типов, это обычная реляционная система баз данных и база данных NewSQL. Между тем, нереляционные базы данных называются базами данных NoSQL и подразделяются на базы данных хранения изображений, базы данных ключей, базы данных документов и базы данных столбцов.

Более того, развитие безопасности в технологии больших данных также необходимо. Это может быть сделано с помощью прозрачного шифрования, технологии уничтожения данных, аудита данных и контроля доступа к данным.

Использованные источники:

1. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1018364722002221>
2. Bròdy, Andràs. Proportions, Prices and Planning: a Mathematical Restatement of the Labor Theory of Value / A. Bròdy. – Budapest: Akadémiai Kiadó; Amsterdam; London: North-Holland Publishing Company, 2020. – 194 p
3. Casey, Douglas R. Crisis investing: opportunities and Profits in the Coming Great Depression / D. R. Casey; автор предисловия: R. J. Ringer, Ph. M. Crane. – New York: Pocket Books, 2019. – 290 p.

*Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ИЗУЧЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КОРПОРАТИВНОЙ СРЕДЕ

Аннотация: в данной статье рассматривается как изменяется корпоративная средства при помощи искусственного интеллекта. Рост финансовых технологий произвел революцию во всей сфере управления активами. В секторе розничной торговли ИИ используется для управления запасами. Примером этого процесса является компания Amazon и ее патент на опережающую доставку, который может предвидеть, что нужно отправить клиенту еще до того, как он это закажет.

Ключевые слова: искусственный интеллект, корпоративная среда, предприятие, трансформация, приложения.

*Gapchenko E. N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

EXPLORING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE CORPORATE ENVIRONMENT

Abstract: This paper examines how the corporate environment is changing with artificial intelligence. The rise of financial technology has revolutionised the entire field of asset management. In the retail sector, AI is being used for inventory management. An example of this process is Amazon

and its patent for advance delivery, which can anticipate what a customer needs to ship before they even order it.

Keywords: artificial intelligence, corporate environment, enterprise, transformation, applications.

Искусственный интеллект определяется как системы, способные интерпретировать внешние данные, обучаться и использовать эти знания для достижения конкретной цели или задачи посредством адаптации. Эти системы могут достигать почти сверхчеловеческих результатов в самых разных областях деятельности. Достаточно взглянуть на такие области, как выявление мошенничества или диагностика заболеваний. Применение ИИ стало актуальным в связи с пандемией COVID-19 в 2020 году. Второе крупнейшее применение было связано с разработкой информационных панелей для визуализации фактического и ожидаемого распространения болезни.

В сфере бизнеса ИИ уже оказывает преобразующее воздействие в масштабах более ранних вычислительных технологий общего назначения. В ближайшие десятилетия влияние этой трансформации будет только расти, поскольку производство, транспорт, розничная торговля, финансы, здравоохранение, страхование, образование и практически все отрасли промышленности преобразуют основные процессы и вытекающие из них бизнес-модели, чтобы использовать преимущества, присущие ИИ. Необходимо уточнить, что ИИ отличается от экспертных систем и выходит за рамки того, что принято называть экспертными системами. Экспертные системы – это набор правил, запрограммированных человеком в виде серии утверждений «если – то». В отличие от ИИ, они не имеют возможности использовать внешние данные для обучения.

Многочисленные исследования показывают, что появляется несколько новых категорий рабочих мест. Эти новые категории требуют навыков и подготовки, которые застанут многие компании врасплох. Многие из этих новых и появляющихся рабочих мест являются результатом развития искусственного интеллекта. Проблема для образования в бизнес-школах заключается в том, что очень часто процесс изменения или адаптации учебных программ для удовлетворения этих новых потребностей, как правило, сильно отстает от фактического спроса.

С мезо-перспективы влияние ИИ похоже на то, как автоматизация повлияла на многие производственные процессы. Результатом стала потеря рабочих мест для «синих воротничков». С ростом внедрения ИИ появляется потенциал для серьезных изменений в потребностях и использовании «белых воротничков». Фактически, воздействие уже ощущается на некоторых исторически защищенных высококачественных профессиональных рабочих местах. Например, инструменты распознавания изображений начинают превосходить врачей в выявлении

форм рака кожи. В юридической профессии технологии электронного обнаружения, способные сканировать и интерпретировать миллионы документов, уменьшили потребность в больших командах юристов и помощников адвокатов при подготовке дел.

Изучение ИИ в корпоративной среде уже начинает оказывать влияние почти на каждый элемент цепочки создания стоимости компании и, как следствие, кардинально трансформирует отрасли. Это особенно актуально для сферы услуг. Приложения ИИ уже используются в управлении персоналом для помощи в отборе резюме и отборе кандидатов в виде передовых систем отслеживания заявок. ИИ все чаще используется в маркетинге и продажах, чтобы обеспечить более точное нацеливание и персонализированное общение. ИИ можно использовать для определения тысяч психотипов и создания сообщений, ориентированных на конкретные предпочтения получателей.

Сфера финансовых услуг позволяет изучить отраслевые эффекты. Рост финансовых технологий произвел революцию во всей сфере управления активами. В секторе розничной торговли ИИ используется для управления запасами. Примером этого процесса является компания Amazon и ее патент на опережающую доставку, который может предвидеть, что нужно отправить клиенту еще до того, как он это закажет.

Одна из проблем, с которой приходится сталкиваться, – это несоответствие между темпами изменения желаемых работодателями наборов навыков и темпами изменения учебных программ по бизнесу. Основной причиной этих изменений и несоответствия является продолжающееся становление экономики знаний. В бизнес-школах работа преподавателей менеджмента была, есть и, несмотря на значительное вмешательство, продолжает определяться институциональной логикой и нормами в сфере высшего образования. Сама концепция ИИ требует изменения существующей парадигмы бизнес-образования, как в плане того, как и что преподается в аудитории.

На самом базовом уровне существует необходимость в изменении одного всеобъемлющего аспекта. Необходимо отойти от «силосного» подхода, при котором основное внимание уделяется специализированным управленческим функциям и соответствующему акценту на бизнес-процессах. Дело в том, что дизайн большинства бизнес-программ ориентирован на функции. Бизнес-реальность нельзя разделить на отдельные дисциплины.

Искусственный интеллект является более всеобъемлющим понятием, чем качественные и технические аспекты, которые чаще всего ассоциируются с ним. Можно утверждать, что существует огромная потребность в людях с техническими навыками программирования на таких языках, как Python и им подобных, а также в сложных навыках управления базами данных. Вопрос, однако, заключается в том, где

следует преподавать такие навыки, какая дисциплина, факультет или колледж/школа, если на то пошло, должны сосредоточиться на развитии этих навыков.

ИИ оказывает все большее влияние на многие аспекты бизнеса. Сюда входят такие области, как человеческие ресурсы, информационные технологии, маркетинг, финансы и т.д.. Студенты, изучающие бизнес, должны обладать способностью собирать нужную или правильную информацию, анализировать бизнес-проблему, применяя логические рассуждения, а затем применять соответствующую методологию решения проблем для решения реальных бизнес-задач. ИИ все чаще становится основным инструментом, используемым в этом процессе.

Рассматривая некоторые из более технических аспектов ИИ, можно увидеть, что программирование и управление базами данных – это сфера компетенции факультетов информационных наук управления в большинстве колледжей бизнеса. Ведь именно в рамках этой компетенции разрабатываются и внедряются базовые инструменты нижнего уровня, которые являются движущей силой ИИ. Однако можно утверждать, что чем ближе к корню находится развитие технологии, тем лучше, если развитие навыков будет проходить на факультете компьютерных наук. Это обычно приводит к тому, что набор навыков, скорее, можно найти в инженерной школе, чем в бизнес-школе.

Совокупность факторов также усугубила ситуацию. К ним относятся: низкий уровень математической компетентности, отсутствие понимания количественной грамотности, несоответствие между преподаванием, исследованиями и практической значимостью (не успевают за развитием отрасли), а также неспособность разрушить "силосный" подход к преподаванию. Последний пункт особенно актуален в области науки о принятии решений, статистики и информационных технологий.

Одним из ключевых факторов, способствующих этому необходимому изменению, является растущее внимание к более широким бизнес-процессам, а не к более близоруким специализированным функциям. Основой для этого является понимание того, что бизнес состоит из множества процессов и должен выполнять их. Эти процессы охватывают различные специализированные функции. Например, внедрение компанией нового продукта подразумевает активное участие научно-исследовательских, производственных, информационных систем, бухгалтерии, финансов и маркетинга, и это лишь некоторые из функций.

Использованные источники:

1. Евтодиева Т. Е. Зеленая логистика как составляющая концепции общей ответственности / Т.Е. Евтодиева. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2018. Т. 12, № 1. С. 167–174.

2. Маколова Л. В. О процессе бизнес-планирования на предприятии в условиях неопределенности внешней среды / Маколова Л.В. В сборнике: Управление государственное, муниципальное и корпоративное: теория и лучшие практики. Материалы Пятой Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2020. С. 165-168.

*Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ МАШИНЫМ ОБУЧЕНИЕМ И ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ В КРУПНЫХ БИЗНЕС- ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация: в современную эпоху машинное обучение и искусственный интеллект остаются самыми выдающимися приложениями ИТ, технологией, которая в последние десятилетия переживает беспрецедентный прогресс. ИИ и машинное обучение тесно связаны с использованием компьютера для моделирования интеллектуального поведения при минимальном взаимодействии с человеком. Замечено, что многие крупные организации внедряют такие технологии, как ML и AI, для повышения эффективности и производительности бизнеса. Компании могут создавать лучшие, более индивидуальные и вовлекающие кампании, поскольку ИИ становится все более искусным в сборе массивных данных быстрее, чем когда-либо прежде. По мере того, как технологии ИИ и ОД становятся все более широко используемыми, быть технологически сильной компанией, несомненно, станет обязательным условием выживания.

Ключевые слова: машинное обучение, искусственный интеллект, эффективность бизнеса, автоматизированные технологии.

*Gapchenko E. N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE RELATIONSHIP BETWEEN MACHINE LEARNING AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LARGE BUSINESS ORGANISATIONS

Abstract: In the modern era, machine learning and artificial intelligence remain the most prominent applications of IT, a technology that has experienced unprecedented progress in recent decades. AI and machine learning are closely related to the use of the computer to model intelligent behaviour with minimal human interaction. It has been observed that many large organisations are adopting technologies such as ML and AI to improve business efficiency and productivity. Companies can create better, more personalised and engaging campaigns as AI becomes increasingly adept at collecting massive data faster than ever before. As AI and OA technologies become more widely used, being a technologically strong company will undoubtedly become a prerequisite for survival.

Keywords: machine learning, artificial intelligence, business performance, automated technology.

ИИ и ОД направляются во все сферы – от производства до предоставления продуктов и услуг клиентам. Машинный перевод, чат-боты и самообучающиеся алгоритмы - это примеры технологий ИИ, которые могут помочь людям лучше понимать окружающую обстановку и реагировать на нее соответствующим образом. Организации используют достижения технологии искусственного интеллекта для создания и максимизации своих стратегических и конкурентных преимуществ. Таким образом, предприятия в значительной степени полагаются на ИИ для повышения эффективности своей работы и разработки новых услуг для повышения производительности и создания новых предложений. Кроме того, они кардинально перестраивают бизнес и операционные процессы компаний, чтобы лучше соответствовать требованиям и ожиданиям клиентов, что приводит к повышению эффективности.

Машинное обучение и искусственный интеллект – это широкие понятия, которые будут рассмотрены далее в этой статье. Цель доклада - понять взаимосвязь между машинным обучением и искусственным интеллектом в крупных и диверсифицированных бизнес-организациях.

ИИ можно определить, как сочетание больших объемов данных, достаточной компьютерной мощности и машинного обучения. ML – это подкатегория ИИ, которая может быть описана как средство построения серии действий для решения проблемы, которая механически оптимизируется посредством опыта - с участием или без участия человека [1]. В современной сложной среде принятие стратегических организационных решений является динамичным, непредсказуемым процессом. В результате несколько ответственных сотрудников имеют

дело с огромным объемом и разнообразием данных, которые должны быть получены и правильно проанализированы для выработки подходящих вариантов. В этом контексте машинное обучение и искусственный интеллект сопровождаются новым методом работы с данными, который является одновременно и трудностью, и огромным потенциалом для бизнеса. Эти технологии все чаще позволяют интегрировать различные виды деятельности в компании, что повышает эффективность сотрудников, производительность труда и эффективность всего бизнеса.

Кроме того, технологии вовлечения ИИ, обеспечиваемые машинным обучением и обработкой естественного языка, могут выполнять все более сложные задачи, требующие более высокого уровня взаимодействия, диалога, рассуждений, прогнозирования, точности и эмоционального выражения [2]. Предсказательная способность алгоритмов машинного обучения также позволяет руководителям оценивать сотрудников на основе прогнозов о будущей производительности, анализируя исторические данные. Прогностическое превосходство алгоритмов машинного обучения также позволит менеджерам оценивать сотрудников на основе прогнозов относительно будущей производительности. Глубокое обучение – это сложное с вычислительной точки зрения машинное обучение, которое изучает ассоциации и статистические закономерности из огромных массивов данных [3]. Оно помогает принимать надежные решения для бизнеса. Благодаря этим достижениям фирмы используют полученные результаты для расширения своего бизнеса на новые рынки, товары и услуги.

С помощью применения ИИ и ОД менеджеры могут изменить бизнес-модели компаний. Например, использование ИИ и ОД повышает эффективность управления рисками, идентификации клиентов, удержания клиентов и мониторинга. Однако их использование также создает или усугубляет специфические опасности, которые могут повлиять на эффективность денежных рынков и нанести вред потребителям. В связи с этим в настоящее время власти во всем мире уделяют особое внимание вопросам использования и регулирования ИИ и ОД на финансовых рынках. Выяснилось, что от использования таких технологий выиграли финансы, торговля, маркетинг, розничная торговля и другие отрасли. Ожидается, что по мере развития технологий использование ИИ и ОД будет расти. Вероятно, параллельно придется адаптировать правовую базу, чтобы справиться с операциями и функциями предприятий.

Компании нуждаются в науке о данных и анализе данных, чтобы хорошо ориентироваться в данных и продвигать свой бизнес к успеху. Например, корпорации используют данные для принятия надежных решений о работе с потенциальными клиентами, чтобы повысить ценность своего бренда. Было установлено, что ML обрабатывает огромные данные более эффективно и результативно, благодаря чему менеджеры могут

принимать обоснованные решения. Программное обеспечение под названием HANA является одним из примеров приложения для бизнес-аналитики. HANA – это облачная платформа, которая позволяет предприятиям управлять своими базами данных. Программное обеспечение проверяет данные, такие как операции по продажам и информация о клиентах, на наличие тенденций и аномалий. Алгоритмы используются в системах бизнес-аналитики для обнаружения закономерностей и получения информации из базы данных компании или внешних данных. Однако качество и количество предоставляемых данных напрямую влияют на производительность ИИ.

Было замечено, что менеджеры должны понимать, кто является сегментом клиентов, которых они будут обслуживать, каковы их желания, запросы и требования, почему эти конкретные запросы являются наиболее подходящими для бизнеса, и как организация будет удовлетворять эти потребности. В этом контексте алгоритмы ИИ предвосхищают запросы потребителей, помогают создавать индивидуальные кампании, анализируют тенденции покупок клиентов и помогают компаниям повысить качество обслуживания клиентов. ИИ анализирует огромное количество данных о потребителях, чтобы определить особенности высокоценной клиентуры. Таким образом, ИИ позволяет компании достичь своих маркетинговых целей. Conversica – это программа управления конверсией продаж. Эта технология ИИ помогает продавцам установить связь с потенциальным лидом. Conversica может читать и понимать входящие сообщения электронной почты и предпринимать необходимые действия, например, отвечать на информацию по электронной почте, организовывать встречу, уведомлять продавца и так далее. Программное обеспечение Conversocial для управления конверсией продаж также экономит много времени для сотрудников отдела продаж.

Искусственный интеллект будет продолжать развиваться и оказывать влияние на бизнес-среду в будущем. И работники, и предприятия должны готовиться к будущему, принимая технологии и понимая, какие изменения необходимы для будущего успеха. Существует несколько перспектив для изучения того, как технологии ИИ влияют на творчество и эксплуатацию в бизнесе. Будущие исследования могли бы сосредоточиться на том, как фирмы могут поддерживать креативность и спонтанность, связанные с человеческим познанием, одновременно пользуясь компетентностью и высокой поисковой эффективностью автоматизации ИИ. Кроме того, будущие исследования также сосредоточены на том, как автоматизированные процедуры принятия решений влияют на когнитивные возможности организации.

Использованные источники:

1. Дмитриева, М. А. Влияние искусственного интеллекта на сферу маркетинга / М. А. Дмитриева // Интернет-маркетинг. – 2018. - № 2. – С. 82-88 <https://grebennikon.ru/article-4ohk.html#preview>
2. Исхакова, А. Ф. Применение искусственного интеллекта / А. Ф. Исхакова // Вестник современных исследований. - 2018. - № 9.3 (24).- С. 261-262. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=36275758>

*Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКВИВАЛЕНТНЫХ СКЛАДОВ В ГУМАНИТАРНОЙ ЛОГИСТИКЕ ПУТЕМ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАПАСОВ НЕСКОЛЬКИХ ВИДОВ ТОВАРОВ

Аннотация: размещение грузовых контейнеров для хранения гуманитарных грузов может рассматриваться как альтернатива складированию с помощью стеллажей. Имеющиеся запасы (т.е. палатки, кровати, одеяла) в контейнерных складах в настоящее время используются неэффективно. На некоторых складах хранится один тип товаров и нет ни одного из других типов. Поэтому во время операции по оказанию помощи необходимо задействовать несколько складов, чтобы полностью удовлетворить потребности бенефициаров в каждом типе предметов помощи.

Ключевые слова: Перераспределение товарно-материальных запасов, перемещение, помощь при стихийных бедствиях, эквивалентный склад, перепозиционирование, перераспределение местоположения.

*Gapchenko E. N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

DEFINING EQUIVALENT WAREHOUSING IN HUMANITARIAN LOGISTICS BY REDISTRIBUTING STOCKS OF SEVERAL TYPES OF GOODS

Abstract: The placement of shipping containers for the storage of humanitarian goods can be considered as an alternative to racking warehousing. Existing stocks (i.e. tents, beds, blankets) in containerised warehouses are currently underutilised. Some warehouses store one type of goods and none of the other types. Therefore, several warehouses need to be used during the relief operation in order to fully meet the needs of the beneficiaries for each type of relief item.

Keywords: Inventory reallocation, relocation, disaster relief, equivalent warehouse, repositioning, location reallocation.

Бедствия часто влияют на деятельность цепочки поставок и затрудняют людям, находящимся в местах бедствия, получение предметов первой необходимости. В результате неспособность предоставить необходимые предметы первой необходимости бенефициарам может привести к потерям жизней и финансовых ресурсов. Цифры, связанные с потерями, сделали концепцию готовности к бедствиям главным приоритетом для максимального смягчения пагубных последствий. По мере увеличения количества людей, пострадавших от бедствий, и экономического ущерба от них, гуманитарная логистика привлекла повышенное внимание ученых. Критические проблемы классифицируются в гуманитарной логистике как присущий спрос, неопределенность места и времени, сложные условия коммуникации и координации, а также трудности эффективной и своевременной доставки с использованием ограниченных ресурсов. Повышение готовности гуманитарных организаций является одним из способов преодоления этих проблем. В качестве метода подготовки к оказанию помощи при стихийных бедствиях материалы для оказания помощи при стихийных бедствиях заранее размещаются вблизи районов, подверженных стихийным бедствиям, для удовлетворения неотложных потребностей получателей помощи.

Гуманитарные организации сталкиваются с необходимостью принятия решений о том, где, когда и в каком количестве хранить материалы для оказания помощи различных типов. Гуманитарные организации, стремящиеся к повышению эффективности и результативности, проводят переоценку вместимости своих складов и уровней запасов между крупными операциями по оказанию помощи. Международная федерация обществ Красного Креста и Красного Полумесяца, как сообщается, проводит такую переоценку. Таким образом, получается потенциальная экономия при совместном распределении ресурсов с участием нескольких организаций во время подготовки к стихийным бедствиям. Подобная экономия возможна при совместном предварительном размещении запасов в условиях нескольких стран. Более того, изменение обстоятельств может потребовать от ТС переоценки вместимости и уровня запасов на их складах. Например, глобальное

потепление увеличило частоту речных наводнений. Таким образом, ТС должны заранее разместить достаточное количество предметов первой необходимости, таких как спасательные лодки, чтобы эффективно реагировать на эту тенденцию.

Например, Турция сталкивается с частыми бедствиями из-за своей климатической, тектонической, сейсмической и топографической структуры; поэтому в прошлом веке здесь погибло около 100 000 человек. В качестве примеров таких стихийных бедствий можно привести наводнения, лавины, оползни, пожары. После стихийного бедствия неотложные нужды получателей помощи удовлетворяются за счет заранее размещенных запасов. При традиционном подходе для предварительного размещения предметов первой необходимости используются складские помещения с проходами и полками.

В грузовых контейнерах хранятся палатки, кровати, одеяла и простыни. В настоящее время эти склады работают неравноценно, а их мощности используются неэффективно. На одних складах хранится только один вид предметов первой необходимости, а на других – разные виды. Поэтому во время операции реагирования необходимо задействовать несколько складов. Эквивалентные склады могут быть использованы, когда НОс ставят перед собой цель полностью удовлетворить потребности определенного количества бенефициаров в течение короткого времени. ООН хранит на своих глобальных складах буферный запас основных предметов первой необходимости (например, палатки, одеяла, спальные коврики), которые удовлетворят потребности 600 000 бенефициаров в течение 72 ч. Таким образом, активация нескольких складов с различными предметами помощи помешала бы достижению этих целей.

В рамках усилий по стандартизации практики гуманитарной логистики написано руководство по универсальным стандартам логистики. Стандарт складирования и хранения 3.3 гласит: «Планировка склада разработана таким образом, чтобы максимально использовать пространство при минимально необходимых усилиях по обработке, чтобы обеспечить безопасное, доступное, оперативное и надежное управление товарами».

Различные предметы помощи должны быть доставлены в место бедствия в разное время. Предполагается, что последовательный тип и спецификацию предметов помощи на каждом складе, подобно понятию эквивалентного склада.

Существует математическая модель типа «размещение-перераспределение» для принятия решения о том, как эффективно эксплуатировать существующие склады. Модель тестируется на данных о землетрясениях прошлых лет. Наличие надлежащего уровня запасов в подходящих местах положительно влияет на общее время реагирования.

Время создания запасов – до наступления бедствия, то есть на этапе готовности. Следуя классификации, фокусом является долгосрочное предварительное складирование.

Математическая модель перераспределяет имеющиеся общие запасы между существующими складами, одновременно переводя некоторые склады в разряд эквивалентных. Товары из пунктов снабжения также распределяются по пунктам спроса. Целевая функция минимизирует общее расстояние, взвешенное по спросу, чтобы быстро реагировать на неотложные нужды уязвимых групп населения. Рассматривается однопериодный, одноэшелонный, многотоварный поток с известными значениями спроса и предложения. Общий объем предложения на складах не может меняться, но допускается перераспределение между складами. Таким образом, если на одних складах объем предложения увеличивается, то на других уменьшается. Задача формулируется как модель смешанного целочисленного программирования (MIP) и является вариантом задачи размещения-перераспределения.

Сокращение времени реагирования при ликвидации последствий стихийных бедствий имеет жизненно важное значение для гуманитарной логистики. Увеличение количества складов увеличивает постоянные и переменные операционные расходы склада, снижает общие транспортные расходы и время реагирования. В противоположность этому, уменьшение количества складов требует дополнительных складских мощностей для удовлетворения спроса, снижает постоянные и переменные операционные затраты благодаря эффекту масштаба. Однако это увеличивает общие транспортные расходы, а также время реагирования. В данном исследовании общая вместимость остается неизменной. Существующие запасы перераспределяются от наименее используемых складов к наиболее используемым. Эти наиболее используемые склады определяются как склады для преобразования в эквивалентные. Идея использования эквивалентных складов может иметь ряд преимуществ, включая уменьшение времени отклика.

Использованные источники:

1. Антипова Ю. К. Источники конкурентных преимуществ предприятия в области маркетинга и логистики // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. 2022. № 2 (56). С. 24-27.
2. Банзекуливахо М. Ж. Ключевые показатели эффективности логистики и управления цепями поставок в условиях эпидемии “Covid-19” Логистические системы в глобальной экономике. 2022. № 12. С. 36-40.
3. Насонов С. В. Анализ проблем складской логистики и пути их решения // Материалы Афанасьевских чтений. 2022. № 2 (39). С. 18-22.

*Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ДВИЖЕНИЕ К «МОБИЛЬНОМУ СКЛАДУ»

Аннотация: Цепи поставок в целом и логистика «последней мили» в частности были нарушены из-за COVID-19. Хотя в прошлом было предложено несколько инновационных решений по логистике «последней мили», они имеют определенные ограничения, особенно во время COVID-19, что мотивирует необходимость альтернативного решения по логистике «последней мили». Используя стилизованную аналитическую модель, «мобильный склад» может стать эффективным решением проблем логистики «последней мили» во время COVID-19 и после него при определенных условиях. Мобильный склад - это грузовик, предназначенный для конкретной географической точки и перевозящий запасы различных продуктов на основе предполагаемого спроса на эти продукты в данной географической точке.

Ключевые слова: логистика последней мили, COVID-19, мобильный склад, инновации, коммерция, управление цепями поставок.

*Gapchenko E. N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MOVING TOWARDS A «MOBILE WAREHOUSE»

Abstract: Supply chains in general and last mile logistics in particular have been disrupted by COVID-19. Although several innovative last mile logistics solutions have been proposed in the past, they have certain limitations, especially during COVID-19, which motivates the need for an alternative last mile logistics solution. Using a stylised analytical model, a "mobile warehouse" can be an effective solution for last mile logistics problems during and after COVID-19 under certain conditions. A mobile warehouse is a truck designed for a specific geographical location and carries stocks of different products based on the anticipated demand for those products in that geographical location.

Keywords: last mile logistics, COVID-19, mobile warehouse, innovation, commerce, supply chain management.

Цепочки поставок, играющие важную роль в распределении товаров, подвержены сбоям. В частности, цепи поставок, ориентированные на разнообразие продукции и аутсорсинг, более уязвимы к сбоям. Управление такими рисками в цепях поставок имеет решающее значение, поскольку влияет на операционные показатели. Замечено, что цепи поставок восстанавливаются быстрее всего, когда участники цепи поставок принимают радикальную и дорогостоящую стратегию. COVID-19 повлиял на логистику и цепи поставок различных компаний по всему миру. В результате произошли сбои в работе: со стороны предложения, со стороны спроса и со стороны транспортировки и распределения товаров. В то время как спрос на дезинфицирующие средства, продукты питания и лекарства вырос во время COVID-19, спрос на одежду и спортивные товары снизился. Хорошо известно, что транспортировка является существенным фактором, влияющим на устойчивость цепи поставок во время вспышки эпидемии.

Что касается электронной коммерции B2C, то в период COVID-19 наблюдался значительный рост общего объема онлайн-продаж, поскольку потребители чувствуют себя в безопасности, совершая покупки из дома; например, Такой всплеск электронной коммерции привел к увеличению нагрузки на логистику «последней мили». Мобильный склад может стать эффективным решением проблем логистики последней мили во время COVID-19 с помощью стилизованной аналитической модели.

Мобильные склады, которые, по сути, являются специализированными грузовиками, перевозящими различные товары вблизи места нахождения потребителя, помогают поставщикам электронной коммерции B2C быстро и эффективно доставлять товары потребителям. В то время как поставщик услуг электронной коммерции B2C избегает высоких затрат на содержание складов вблизи места нахождения потребителя, потребитель получает выгоду за счет быстрой доставки товара на дом без необходимости ехать за товаром в определенное внешнее место. Кроме того, поскольку ожидается, что время

доставки будет коротким (обычно в течение нескольких часов), потребители могут удобно забрать заказ по требованию, и издержки, связанные с отсутствием потребителей, исключаются.

Исследователи в прошлом рассматривали проектирование сетей распределения, которые играют важную роль в доставке продукции потребителю. «Последняя миля» представляет собой последний этап распределения продукции, на котором продукт доставляется конечному потребителю, и считается самым важным этапом в процессе распределения. Традиционный метод доставки «последней мили» предполагает использование большого количества транспортных средств, управляемых людьми, из-за постоянно растущего рассредоточенного спроса, небольших размеров заказов и ожиданий потребителей в отношении времени доставки; в результате доставка «последней мили» является самой дорогой частью процесса доставки.

Самостоятельный забор заказанных товаров потребителями в заранее назначенных пунктах самовывоза поблизости от них уже давно практикуется. Заказанные товары могут забираться потребителями самостоятельно из стационарных или мобильных пунктов. Камеры хранения посылок – это пункты самовывоза, расположенные в общественных местах, где заказы потребителей хранятся в отдельных ячейках. Потребители могут получить заказанный товар после проверки их личности. Камеры хранения посылок бывают двух типов - стационарные и мобильные. В то время как в стационарных камерах хранения посылок потребителям необходимо добираться до пункта выдачи, в мобильных камерах хранения посылок заказанные товары доставляются в пределах шаговой доступности, чтобы потребитель мог их забрать. Мобильные камеры хранения посылок являются гибкими, поскольку потребителям не нужно забирать заказ в заранее определенном месте (например, дома или в офисе); они могут забрать его в любое время, когда мобильные камеры хранения посылок находятся в шаговой доступности. Более того, мобильные камеры хранения посылок помогают поставщикам услуг электронной коммерции избежать высоких затрат на недвижимость, связанных со стационарными камерами хранения посылок. Доставка в багажник автомобиля с отслеживанием местоположения потребителя – еще один вариант доставки на последней миле. В целом, самовывоз снижает логистические издержки, связанные с пропуском доставки из-за отсутствия потребителя в месте доставки, и позволяет потребителю удобно забирать заказы.

Другой способ доставки – через приемный ящик, который хранится в доме потребителя (например, в гараже). Заказы доставляются в этом ящике. Преимущество такого способа доставки заключается в том, что потребителям не нужно оставаться дома во время доставки заказа.

Краудсорсинг доставки заказанных товаров ознаменовал собой значительный поворот в логистике «последней мили». Краудсорсинговая логистика использует работников толпы для доставки заказанного товара потребителю, поскольку затраты самих поставщиков электронной коммерции, обеспечивающих доставку «последней мили», исключительно высоки. Обычно крауд-работники – это группа местных и непрофессиональных водителей, которые готовы временно работать на компании по доставке и предоставлять свои активы (например, автомобиль) для выполнения доставки посылок. Краудсорсинг как концепция доставки «последней мили» заимствована из моделей экономики совместного пользования, таких как такси, работающие по принципу "ride-hailing". Хотя краудсорсинговая совместная мобильность не так эффективна, как традиционная система грузовых автомобилей, при увеличении масштаба она может уменьшить размер парка грузовиков и обеспечить другие экономические преимущества.

Хотя все эти инновационные способы доставки «последней мили» направлены на минимизацию логистических затрат и сокращение времени доставки, достижение обеих целей на практике оказывается сложным. Особенно важно отметить, что на практике потребители ожидают крайне низких сроков доставки; например, если участники программы Amazon Prime рассчитывают на доставку многих товаров на следующий день, то участники программы Amazon Prime Now ожидают, что бакалейные товары будут доставлены в течение двух часов. В результате Amazon полагается на крупные региональные распределительные подразделения и множество небольших складов в городских районах для быстрой доставки. Эти небольшие склады играют важнейшую роль, поскольку заказы потребителей сортируются и загружаются в грузовики, чтобы соответствовать ожиданиям по времени доставки.

Использованные источники:

1. Арлабаева Ф.З.. Процедура аудита предприятия при управлении цепями поставок / Ф.З. Аралбаева, А.П. Тяпухин // Вестник ИПБ (Вестник профессиональных бухгалтеров). — 2011. — № 10-12. — С. 264—271.
2. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд./ пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 640 с.
3. <https://www.sciencedirect.com/>

*Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ. ФУНКЦИИ И ИНСТРУМЕНТЫ СМИ

Аннотация: в данной статье подробно рассмотрены средства массовой информации, а также функции, инструменты и цели СМИ, оказывающие влияние на аудиторию. Кроме этого, в статье были изучены каналы обращения СМИ, их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: СМИ, аудитория, информация, каналы обращения, пользователи, средства массовой информации.

*Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MASS MEDIA. MEDIA FUNCTIONS AND TOOLS

Abstract: in this article the media, as well as the functions, tools and goals of the media, which have an impact on the audience, were examined in detail. In addition, the article explored the channels of media circulation, their advantages and disadvantages.

Key words: Media, audience, information, channels of circulation, users, media.

СМИ или средства массовой информации – инструмент для передачи информации с помощью технических средств, направленная на определенную целевую аудиторию. СМИ играет важную роль в достижении целей, касающихся общественного здравоохранения. Но распространение информации о здоровье одна из сложнейших задач СМИ, которая приносит множество проблем для ученых и исследователей.

Использование СМИ не всегда несет пользу или выгоду, поскольку каналы, блоги или другие виды СМИ не направлены на целевую аудиторию, или несут слишком эмоциональную информацию, которая вызывает страх или тревогу у людей. Чтобы избежать вышесказанное, необходимо:

- форматировать исследования;
- знать свою целевую аудиторию;
- тестировать информацию;
- проследивать обратную связь аудитории на каналы и сообщения СМИ.

От СМИ во многом зависит развитие общества, касающееся здоровья. Ведь без СМИ людям было бы недоступно общаться, видеть сообщения или изображения на расстоянии. Но несмотря на весь потенциал средств массовой информации, информация о лекарствах, рисках или же стоимости и исследований неполна и не до конца раскрыта. [1]

Средства массовой информации способны оказывать воздействие на аудиторию в следующих форматах:

- краткосрочное;
- среднесрочное;
- долгосрочное.

Краткосрочные цели. Их задача состоит в том, чтобы аудитория могла обучиться концепциям здоровья, изменить старые знания на новые, а также могла запомнить различные рекламные и социальные сообщения.

Среднесрочные цели. От них зависят изменения в отношении, поведении и восприятие социальных норм, а также все перечисленные пункты из краткосрочных целей.

Долгосрочные цели. Они включают в себя изменения социальных норм и сохранения изменений в поведении. Также долгосрочные цели включают в себя задачи краткосрочных и среднесрочных целей. [2]

Результат достижения всех вышеперечисленных целей важны и полезны для оценки эффективности средств массовой информации.

СМИ выполняют три главные функции:

- образование. Данный инструмент позволяет передавать знания, а также может быть частью значительных усилий по

продвижению определенных действий, которые имеют социальную пользу;

– связи с общественностью. Этот инструмент помогает различным компаниям достичь доверие и лояльность у лидеров общественного мнения и у аудитории;

– отстаивание конкретной точки зрения. Третий инструмент способствует лидерам определять политическую повестку дня, проводить обсуждения по спорным вопросам и претендовать на поддержку конкретных точек зрения.

Самые эффективные каналы обращения средств массовой аудитории:

– телевидение. Один из самых эффективных средств, поскольку именно оно распространяет информацию большему количеству людей, независимо от их возраста, пола, дохода и образования. Также преимуществом телевидения является возможность показывать картинку и включать звук, что более вовлекает аудиторию благодаря представлению конкретных образов и продуктов. Но несмотря на все плюсы, телевидение имеет и недостатки. Они заключаются в том, что информация, которая будет размещаться, имеет высокую стоимость из-за затрат эфирного времени, а также из-за времени, потраченного на разработку социальной рекламы;

– радио. Также может охватить широкую и разнообразную аудиторию. Но радио охватывает более узкую аудиторию по критериям: возраст, вкус или даже пол. Одним из главных преимуществ радио является более низкий порог затрат на рекламу, поэтому данный инструмент позволяет более конкретно передавать информацию о продукте. Но оно требует большего внимания на аудиторию, так как нет визуального сопровождения. Поэтому приходится создавать больше мысленных и глубоких образов;

– интернет. Захватывает масштабное количество пользователей. Всемирная паутина как дает возможности, так и создает проблемы. Связанно это с тем, что сообщения можно разместить в любом месте и в любое время, однако пользователи практически не могут следить и управлять за их количеством и точностью. Интернет может направить пользователя на десятки тысяч различных серверов, но пользователь не сможет точно определить нужную ему информацию. Также интернет требует определенных технических навыков и затрат на подписки и услуги.

[3]

Отметим, что средства массовой информации играют важную роль в распространении информации о развитии, самосовершенствовании и

сохранения здорового образа жизни. Реализация данного потенциала зависит от повышения навыков СМИ, а также от знания аудитории и их моделей потребления.

Использованные источники:

1. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с.
2. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики, М., 1995, 351 с.
3. Васильева Л. В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Сер. «Гуманитарные

УДК 316.455

*Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Аннотация: в данной статье рассмотрена связь между средствами массовой информации и социальными изменениями, изучены успешные и провальные теории социологов и исследователей о влиянии СМИ на социальные изменения.

Ключевые слова: СМИ, аудитория, информация, средства массовой информации, коммуникация, теория, социальные изменения.

*Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MEDIA AND SOCIAL CHANGE

Abstract: this article examines the relationship between the media and social change, examining the successful and failed theories of sociologists and researchers about the influence of the media on social change.

Key words: Media, audience, information, media, communication, theory, social change.

Ученые в области коммуникации давно интересуются как СМИ влияют на общество. Первые теории основывались на том, что СМИ прямо и без всяких сомнений влияли на людей. А вот более поздние теории

предполагали, что СМИ воздействуют ограниченно. С тех пор ученые подвергались постоянным отливам и приливам теорий и исследований, как действительно СМИ влияют на социальные изменения в обществе. Исследования в области социальных изменений изучали и альтернативные и пиратские СМИ, и общественные мнения, и вещания, и политические коммуникации. [1]

Произошедшая деколонизация в 1950 годах повлекла за собой необходимость в политическом и экономическом развитии, в восстановление полноценной социальной жизни. Именно в тот момент возникла стратегия использования СМИ для поддержания позитивных социальных изменений, которая сопутствовала социально-экономическому развитию страны.

Первые ученые в развитии коммуникации стали Д. Лернер и У. Шрамм. Их теории оказали существенное влияние, основанные на принципах, что нужные социальные изменения могут быть достигнуты благодаря научно-разработанными коммуникационными кампаниями. До 1970 годов различные исследования и практики развития коммуникации базировались на основе «доминирующей парадигмы». Это понятие ввел американский социолог Эверетт Роджерс, который считал, что парадигма стала результатом западного наследия. Оно включало промышленную революцию в Северной Америке и Западной Европе, количественную традицию американской социальной науки и капитализм. Факторы, связанные с экономикой, историей, а также с идеологией создали доминирующую парадигму роли СМИ в развитии и социальных изменениях.

Такой взгляд посеял недальновидные теории и методы. Доминирующая парадигма, основанная на технологиях, была ошибочной. К тому же зависимость от слишком большой информации, ввела уровень жизни к простым цифрам, не несущую настоящего положения дел в стране. Поэтому Эверетт Роджерс предложил новое определение развития – процесс социальных изменений в обществе при широком участии, направленный на социальные и материальные результаты. [2]

В то время, когда Эверетт Роджерс опроверг теорию доминирующей парадигмы, исследователь Роберт Хорник написал статью об оценках группы проектов развития, включающих несколько континентов. Статья Роберта Хорника базировалась на 3 главных вопросах:

- роли коммуникации в процессах развития;
- условия, созданные проектами для развития коммуникации;
- знания о приложениях в сфере коммуникации.

Исследуя различные географические объекты Хорник смог показать, как успешно или безрезультатно работают проекты в социокультурных средах. Также он привел в своей работы следующие выводы:

- коммуникация является важной частью в развитии;
- коммуникация эффективна только в дополнительной стратегии;
- связь между коммуникацией и развитием сложный процесс.[3]

Мы уже говорили о том, что существуют различные теории как СМИ влияют на социальные изменения. Самыми распространёнными являются:

– теория социального обучения. Данная теория основано на том, как люди учатся и узнают новое при наблюдении. Это предположение считалось общепринятой мудростью, но касаясь СМИ, это предположение стало проблемным, так как не было единого взгляда, какому же все-таки поведению люди учатся. Альберт Бандура – социальный психолог, говорил, что СМИ косвенно воздействует на моделирование поведения. Усваивая образы, действия или поведения персонажей, люди присваивают и используют их для своего поведения; [4]

– теория социального маркетинга. Маркетинг отличный способ, чтобы повлиять на выбор конкретного продукта среди миллиона таких же. Данный метод может быть направлен и на выбор определенного поведения, который бы привел не только к улучшению здоровья, но и к развитию социальных изменений. Кампании социального маркетинга направлены на две целевые аудитории: отдельные группы лиц, выигрывающие от изменения поведения; политики, вносящие успешные изменения в социальные кампании.

Но несмотря на преимущества теорий, они имеют и недостатки. Теория обучения больше была направлена на экономические вопросы, а не на социальные и культурные. А социальный маркетинг больше фокусируется на том, чтобы люди стали их хорошими потребителями, которые в дальнейшем купят их продукт.

Связь между СМИ и социальными изменениями имеют огромным потенциал, но и ограничения. Но не смотря на косвенное влияние СМИ, они остаются важнейшим инструментом для улучшения качества жизни людей.

Использованные источники:

1. Бандура, А. (1971). Психологическое моделирование: противоречивые теории. Чикаго: Алдин · Атертон.
2. Роджерс, Эверетт М. Диффузия инноваций. - 3-е. - Нью-Йорк: Свободная пресса Гленко, 1983.
3. Хорник, Роберт. (1980). «Общение как дополнение в развитии». Журнал связи 30 (2): 10-24.
4. Бандура А. Теория социального научения. — СПб.: Евразия, 2000. — 320 с.

*Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

МЕДИАПСИХОЛОГИЯ

Аннотация: в данной статье рассмотрена отрасль психологической науки – медиapsихология, позволяющая рассмотреть личность в контексте взаимодействия с современными средствами коммуникации.

Ключевые слова: медиapsихология, информация, СМИ, влияние, поведение, общество, развитие.

*Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MEDIA PSYCHOLOGY

Abstract: this article examines the branch of psychological science - media psychology, which allows us to consider the personality in the context of interaction with modern means of communication.

Key words: media psychology, information, media, influence, behavior, society, development.

В настоящее время в каждой семье телевизор или интернет используется как минимум 5 часов в день. Молодежь все больше и больше обращается к данным ресурсам для получения и сбора различной

информации. Также рекламные сообщения стали распространяться на больших каналах и площадках: телевидение, баннеры, журналы и газеты, интернет и фильмы. Во время, когда мир наполнен многочисленными развлечениями и информацией и когда люди все больше зависимы от медиа, появляется необходимость изучить влияние СМИ.

В рассуждениях и спорах о средствах массовой информации психология давно выдвигает концепции, теории и методы их функционирования. СМИ можно итак описать простыми словами, например, шоу может быть смешным или неинтересным, а статья в интернете сложной и непонятной. Но когда исследованию добавляются теории какой-либо дисциплины, то предмету дается основа и теоретическая база для дальнейшей перспективы. Психология выступает же в роли взаимодействия аудитории и СМИ, а также психология предлагает когнитивные теории в исследовании СМИ. [1]

Психологический подход к изучению журналистики и СМИ еще развивается, так как разные ученые выдвигают разнообразные теории и знания о средствах массовой информации. Психологи изучают сообщения, данные и их влияние на общество в целом.

Например, одни психологи изучают как изображены женщины в медиа. И, как правило, большинство женщин очень худые. Поэтому психологи, проводя исследования, предлагают такую теорию, что медиа создают некий стереотип, что каждая девушка должна быть худой и одета с иголочки, несмотря на то, что другая часть девушек может иметь совершенно другие формы и размеры, а также вкусы. К сожалению, это приводит к негативным чувствам и эмоциям, которые испытывают девушки, отличающиеся от «идеала».[2]

Такое положение дел привело к тому, что в психологии появилось новое направление – медиапсихология, позволяющая изучить систему по управлению коллективным сознанием. Предметом данной области выступают поведения людей под воздействием СМИ. Все изменения, касающиеся поведения, восприятия и мышления, можно охарактеризовать следующим:

- расширяется пространство восприятия за счет слишком большого доступа к источникам и информации;
- появляется доступ к данным, включающие в себя такую информацию, которая оказывают сильное воздействие на манипулирование сознанием;
- повышается доверие и лояльность к выводам и результатам, сделанными бессознательно и интуитивно;
- формируется желание стать публичным, а также желание открыто выражаться;

– появляется возможность участвовать в коллективных обсуждениях и выражать свое мнение.

Таким образом, можно сделать вывод, что сейчас создается новая сфера деятельности личности, отличающаяся своей виртуальной идентичностью и публичностью, а также появляется процесс коллективного творчества, в процессе развития условий динамики индивидуальных целей и интересов человека. Вышеперечисленные процессы в СМИ представляют одну из главных проблем медиапсихологии, имеющую и теоретический и практический интерес.[3]

Существуют различные теории о том, как мы понимаем, что видим и слышим. Такие психологические теории используют множество измерений: текст, изображения, символы, видео и звук. Поскольку восприятие включает в себя все чувства и придает значение информации, разные люди могут по-разному понимать и придавать смыслы получаемой информации от одних и тех же СМИ. Также некоторые теории, используемые в психологии СМИ, включают:

– теория аффективной диспозиции.

Данная теория различает точки зрения пользователей, основанных на четырех компонентах: эмоции и мнения человека на персонажей, удовольствие и признательность, положительные и отрицательные чувства к персонажам, конфликты между персонажами и их реакции.

– теория моделирования.

Теория утверждает, что симуляции не опускают всю внешнюю информацию. Правильнее сказать, что непрямые стимулы изменяются в образы и воспоминания человека, чтобы запустить симуляцию.

– психологическая теория игры.

Теория игры основана на том, как человек использует медиа для своего удовлетворения и отдыха. Также она изучает как медиа меняется в жизни человека в соответствии с его содержанием.[4]

Таким образом, влияние СМИ на психологические процессы развития личности является важнейшей проблемой медиапсихологии, которая основана на потенциальной выгоде и негативных последствиях от использования всех форм технологий.

Использованные источники:

1. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. — 160 с.
2. Жижина М. В. Основы медиапсихологии. – Саратов: Наука – 50 с.
3. Олешко В. Ф. Психология журналистики. – Екатеринбург: Изд. во Урал. – 476 с.
4. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.

*Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ДОСУГОВЫЕ ПРАКТИКИ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация: в данной статье рассмотрены досуговые практики в медиапространстве, а также важность данных практик на развитие личности и общества в целом. Помимо этого, подробно изучена досуговая журналистика, ее основные виды и функции.

Ключевые слова: досуг, досуговые практики, медиа, журналистика, досуговая журналистика, медиатекст, отражение.

*Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

LEISURE PRACTICES IN THE DIGITAL AGE

Abstract: this article examines leisure practices in the media space and the importance of these practices for the development of the individual and society as a whole. In addition, leisure journalism, its main types and functions are studied in detail.

Key words: leisure, leisure practices, media, journalism, leisure journalism, media text, reflection.

В настоящее время существуют различные форматы медиа-продуктов: печатные, вещательные и онлайн-продукты. Все эти площадки

взаимодействуют друг с другом, обмениваясь информацией, материалами и ссылками и имеют одну цель – создать общий информационный продукт.

Контент, который публикуется на разных медиаплатформах, все чаще связан с досуговыми практиками. Каждому человеку нужно отдыхать и отвлекаться от работы или учебы, поэтому существует множество форм досуга для людей разного возраста и пола, разного достатка. Так каждый может выбрать то, что действительно ему интересно и необходимо.

Журналист, работающий с практиками в области досуга должен понимать, чем отличаются виды досуга, их преимущества и недостатки, а также должен понимать, как отражать всю специфику досуга в СМИ.

Досуг – это свободное от работы время, а также деятельность, избираемая человеком в свободное время, позволяющая реализовать те потребности, которые невозможно удовлетворить в обязательной деятельности.

Важно отметить, что досуг также является важной частью культуры, который связан с едиными трудностями жизнедеятельности общества и социальной группы. Досуговые практики объединены с ежедневным опытом человека и направлены на интерактивное поведение. [1]

Основные виды досуга делятся на: игры, туризм, спорт, участие в культурных и творческих мероприятиях. Классифицируя досуговые практики, можно выделить 3 основные группы видов деятельности человека:

- активный и пассивный отдых. Необходим для восстановления сил после работы или во время перерывов;
- развлечения. Это деятельность, позволяющая получить удовольствие, радость и отвлечься от забот;
- творчество. Приносит высшее удовлетворение и одновременно является средством духовного совершенствования.

В досуговых практиках часто повторяющаяся деятельность приобретает знаковый смысл, заменяя рутину на коллективные одобренные действия. Существующие факторы, как социальная среда, потребности и интересы, влияют на содержание досуговых практик. И в настоящее время самым популярным досугом является Интернет. [2]

Такая ситуация вызывает как позитивные, так и негативные последствия. Но несмотря на это, приходится принимать тот факт, что данный досуг, связанный с коммуникациями в сети возрастает и с каждым днем набирает обороты.

У людей увеличивается стремление к досугу, так как появляется больше свободного времени, повышается качество жизни. Развивается одновременно и сфера информации с досуговыми практиками. Появляются

различные проекты, реализующие досуговые практики и обеспечивающие их освещение.

В результате того, что СМИ в сфере досуга охватывают большую часть населения, появилось новое направление – досуговая журналистика. Основные виды досуговой журналистики являются:

- научно-популярная журналистика;
- спортивная журналистика;
- трэвел-журналистика;
- арт-журналистика.

Вдобавок досуговая сфера в СМИ решает важные задачи, направленные на совершенствование личности, духовное развитие общества, стимулирование социально-культурной активности и снижение психологического напряжения.

Можно выделить следующие функции досуговой журналистики:

- информационная;
- рекреативная;
- релаксационная.

Поэтому медиатекст должен формировать хорошее настроение, удовлетворять интересы и снимать напряжение, развивать культурные и духовные ценности и при этом расширять кругозор читателя. Исследования, основанные на анализе свободного времени городских жителей, показывают, что потребляют больше всего информацию в онлайн-медиа и социальных сетях. [3]

Таким образом, можно выделить следующие преимущества и проблемы в процессе отражения журналистами различных досуговых практик в медиапространстве:

Интернет носит инструментальный характер и используется как средство общественной и досуговой практики. Из-за того, что появляются новые формы досуга, а именно развлечения в онлайн-медиа, классические досуговые практики становятся менее популярными, в то время как начинают их вытеснять досуговые практики в цифровом пространстве.

Главной задачей журналистов становится не только освещать и распространять досуговые практики в медиапространстве, но и мотивировать аудиторию на активную деятельность.

Чтобы понять, как улучшить эффективность освещения досуговых практик, необходимо проводить контент-анализ медиатекстов, анализ частоты запросов различных форматов досуговых практик в поисковых системах и анализ отзывов на различных порталах.

Изучив все вышеперечисленное можно сделать вывод, что досуговые практики в медиапространстве играют важную роль в совершенствовании и развитии личности, поэтому сейчас появляется необходимость изучать

журналистам формы досуговых практик и находить пути эффективного их отражения.

Использованные источники:

1. Журналистики сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб.: Высш. Школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. — 304 с.
2. Сурова Е.Э., Бутонова Н.В. Досуговые практики в пространстве повседневности. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6: Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2014; №2: 53-60.
3. Рекреативные функции СМИ: учеб. -метод. пособие / Н. А. Федотова. — Минск: БГУ, 2020. — 115 с.

*Глашкина В.С.
студент 1 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Блонская А.А.
студент 4 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВЛИЯНИЕ НА НАСТРОЕНИЕ И ВОЗДЕЙСТВИЕ В СМИ

Аннотация: в данной статье изучены теории управления настроением, а также исследован выбор людей на определенный контент, который вызывает положительное настроение. Кроме этого подробно рассмотрена медиасреда как один из главных инструментов манипулирования, которая особенно интересна при изучении управления настроением.

Ключевые слова: настроение, влияние, СМИ, воздействие, выбор, медиасреда, развлечения.

*Glashkina V.S.
1st year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Blonskaya A.A.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE INFLUENCE ON THE MOOD AND IMPACT IN THE MEDIA

Abstract: this article explores theories of mood management, and explores people's choice of certain content that induces positive mood. In addition, the media environment as one of the main tools of manipulation, which is especially interesting in the study of mood management, is examined in detail.

Key words: mood, influence, media, exposure, choice, media environment, entertainment.

Настроение можно сравнить с яркими эмоциями, но отличаются оно меньшей степенью возбуждения и большей продолжительностью переживаний. Эмоции, как страх или злость, обычно чем-то или кем-то спровоцированы и связаны с определенными поведенческими целями. Настроение же не обязательно связано с конкретными причинами или событиями, а также оно отличается отсутствием мотивации к действиям.

Тем не менее, ученые не пришли к единому мнению, требует ли настроение сознательного осознания. Одни ученые придерживаются первой теории, что настроение может переживаться сознательно, но проявляться неосознанно. Другие следуют второй теории, что настроение не требует осознания. Так Уильям Морис придерживается первой теории и считает, что неосознанные переживаемые настроения все равно способны влиять на познание и действия. Роберт Тайер, приверженец 2 теории, подчеркивает отличие настроения, которые разделяет его с острыми эмоциями. [1]

Тайер различает настроения, вызванные:

- энергетическим возбуждением;
- интенсивным возбуждением.

Эти категории настроения соответствуют гедонистическому образу жизни, вызывая как плохие, так и хорошие ощущения. Роберт Тайер представляет такую среду, в которой можно отобразить все настроения, отвечающие только благополучию людей. [2]

Уильям Морис также говорит о том, что настроение влияет на самочувствие. Помимо этого он подчеркивает, что хорошее настроение помогает организму адаптироваться и приспособиться к требованиям окружающей среды.

Несмотря на то, что люди могут просто испытывать хорошее или плохое настроение, ученые пришли к такому выводу, что настроением можно управлять. Так Дольф Зильман, разрабатывая теорию самоуправляемого управления настроением, пришел к выводу, что люди в попытках улучшить образ жизни поддаются импульсу максимизации удовольствия. Его теория выдвигает аспекты, связанные с тем, что люди пытаются организовать свою внешнюю среду так, чтобы:

- избежать плохого настроения и уменьшить переживания;
- сделать хорошее настроение более продолжительным и ярким;
- сменить плохое настроение на хорошее.

Выбор условий и внешней среды, в котором будет находиться человек, может быть сознательным и бессознательным. Сознательным он будет в случае, когда человек знает о своем настроении и прикладывает усилия, чтобы его изменить. Бессознательным выбор будет тогда, когда

человек преследует цель изменить настроение, но не знает своего настроения и не знает, как его изменить.

Считается, что человек впервые выбирает случайно те или иные условия. Если человек находится в плохом настроении, то «встреча» с условиями, приносящие удовольствие и облегчение, остается в памяти, что в дальнейшем помогает человеку найти необходимые условия в будущем. Частое получение облегчения в итоге приводит к необычному выбору определенных условий. Повышение хорошего настроения при «встрече» с приятными условиями, происходит аналогичным образом. [3]

Хотя теория управления настроением применима к организации стимулирующих условия, медиасреда особенно интересна при рассмотрении управления настроением. Связанно это с тем, что медиасреда один из главных инструментов манипулирования, а также она богата выбором, предлагаемых развлечений.

Теория управления настроением предполагает, что медиасреда и различные условия умело могут изменять настроения. Если бы это не было бы возможным, то не формировались бы определенные предпочтения к каким-либо медиасредам и условиям. Однако, способность медиаизображений изменять настроение была документально подтверждена.

В качестве эксперимента, Джозеф Форгас и Стефани Мойлан, выявили настроение посетителей кинотеатра, посмотревших грустный и смешной фильм. Они заметили, что настроение после просмотра фильма было связано с классификацией содержания. Таким образом, смешной фильм вызвал хорошее настроение, а трагический и грустный фильм – плохое. Настроение также проявлялось в относительно позитивном и негативном отношении к различным социальным проблемам.

Аналогичное исследование было проведено с выбором людей различных развлекательных программ. Зрители пытались избежать или уменьшить плохое настроение, потребляя комедийные или семейные шоу, поднимающие настроение и приносящие спокойствие.

Таким образом, можно сделать следующий вывод, что люди делают выбор на такой контент, который вызывает:

- гедонический тон, относящийся к внутренней привлекательности;
- преобладающие положительные настроения.

Важно отметить, что гедонизм, главный инструмент управления настроением, но он определяет только один мотив, влияющий на выбор медиаконтента. Такой контент может иметь полезные свойства, относительно независимые от гедонистических соображений. Но гедонизм стоит рассматривать, как доминирующую детерминанту выбора

развлекательного медиаконтента. Информационная полезность же является в данном случае второстепенным фактором. [4]

В конечном итоге основной целью выбора развлечений является исправление нежелательных настроений наряду с достижением и усилением желательных. Таким образом, управление настроением можно рассматривать как центральную модель выбора в сфере медиаразвлечений.

Использованные источники:

1. Моррис, Уильям Н. (1992). «Функциональный анализ роли настроения в аффективных системах». В обзоре личности и социальной психологии, Vol. 13: Эмоции, изд. Маргарет С. Кларк. Ньюбери-Парк, Калифорния: Sage Publications.
2. Роберт Е. Тайер «Источник повседневного настроения: Управление энергией, напряженностью и стрессом» (обзор), Эксмо, 2018 г.
3. Бориснев С.В. Социология коммуникации. М., 2003.
4. Березкина О., Обозов Н., Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. — М.: Прайм-Еврознак-2016. — С. 4–76

*Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ИНВЕСТОРЫ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ

Аннотация: Суть инвестирования в проекты, как это происходит и кто выступает спонсорами. Типы инвесторов и их основные характеристики, которые определяют направления их деятельности и описывают основные задачи инвестирования в определенные продукты проектной сферы и прочих схожих продуктов в экономической отрасли. Основные продукты инвестирования.

Ключевые слова: Инвестор. Проект. Спонсор. Инвестирование. Организация. Тип. Характеристики. Рынок. Биржа. Ситуация. Экономика. Граждане. Рыночная система. Продукт. Деньги. Финансы. Средства. Деятельность. Сфера.

*Davydova E.I.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

INVESTORS IN INVESTMENT PROJECTS

Annotation: The essence of investing in projects, how it happens and who the sponsors are. Types of investors and their main characteristics, which define their activities and describe the main objectives of investing in certain products of the project sphere and other similar products in the economic sector. The main products of investment.

Keywords: Investor. Project. Sponsor. Investor. Organization. Type. Characteristics. Market. Exchange. Situation. Economy. Citizens. Market system. Product. Money. Finance. Means. Activity. Scope.

В нынешнее время стало очень популярно употреблять словосочетание «инвестиционный проект» и не потому, что это модно, а потому, что это актуально и очень интересно.

Сам термин инвестиционный проект означает – вложение средств, основного капитала в какой-либо продукт инвестирования. Этот объект инвестирования будет направлен в первую очередь на умножение капитала и получение коммерческой выгоды. Это является одним из важных моментов, переходящим в цель и задачу, поставленную перед вхождением в инвестиционную деятельность инвестора, будь он впервые в этой сфере или имеет большой опыт в различном инвестировании и вкладах в проектную деятельность.

Создание проекта – кропотливый и неоднозначный труд, для этого нужно иметь множество знаний, уметь рассчитывать все моменты и главное, уметь преподнести свой проект так, чтобы люди хотели в него вложиться.

Так, люди, которые изъявляют желание вложиться в проект, называются инвесторами. Само слово «инвестор» несложно означает – вкладчик, человек, вносящий свои инвестиции или вклад куда-либо.

Рассмотрим основные типы инвесторов:

1. Венчурные – тот тип вкладчиков, которые не боясь потерять свои средства, идут на очень большие и иногда неоправданные риски. Такие инвесторы часто вкладываются в «стартапы» (начинающие проекты, у которых зачастую отсутствует даже MVP. Такие вкладчики обычно получают выгоду за счёт того, что вкладывают в несколько «стартапов». Несколько из них приносят им большую выгоду, покрывая расходы на распавшиеся и неудачные вклады.

2. Агрессивные – тип вкладчиков, которые с большой щепетильностью выбирают себе объект вложения и вкладываясь, идут на высокий риск, однако затем стремятся получить максимальную выгоду со своих вложений.

3. Умеренно-агрессивные – тип инвесторов, которые грамотно просчитывают свои вложения и стараются вложиться в некрупные проекты, чтобы держать под контролем свои риски и возможность получения прибыли. Такие вкладчики идут на заведомо рассчитанный риск и ставят в большой приоритет получение денежных средств со своих вложенных средств и продуктов.

4. Консервативные – вид вкладчиков с говорящим названием. Данный тип инвесторов совсем не склонен к рискам. То есть просчитывается риск, вариант вложения, но упор идёт на получение стабильной и невысокой прибыли. Всё внимание оказывается на постоянность получения денежных средств.

У практически каждого инвестора существует созданный портфель инвестиций, поэтому вложения в проекты будет либо дополнением, либо основным вложением, направленным на получение стабильных денежных средств. Так, например, каждый остаток вкладывается в очередной проект в той доле, в которой может быть профинансирован. Следовательно, у вкладчиков выработанная система вложения в инвестиционные проекты, которая на постоянной основе приносит доход.

Сам основатель проекта, при его создании, учитывает множество факторов. Ведь это важно не только для представления будущей ситуации, но и для презентации проекта будущим потенциальным инвесторам. Обязательно должна примерно представляться эффективность создания, инвестиционные затраты, ставка дисконтирования, и главное – предполагаемый потенциальный доход, как для всего проекта, так и прибыль от вложения для каждого, изъявившего желания, инвестора.

Так например:

-если сумма поступлений (дисконтированных) меньше, чем сумма поступлений (дисконтированных), проект считается неэффективным.

-если сумма поступлений - дисконтированных больше, чем сумма поступлений, то проект считается эффективным.

Получается, что прибыль от проекта меньше требуемой, либо в целом проект убыточен и не увлечен на дальнейший успех.

Подводя итог, можно сказать, что привлечение денежных средств является очень важной и интересной темой. Значимо правильно преподнести свой проект для того, чтобы инвесторы захотели его выбрать для вложения своего капитала.

Использованные источники:

1. Евдокимова А.В., Пашкина И.Н., Внутренний аудит и контроль финансово-хозяйственной организации – И.Научная книга – 2009г – 230с.
2. Резниченко С.М., Сафонова М.Ф., Швырева О.И., Современные системы внутреннего контроля – И.Феникс – 2016г – 510с.
3. Гордиенко Д.В., Основы экономической безопасности государства – И.Финансы и статистика – 2009г-224с.
4. Фирсова О.А., Экономическая безопасность предприятия – И.Академия безопасности и выживания – 2014г – 210с.
5. Ха-Джун-Чанг, Как устроена экономика – 2014, 2018г – 460с.

*Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

БЮДЖЕТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВА

Аннотация: Сущность бюджетных организация в структуре государственной экономики. Представители бюджетных организаций, форма отчетности и прочие моменты. Как происходит деятельность организаций, которые финансируются за счет средств государства. В чем состоит отличие таких организаций от коммерческих и основные моменты учета и отчетности в данной сфере.

Ключевые слова: Предприниматель. Законодательство. Бюджет. Деятельность. Изменения. Государство. Граждане. Средства. Организации. Бизнес. Система. Аккумуляирование. Федеральный бюджет. Компания. Производство.

*Davydova E.I.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

BUDGET ORGANIZATIONS IN THE STATE SYSTEM

Annotation: The essence of budgetary organisations in the structure of the state economy. Representatives of budgetary organisations, form of accountability and other issues. How organisations which are financed by public funds operate. What is the difference between such organisations and

commercial organisations, and the main points about accounting and reporting in this area.

Keywords: Entrepreneur. Legislation. Budget. Activity. Change. State. Citizens. Means. Organisations. Businesses. System. Accumulation. Federal budget. Company. Production.

Экономическая система является довольно сложной и структурированной. В нее входит множество элементов и подсистем. Все эти элементы в совокупности организуют эффективную работу в сфере экономики и налаживают отношения и взаимодействия с другими системами государства. Так как являются довольно таки значимыми элементами в системе и структуре государства в целом.

Одним из элементов является наличие организаций, которые различаются по своему назначению и финансированию. Без существования организаций невозможно развитие государства, так как они вносят свой существенный вклад в экономику, осуществляя аккумуляцию финансовых средств, производство товаров и услуг, образование новых рабочих мест и многие другие показатели.

По финансированию различают коммерческие негосударственные и бюджетные организации. Бюджетные организации осуществляют свою деятельность на основании федеральных средств, которые предоставляются государством предприятиям. На эти средства организации существуют, предоставляют свои услуги или производят продукцию. После этого производится полная отчетность по использованным и оприходованным денежным средствам.

Бюджетная система – это различные бюджетные организации, создающие совокупность. Совокупность административных учреждений, фондов и образований на государственной основе и прочее.

Сложность содержания и управления бюджетной организации состоит в особой отчетности и контроле. Так как за каждый рубль и копейку оприходованных средств нужно предоставлять полный отчет.

Итак, рассмотрим какую отчетность должны вести бюджетные учреждения:

- Бухгалтерскую финансовую отчетность (БФО)
- Отчет о финансовых результатах деятельности учреждения
- Отчет об исполнении учреждения плана фин. хоз. Деятельности
- Отчет в ФСС
- Отчет об исполнении бюджетных обязательств
- Отчет об оприходовании средств
- Отчет об использовании денежных средств.
- Справка по консолидированным расчетам и прочие.

Бюджеты федерального значения разрабатываются на государственном уровне и происходит утверждения в виде законов,

подзаконных актов, документов федерального уровня. Бюджеты местного значения разрабатываются органами местного самоуправления в совокупности и дополнении к федеральным законам, которые составляют основу всех правил и прочего.

Также важную роль в экономической системе играют консолидированные бюджеты.

Консолидированный бюджет – это совокупность уровней бюджета на определенной территории, который пользуется большим и важным спросом при составлении анализов, прогноза и прочее. Так как играет значимую роль в структуре экономики.

В большинстве своём в структуру бюджетной экономики входят следующие организации и учреждения:

- образовательные учреждения (как общеобразовательные школы, ВУЗы, СУЗы, так и учреждения дополнительного образования на всех уровнях и во всех регионах.

- Медицинские учреждения
- Некоторые предприятия производства товаров и услуг
- Предприятия сельского хозяйства
- Организации, выполняющие стратегические заказы государства
- Мэрии, организации местного самоуправления
- Областные советы
- Муниципальные организации
- любые другие казенные предприятия.

Так, подводя итог, можно сказать, что бюджетные организации составляют важную роль в функционировании экономической системы в государстве. Так как выполняют полезные функции и обеспечивает граждан необходимыми свойствами.

Использованные источники:

1. Гордиенко Д.В., Основы экономической безопасности государства – И. Финансы и статистика – 2009г-224с.
2. Ха-Джун-Чанг, Как устроена экономика – 2014, 2018г – 460с.
3. Г.П.Журавлева, В.В.Смагина - Экономическая теория и политика рыночной системы хозяйствования – И. Финансы и статистика – 2008г – 640с.
4. В.Н.Лившиц - Системный анализ рыночного реформирования нестационарной экономики России – 2013г – 640с.
5. Глобализация и институциональная модернизация экономики России. Теория и практика – И.Прометей – 2019г – 656с.

*Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОСОБЕННОСТИ ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРИИ

Аннотация: Особенности онлайн-бухгалтерии, как это происходит, как происходит обслуживание предприятий, организаций, которые подключены к онлайн-бухгалтерии. Возможности облегченного ведения учета, которые предоставляют банковские системы для своих клиентов, если вторые изъявляют такое желание в учете и ведении отчетности предприятия какого-либо бизнеса.

Ключевые слова: Предприниматель. Налоги. Законодательство. Бюджет. Организация. Онлайн. Сфера. Бизнес. Банк. Бухгалтерия. Отчет. Аудит. Отчетность. Консультация. Помощь. Тариф. Бесплатно. Налоги. Сервис. Дополнительно.

*Davydova E.I.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

FEATURES OF ONLINE BOOKKEEPING

Annotation: Особенности онлайн-бухгалтерии, как это происходит, как происходит обслуживание предприятий, организаций, которые подключены к онлайн-бухгалтерии. Возможности облегченного ведения учета, которые предоставляют банковские системы для своих клиентов,

если вторые изъявляют такое желание в учете и ведении отчетности предприятия какого-либо бизнеса.

Keywords: Entrepreneur. Taxes. Legislation. Budget. Organization. Online. Sphere. Business. Bank. Accounting. Reporting. Audit. Reporting. Advice. Help. Rate. Free of charge. Taxes. Service. More.

В современном мире всё больше набирает популярность и актуальность перехода в онлайн сферу. Так как современные реалии позволяют и даже отчасти заставляют задуматься о полном или частичном переходе в сферу дистанционного управления или ведения какого-либо дела или организации в сфере.

Как же осуществляется ведение онлайн-бухгалтерии?

Онлайн-бухгалтерия в своём изначальном виде представляет собой совокупность, специальное программное обеспечение, которое функционирует и выполняет за специалиста какие-либо упрощённые действия. Также это может проявляться в проверке и автоматизации каких-либо операций бухгалтерского учета в любого вида организации или предприятия.

Итак, отличие онлайн от офлайн заключается в том, что в дистанционном формате ведение происходит в режиме online. То есть ведение бухгалтерии, контроль за средствами происходит в удаленном виде. Всё это возможно благодаря сервисам в облачном хранилище. Обычно данные услуги предоставляются банковскими организациями, как услуги для индивидуальных предпринимателей, малого предпринимательства и даже крупного бизнеса. То есть, заключая договор с определенным банком и переведя денежные средства и финансовые активы в хранение и обработку данному банковскому учреждению, предприниматель вправе получить пакет поддержки для своего дела.

Именно эти особенности иногда играют большую значимую роль при выборе бизнесменом банка, через которые он будет производить свои денежные операции. Так как данный вид комплексных услуг является бонусом и отличным решением в упрощении ведения учета за счет своего удобства и простоты в использовании и управлении.

Рассмотрим основные положительные стороны онлайн-бухгалтерии:

1. Удешевление процесса.

Так как при предоставлении серверов облачных именно банком, сам предприниматель не платит отдельно за обслуживание сервера, заработную плату системного администратора, покупку лицензии и прочее. Всё это в минимальном объеме входит в услугу со стороны банка на льготных условиях.

2. Упрощение ведения документооборота.

Для того, чтобы работала онлайн-бухгалтерия, не требуется никаких особых навыков работников, так как всё это делает автоматизированный

сервис. Достаточно только заполнить некоторые данные организации и система будет сама вести учет. Конечно, как обычно происходит, никто не отменяя технический фактор, перепроверяет систему, но как правило, сервера редко ошибаются и в большинстве случаев, вмешательство самого сотрудника не требуется.

3. Актуальность.

В данный момент времени и на данном этапе развития мировой экономики, это является очень актуальным и современным методом ведения финансового учета. Так как идет прогрессирующая тенденция на автоматизацию и компьютеризацию всех процессов на производстве. Как производственных, так и управленческих систем и структур на каждом существующем предприятии.

4. Усиленная защита персональных данных организации.

За счёт встроенных протоколов шифрования, которые имеют достаточно высокий уровень защиты, данные предпринимателей находятся в безопасности и не могут подвергаться ни кибер-атакам, ни утечке информации, ни подвержению человеческого фактора при составлении и ведении учёта.

5. Простота в организации рабочего процесса.

За счет того, что ведение происходит в онлайн режиме, учет можно вести с любой точки мира, что обеспечивает отсутствие привязки к месту работы и удобству для сотрудников и руководителей.

Так, подводя итоги, можно сказать, что онлайн-бухгалтерия является очень полезным и важным фактором развития экономики, так как обладает большой актуальностью и полезностью.

Особенно можно отметить, что данный сервис все больше набирает популярность за счет своего удобства, быстроты и актуальности ведения учета. Что говорит о модернизации системы ведения бухгалтерского учета в государстве и во всем мире.

Учет также идет в ногу со временем и совершенствуется на каких-либо моментах.

Использованные источники:

1. Евдокимова А.В., Пашкина И.Н., Внутренний аудит и контроль финансово-хозяйственной организации – И.Научная книга – 2009г – 230с.
2. Резниченко С.М., Сафонова М.Ф., Швырева О.И., Современные системы внутреннего контроля – И.Феникс – 2016г – 510с.
3. Гордиенко Д.В., Основы экономической безопасности государства – И.Финансы и статистика – 2009г-224с.
4. Фирсова О.А., Экономическая безопасность предприятия – И.Академия безопасности и выживания – 2014г – 210с.
5. Ха-Джун-Чанг, Как устроена экономика – 2014, 2018г – 460с.

*Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИИ

Аннотация: Как происходит внешнеэкономическая деятельность в России? Значимость изменений и для чего это происходит. Как государство контролирует данную деятельность, какие есть импортеры и экспортные государства. Что входит в внешнеэкономическую деятельность Российской Федерации. Как она производится и в каких объемах. Основные моменты ведения ВЭД.

Ключевые слова: Деятельность. Экономика. Внешняя экономика. Государство. Импорт. Экспорт. Изменение. Международный. Обмен. Сотрудничество. ВЭД. Страна. Совместное ведение. Взаимодействие. Уровень.

*Davydova E.I.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

RUSSIA'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Annotation: How is foreign economic activity happening in Russia? The significance of the changes and why they take place. How the state controls these activities, what are the importers and exporting states. What is included in

the foreign economic activity of the Russian Federation. How it is produced and in what volumes. The main points of conducting FEA.

Keywords: Activities. Economy. Foreign economy. State. Imports. Exports. Change. International. Exchange. Cooperation. FOREIGN TRADE. Country. Joint conduct. Interaction. Level.

В нынешнее время в мире очень развито сотрудничество в разных сферах. Это может быть:

- политическая
- культурная
- социальная
- экономическая сфера
- прочие

Но больший интерес всегда вызывает развитие экономических отношений между странами.

Так, внешнеэкономическая деятельность играет значимую роль в развитии каждого государства. Ведь уровень налаженных внешних связей является одним из показателей успешности развития страны. В современных промышленно развитых странах не представляется существование государства без участия в мировой экономике и сотрудничестве с другими странами. Это помогает во многих вопросах, которые являются актуальными на данный момент времени, как в мире, так и в определенном государстве в частности.

Внеэкономическая деятельность России включает в себя:

1. Предпринимательская деятельность в области международной торговли и сотрудничества на мировой арене.
2. Международный обмен товарами
3. Международный обмен какими-либо услугами
4. Обмен на мировой арене продуктами информационной деятельности или интеллектуальной собственности.
5. Совместное ведение проектов с другими различными государствами
6. Проведение собраний по вопросам экономической ситуации в целом
7. Совместная работа над анализом международного рынка и выявление уровня спроса и вариантами сбыта.
8. Различная работа над экспортом
9. Осуществление работ над импортом и т.д

С каждым годом наблюдается тенденция увеличения и налаживания международных отношений со многими странами. Происходит дифференциация труда и государства стараются наиболее эффективно произвести это разделение, чтобы получить максимальную выгоду и

уменьшить все возможные издержки на это производство или покупку какого-либо рода товаров и услуг.

Почему важно сотрудничать с другими странами? Потому что это позволяет приобретать недостающие товары для своих граждан. К примеру, в России не могут в силу невозможности выращиваться определенные культуры/продукты, чтобы закрыть недостаток этого продукта, Россия закупает этот товар у другой страны, специализирующейся на выращивании этого товара. Тем самым для РФ это является импортом, а для страны продавца прямым экспортом.

Также рассмотрим иные цели внешнеторговой политики РФ:

- Сохранение баланса импорта и экспорта
- Включение страны в систему дифференциацию труда
- Закуп недостающих товаров и услуг
- Формирование экономических отношений, взаимодействий с другими странами
- Обмен и получение новых видов интеллектуальной собственности
- Обозначение своего места на мировой арене
- Развитие государства
- Получение новых товаров, ранее неизвестных на территории России.
- Расширение отношений с другими странами
- Возможность получить что-то новое в каждой сфере
- Расширение взаимодействия с экономически важными государствами, которые имеют определенное влияние на мировую экономическую обстановку в целом.
- и другое.

Все эти цели объясняют активную политику внешнеэкономической деятельности. Так как это является достаточно важным и значимым аспектом в ведении всей экономической деятельности в стране в целом и именно это также влияет на развитие отраслей, которые определяют уровень модернизации и развития государства, для своих целей и место на мировой экономической арене.

Использованные источники:

1. Глобализация и институциональная модернизация экономики России. Теория и практика – И. Прометей – 2019г – 656с.
2. З.В.Рыбина - Национальная экономика России. Учебное пособие – И. Директ-Медиа – 2019г – 254с.
3. Л.Арно - Русское влияние в Евразии. Геополитическая история от становления государства до времен Путина – И. Альпина Паблишер – 2014г – 368с.
4. Г.П.Черников, Д.А.Черникова – Мировая экономика – И. Дрофа – 2006г – 432 с.

5. Е.А.Чистякова, Г.И.Бочкарев, Т.Асон, П.Л.Алтухов - Мировая экономика: тенденции развития. Учебное пособие – И. Научная книга – 2009г – 131с.

*Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ЗНАЧИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Аннотация: Как происходит изменение в налоговом законодательстве? Значимость изменений и для чего это происходит. Как государство контролирует деятельность граждан, как предпринимательскую, так и частную. Основные аспекты и моменты управления деятельностью организаций в сфере экономики. Какие моменты могут коснуться при изменении? В чем состоит усовершенствование налогового законодательства в экономике.

Ключевые слова: Предприниматель. Налоги. Законодательство. Бюджет. Деятельность. Изменения. Государство. Граждане. Средства. Организации. Контроль. Усовершенствование. Закон. Момент. Актуализация. Сфера. Отрасль.

*Davydova E.I.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE SIGNIFICANCE OF CHANGES IN TAX LEGISLATION

Annotation: How do tax laws change? The significance of the changes and why they happen. How the state controls the activities of citizens, both entrepreneurial and private. The main aspects and points about the management

of organisations in the economy. What aspects may be affected by the change? What is the improvement of tax legislation in the economy.

Keywords: Entrepreneur. Taxes. Legislation. Budget. Activity. Change. State. Citizens. Means. Organisations. Control. Improvement. Law. Momentum. Actualization. Scope. Industry.

Абсолютно каждое развитое государство не видит своего существования без налоговой системы, то есть без определенного налогового обложения, которое является обязательными, как и для всех граждан, так и для всех компаний, ведущих какую-либо деятельность. Ведь система взимания уплат позволяет государству:

- аккумулировать денежные средства
- пополнять федеральный бюджет
- регулировать предпринимательскую деятельность
- контролировать деяния граждан своей страны.

Сами проблемы возникновения теоретических данных о налогообложении начали появляться в конце 18 века в Европе и дальше нашли своё распространение в других странах. Система с каждым годом все больше совершенствовалась и помогала развитию каждой страны своей способностью организации деятельности, аккумулирования средств, учета и контроля деятельности организации и прочими инструментами, которые позволяют совершенствовать экономическую систему как в развивающихся странах, так и уже развитых государствах, независимо от уровня на данный момент времени.

Рассмотрим участников данной системы:

- Лица, с которых взимается налог (налогоплательщик)
- Органы налогообложения
- Налоговые агенты
- Организации по учету налогов и др.

Время от времени в налоговом законодательстве происходят некоторые изменения, которые касаются многих факторов. Говоря о том, для чего происходят изменения, можно отметить следующие факты. Налоговая система может претерпевать изменения для актуализации различного рода баз, для того, чтобы текущая теория соответствовала актуальным законам и могла держать связь с другими Кодексами. Чтобы все актуализировалось и не отставало ни в каких аспектах.

Актуализация Налогового законодательства очень важный и неотъемлемый факт в жизни государства. Так как в современном мире происходят массовые изменения во всех сферах. Отмечая экономическую сферу, можно увидеть усовершенствование следующих моментов:

- таможенного вопроса
- импортно-экспортных теорий
- вопросы сотрудничества государств

- изменение ситуации на рынке сбыта и прочее.

Отмечая правовую часть государства, можно заметить, что время от времени вносятся поправки в законодательство, которые позволяют наиболее корректно на данный момент времени оценить случившуюся ситуацию и действовать на основании актуального закона или какого-либо подзаконного акта.

Налоговая система как раз является совокупной средой двух основ – экономической и правовой системы. Следовательно, можем отметить, что изменения в НК обязательны и неизбежны и позволяют поддерживать в актуальном режиме все виды законодательств в стране.

Усовершенствования могут коснуться следующих вопросов и теоретических основ:

1. Ставка налогообложения.
2. Порядок уплаты налогов и пошлин.
3. Сроки подачи налоговых деклараций и сопутствующей информации по поводу налоговых вычетов или взносов.
4. Список организаций/ситуативных граждан, которые могут быть освобождены от определенных налогов.
5. Список организаций и лиц, которые могут быть освобождены от необходимости производить фискальные транзакции.
6. Схемы подачи документов.
7. Видоизменение документов.
8. Подход к налогообложению для граждан страны, которые на данный момент находятся и работают за рубежом.
9. Порядок уплаты косвенных налогов.
10. Список продуктов, подлежащих Акцизу и др.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что изменение в налоговом законодательстве может благоприятно сказаться на экономической и политической ситуации определенной страны, так как происходит актуализация и все данные просто претерпевают контроль и возможно новый вид. Рассмотрев моменты, которые могут содержаться в поправках, можно отметить, что все они – будут позволять государству выходить на новый уровень.

Использованные источники:

1. Н.И.Малис – Налоговый учет и отчетность – И. Печатная книга – 2020г – 408с.
2. М.В.Романовский, О.В Врублевский – Налоги и налогообложение – И.Питер – 2009г – 528с.
3. Шон Масаки Флинн – Экономика для чайников – И.Вильямс – 2019 – 368с.

4. Епишкина И.А., Никитина В.Н, Шапиро С.А, Современные проблемы экономики труда и пути их решения – И.DirectMEDIA – 2019г – 492с.
5. Экономика и управление: проблемы, решения №02 – 2013, Ж. «Экономика и управление»

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО РОЛЬ В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ РФ

Аннотация: сущность налога на прибыль, его роль в консолидированном бюджете.

Ключевые слова: Налог на прибыль, федеральный бюджет, налог.

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti
Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

CORPORATE INCOME TAX AND ITS ROLE IN THE TAX SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation: the essence of income tax, its role in the consolidated budget.

Keywords: Income tax, federal budget, tax.

Основной источник, создающий государственный бюджет Российской Федерации является налог. Налоги – обязательные безвозмездные платежи, которые взимаются с физических и юридических лиц. Большая часть налогов поступает в Федеральный бюджет, который в свою очередь представляет собой свод расходов и доходов денежных средств. Именно из Федерального бюджета выделяются средства для

реализации государственных функций и задач. Перечислим основные налоги, идущие в данный бюджет:

- налог на добавленную стоимость
- акцизы
- налог на прибыль
- налоги на внешнюю торговлю и внешнеэкономические операции.

Для того, чтобы наглядно отразить объем поступлений налогов и спланировать бюджет на будущие периоды составляется консолидированный бюджет. Ежегодно его составлением занимается Министерство финансов Российской Федерации. Весомую долю бюджета государства составляет налог на прибыль организаций. Его плательщиками являются Российские организации, ведущие свою деятельность по основной системе налогообложения, а также иностранные компании, которые осуществляют свою деятельность на территории РФ, либо получают доход от источников РФ. Как и любой другой налог, налог на прибыль организации имеет свои сроки уплаты. Его необходимо уплатить до 28 марта следующего года включительно, то есть уплата налога за 2022 год будет производиться не позднее 28 марта 2023 года.

Существует несколько методов учета расходов и доходов для налога на прибыль. Они отличаются условиями, которые могут служить фактором, для применения одного из способов, так и кругом лиц (налогоплательщиков), которые могут использовать каждый из этих способов.

1. Метод начисления - расходы учитываются с того момента, когда они возникли в определенной хозяйственной ситуации.

2. Кассовый метод – расходы учитываются фактически, то есть, когда уже была произведена оплата.

Метод начисления распространяется на всех налогоплательщиков, а вот второй метод могут использовать только те организации, которые перечислены в налоговом кодексе РФ.

Рассмотрим график и сравним, как в течение трех последних лет менялся удельный вес ННП в Федеральном бюджете России.

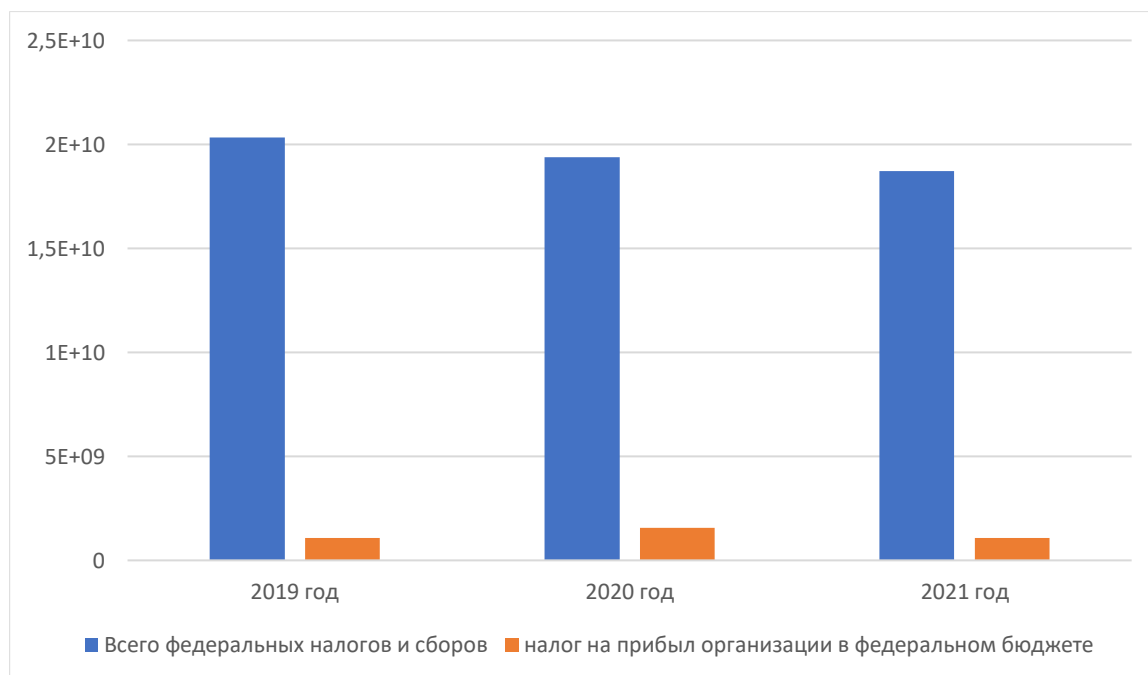


Рисунок 1. График динамики поступивших налогов и сборов и налога на прибыль в Федеральный бюджет за 2019-2021 года.

Исходя из данного графика, можем увидеть, что объем налога на прибыль организации постоянно изменяется, в 2020 году наблюдается его рост.

С 2019 по 2020 год налог вырос на 48 млн., а в 2021 опустился до объемов, которые были в 2019 году. Но несмотря на такие изменения, налог на прибыль занимает значительную часть в федеральном бюджете.

Рассмотрев налог на прибыль, можно сделать вывод, что это прямой налог, с помощью которого государство может влиять на экономику страны.

Использованные источники:

1. Налоговый кодекс РФ [электронный ресурс] справочно-правовая система «Консультант плюс» <http://www.consultant.ru>.
2. Альбекхаджиева Р.З. Место и роль налога на прибыль организаций в налоговой системе РФ // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2017. – С. 288-290.
3. Данные по формам статистической налоговой отчетности [электронный ресурс] Федеральная налоговая служба <https://www.nalog.gov.ru>

УДК 336.7

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

CRM-СИСТЕМЫ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: какие плюсы получает банк, при установке CRM. Виды CRM. Для кого необходимы CRM-системы.

Ключевые слова: CRM-системы, банковская деятельность, клиент.

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

CRM SYSTEMS IN BANKING

Annotation: what advantages does the bank get when installing CRM? Types of CRM. For whom CRM systems are needed.

Keywords: CRM systems, banking, client.

В 2022 году существует множество конкурентов в банковском деле и привлечение клиентов является неотъемлемой частью поддержания конкурентоспособности на рынке. Для решения данных задач начинают прибегать к автоматизированным методам, чтобы снять общую нагрузку с сотрудников и увеличить клиентоориентированность. Один из распространенных методов, к которому обращается банк с целью выполнения этих задач является внедрение CRM (Customer Relationship Management). С помощью маркетингового функционала, который имеется

в этой системе, возможно производить сегментацию клиентов, разрабатывать сценарии взаимодействия с клиентами и так далее. Данный набор функций CRM-системы дает возможность улучшить качество обслуживания и степень удовлетворенности клиентов. Данные критерии использования CRM являются для банков актуальными в данное время. Для кого же в первую очередь будет актуально использование системы в банковских услугах?

1. Менеджеры клиентских подразделений.

Это основные источники взаимодействия с клиентами. Менеджеры ведут свою базу и привлекают клиентов в организацию. Чаще всего, база клиентов зафиксирована в программе MS Excel, либо же вообще в записной книжке, но данный способ работы с информацией имеет множество минусов. Клиент не всегда попадает к одному и тому же менеджеру, он может взаимодействовать с разными, поэтому менеджеру всегда важно знать что необходимо клиенту, по какому вопросу он обращался ранее и какие услуги приобретал, поэтому именно CRM система дает возможность структурировать информацию и облегчить работу менеджеров клиентских подразделений с помощью общего доступа к базе клиентов.

2. Руководители клиентских подразделений.

CRM-система для руководителей выступает хорошим рычагом для управления своими подразделениями. Система дает возможность руководителю видеть работу своих подчиненных и оценивать ее качество, что является еще одной мотивацией для работы менеджеров. Так же для руководителя открыты такие возможности, как составление отчетов, воронки продаж, проведение аналитики.

3. Службы маркетинга.

Шаблоны для рассылки клиентам службы маркетинга не всегда ставят на первое место, поэтому они часто устаревают. CRM-система помогает создавать автоматические списки рассылки для клиентов, основываясь на информации о них, что поможет формировать списки с учетом интересов клиентов.

Рассмотрим подробнее виды CRM-систем. Их выделяют всего два:

- Операционные
- Аналитические

Операционные системы собирают информацию из разных источников в единое целое, что помогает повысить рост продаж, так как каждый сотрудник имеет возможность работать в одной системе с необходимой им информацией.

Аналитические CRM-системы дают возможность пользоваться информацией, которая была взята из внешних источников, ограничением является только бизнес-требование самой компании. В хранилище ACRM

поступает вся взятая из источников информация. Но одним из останавливающих моментов работы данной системы является момент, когда бизнес-требования не могут быть реализованы из-за проблем взаимодействия с источником, где хранятся данные клиентов. Данная ситуация может возникнуть либо по причине отсутствия данных, либо по причине невозможности получить эти данные.

Исходя из информации выше, можно понять, что CRM-системы в корне упрощают работу менеджеров по продажам и помогают создать условия для более качественного обслуживания клиентов.

Использованные источники:

1. Изаак С. И., Сетевой (электронный) бизнес: теория и практика. - М.: Издательство СканРус, 2012. ст. 124
2. Кудинов А. CRM: российская практика эффективного бизнеса. - М.: Издательство 1С-Публишинг, 2009. - 374 с.
3. Чистов Д.В., Шуремов Е.Л., Заложнев А.Ю. Инновационные технологии внутрифирменного управления. - М.: Издательство ВивидАрт, 2010. - 200-356 с.

УДК 331.1

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОМПАНИЕЙ

Аннотация: от чего зависит эффективное управление организацией? Какая роль руководителя в этой сфере? Современные HR-практики.

Ключевые слова: человеческий ресурс, руководитель, управление, показатели эффективности.

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*
*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE COMPANY

Annotation: what determines the effective management of the organization? What is the role of a manager in this area? Modern HR practices.

Keywords: human resource, manager, management, performance indicators.

Эффективное управление компанией начинается в первую очередь с эффективного управления сотрудниками, а точнее человеческих ресурсов. В наше время значение человеческих ресурсов значительно увеличилось, сейчас работодатели обращают внимание не только на уровень образования и стаж работника, но и на его желание развиваться и расти в

компании. Стали учитываться интересы работника и создаваться определенные условия для раскрытия его потенциала. Это помогает увеличить заинтересованность каждого работника в его деятельности.

Современные компании стали выделять средства для улучшения качества имеющихся навыков работника и приобретения им новых. Инвестиции в работников стали практически обязательным пунктом в планировании бюджета.

В чем же заключается эффективное управление компанией и какие существуют показатели этой эффективности?

1. Целевой подход.

Данный подход заключается в согласовании целей каждого исполнителя с главной целью компании.

2. Ресурсный подход.

Соотношение затраченных на выполнение задания ресурсов с полученным результатом.

3. Комплексный подход.

Совокупность управленческих и аналитических процессов, с помощью которых происходит мониторинг и управление эффективностью организации.

Рассмотрим также современные HR-практики, которые помогают увеличить эффективность организации при подборе персонала.

1. Фокус на эмпатии.

Эмпатия – это способность человека распознавать эмоции и сопереживать другому человеку. Вторым важным фактором после оплаты труда является руководитель компании и его подход в управлении. Создавая дружескую обстановку в коллективе, руководителю проще расположить к себе сотрудников и обсуждать с ними рабочие моменты. Такая атмосфера повысит мотивацию работников, ведь на них не будет оказываться такое давление, что создаст более благоприятные условия для работы. Главное в данном способе управления держать субординацию с сотрудниками, чтобы они в конечном итоге все равно видели в руководителе лидера.

2. Использование данных.

Использование HR-аналитики в компании дает возможность для улучшения эффективности человеческих ресурсов с помощью анализа. Например, для более грамотного распределения нагрузки можно воспользоваться данными, в каких группах нагрузка превышена, а какие могут взять на себя еще часть нагрузки.

Если брать в общем, то HR-аналитика создана для того, чтобы эффективно управлять большим объемом данных о человеческих ресурсах, которыми владеет компания.

Исходя из данных выше, можно сделать выводы, что существует множество подходов к эффективному управлению компанией, а также критериев, по которым определяется эффективность данных подходов.

Грамотное управление компанией – это большой труд не только ее руководителя, но и сотрудников, грамотное распределения человеческих ресурсов и умение правильно использовать большой объем данных, позволяют выстроить эффективную работу компании.

Использованные источники:

1. Верна, В.В. Управление персоналом организации как основополагающий фактор ее устойчивого развития / В.В. Верна // Успехи современной науки. – 2017. – Т. 3. – № 1. – С. 171-173.
2. Хмелькова Н.В. Вопрос мотивации и стимулирования в управлении персоналом // Н.В. Хмелькова, Н.Е. Сорокина // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 3-2 (33). – С. 141-142.
3. Махметова Б. Эффективное управление персоналом организации /– 2017. – Т. 3. – № -1. – С. 35-37.

УДК 659.1

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

*Аннотация: Поведение человека, при покупке различных товаров.
Факторы, влияющие на поведение потребителя.*

Ключевые слова: потребитель, маркетинг, товар, поведение.

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

CONSUMER BEHAVIOR IN THE MARKET

Annotation: Human behavior when buying various goods. Factors influencing consumer behavior.

Keywords: consumermarketing goods, behavior.

Изучение поведения потребителей на рынке является одной из основных задач маркетинга. Для хорошо сформированной маркетинговой политики необходимо изучить потребности людей, подобрать правильные инструменты для взаимодействия с потребителями, выявить от чего зависят их потребности и на что они опираются при выборе товара.

Для того, чтобы подробнее изучить данную тему, начнем с определения, кто является потребителем.

Потребитель – это человек намеренный приобрести или заказать товар, либо уже находящийся на стадии его приобретения, в целях использования его для личных целей, без осуществления предпринимательской деятельности.

Для того, чтобы завлечь к себе потребителя, маркетологи создают различные способы, которые могут удовлетворить потребности и запросы потребителя. Большое влияние также оказывает умение подстраиваться под ситуацию в стране и мире. Начиная с момента коронавируса, деятельность маркетологов была направлена на привлечение покупателей в интернете. Начали активно развиваться интернет-продажи, появился рост конкуренции. Необходимо было придумывать такие способы привлечения потребителей, которые отличались бы от способов конкурентов. Существует такое понятие, как УТП – уникальное торговое предложение. Это предложение компании, в котором указаны основные преимущества товара, отличия от конкурентов. УТП должно показывать почему именно ваш товар является лучшим.

Изучение поведения клиентов – это фундаментальные знания, которыми должны обладать специалисты, чтобы создавать бизнес. Рассмотрим базовые особенности, на которые опирается потребитель при покупке:

1. Цена на товар.
2. Ценность товара. На сколько он для него полезен, какую выгоду может вынести покупатель.
3. Собственные увлечения, вкусы.
4. Заинтересованность в продукте. Рациональный подход при выборе товара.

Потребителем могут управлять различные факторы при выборе товара или услуги. Много зависит от того, какой продукт представлен перед ним, более знакомые продукты, покупатели берут с меньшим сомнением. Чем больше риск при выборе товара, тем выше сомнение покупателя на его счет. В зависимости от товара поведение покупателей может отличаться.

Выделим разновидности поведения людей при выборе продукта:

- Сложное поведение. Присуще при покупке товаров с большим ассортиментом и ценой. Например, покупка ноутбука или смартфона. Для того, чтобы определиться с выбором, человек анализирует каждый товар, его характеристики, плюсы и минусы. На принятие решения о покупке требуется больше времени, чем обычно.

- Неуверенное. Возникает в том случае, когда перед покупателем появляется выгодное ограниченное предложение, которое при этом имеет большой риск. Например, курсы самореализации. Спрос на данный товар высокий, но покупатель не уверен в нем, присутствует риск. Поэтому

перед продавцом стоит задача максимально раскрыть ценность данного продукта для покупателя, чтобы уменьшить риск.

- Привычное. Данное поведение появляется, когда потребитель оказывается перед покупкой уже знакомого ему товара. Чаще всего это вещи, которые он покупает довольно часто и у покупателя уже нет смысла выбирать из большого ассортимента, он выберет привычную ему марку. Задача продавцов данных товаров, как можно больше привлечь внимание к товару (акции, яркие упаковки, бонусы).

- Поискное. Появляется, когда на рынке много конкурентов, нужной категории товаров для потребителя и он выбирает лучший для себя товар. В данном случае продавцам надо выстроить правильные маркетинговые уловки, которые запомнятся покупателю и будут ассоциироваться у него именно с данным брендом.

Исходя из представленной информации, можно сделать вывод, что поведение потребителя исходит из разных факторов. Основная задача маркетолога уметь применять различные приемы, способствующие влиять на выбор потребителя.

Использованные источники:

1. Герчикова И.Н. Менеджмент И.Н. Герчикова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 511 с.
2. Гринченко, К.В. Интернет маркетинг и цифровой маркетинг – две электронные модели в маркетинге продвижения // Вектор Экономики. – 2019. – № 12 (42). – С. 23.
3. Васильев Г.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. – М.:ИНФРА, 2010. – 143 с.

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ

Аннотация: Изменения на рынке, которые произошли после COVID-19. Действия, которые необходимо делать компаниям, чтобы удержаться на рынке.

Ключевые слова: компания, рынок, клиент, товар.

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE MARKETING ACTIVITIES OF COMPANIES

Annotation: Changes in the market that occurred after COVID-19. Actions that companies need to do in order to stay in the market.

Keywords: company, market, customer, product.

В 2020 году, когда во всем мире произошла вспышка инфекции COVID-19 и большинство организаций отправились в простой, активно начала развиваться онлайн реклама. Только за 2020 год рынок вырос на 57%, в сравнении с предыдущим периодом. Маркетологам необходимо было подстраиваться под изменившиеся условия, придумывать новые

каналы продажи и коммуникации с потребителем. Те компании, которые не смогли подстроиться под изменившиеся условия либо ушли с рынка, либо заморозили свою деятельность до выхода из простоя.

Рассмотрим, какие резкие изменения произошли в мире на тот момент, влияющие на деятельность организаций:

1. Изоляций. Большинство людей стали сидеть дома, многие перешли на онлайн-работу, дистанционное обучение. Время нахождения человека дома резко увеличилось.

2. Простой и закрытие границ. Сильно пострадала сфера туризма, спорта и развлекательных учреждений. Офлайн-бизнес оказался в невыгодном положении в этот промежуток времени. Зато начала активно развиваться сфера онлайн-развлечений. Люди стали больше играть в игры и проводить время за просмотром фильмов и сериалов.

3. Event маркетинг. Продвижение бренда стало происходить по большей части через интернет и организация мероприятий для продвижения бренда стала не актуальной. Event агентство тоже стало невостребованным в данный промежуток времени.

4. Новые тренды. В сети интернет начали зарождаться новые тренды, следуя которым можно было эффективно продвигать свой товар.

Одним из важных критериев, которым должна обладать компания, является умение подстраиваться под изменившиеся обстоятельства.

Многие потребители ожидали от компаний нового подхода к данной ситуации и своим изменившимся потребностям, но не все смогли быстро подстроиться под сложившиеся обстоятельства, поэтому некоторые организации и индивидуальные предприниматели не выдержали резко изменившейся экономической ситуации в стране и покинули рынок. Зато в свою очередь начали активно развиваться службы доставки. Так допустим резко вырос спрос на доставку еды и поэтому многие рестораны стали сотрудничать со службами доставки, чтобы не закрывать свои заведения. При этом всегда необходимо поддерживать обратную связь со своими клиентами. Взаимодействовать с ними и давать понять, насколько потребитель важен. Также избегать конфликта интересов между потребителем и компанией, то есть совмещать цели двух сторон, чтобы избежать несоответствий между функциональными блоками. Еще одним важным моментом является проведение оценки бренда не через длительный промежуток времени, а в настоящий момент.

Рассмотрим бренд со стороны ценности для покупателей, а не со стороны продукта или услуги, который он реализует.

Многие потребители в наше время стали обращать внимание не только на цену и качество, но и на социальные ценности, которые несет компания. На каждой компании лежит социальная ответственность, поэтому потребитель всегда ждет реакции компании на события в мире. В наше время стало достаточно легко упасть в глазах потребителей из-за

неправильных высказываний в сторону какой-то ситуации. Для потребителя стало важно, какую социальную ценность несет компания в массы.

Исходя из информации выше, можно сделать вывод, что коронавирус стал мощным толчком для развития компаний в сфере онлайн-бизнеса.

Появились новые способы взаимодействия с клиентами и новые способы продвижения товаров. Данная ситуация в мире еще раз показала, что компании должны быть гибкими и подстраиваться под изменившиеся обстоятельства, чтобы остаться на рынке.

Использованные источники:

1. Березина Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии. СМАЛЬТА. 2017.№6. С. 12-15.
2. Беркутова Т.А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т.А. Беркутова. -Ростов н/Д: Феникс, 2015. С. 213.
3. Баранчев В.П. Управление инновациями: учебник / В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Минин. – М.: Юрайт, ИД Юрайт, 2014. С. 57.

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ: СВЯЗЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТА. ЧАСТЬ 1

Аннотация: Цель этого исследования состояла в том, чтобы изучить связь между типом демографического дивиденда и экономическими особенностями использования Интернета. Источником данных послужил Показатель мирового развития Всемирного банка. Единичный анализ проводился по странам. Для изучения был использован метод панельного анализа данных с использованием моделей регрессии с фиксированными эффектами с использованием уровня дохода страны, региональной группы стран и года в качестве идентификаторов. Для проверки надежности использовались регрессионная модель случайных эффектов, объединенная модель наименьшего квадрата и статический обобщенный метод моментов. Зависимой переменной был процент населения, пользующегося Интернетом. Независимые переменные состояли из демографических и экономических переменных. Демографическая переменная была типом демографического дивиденда, в то время как экономическими переменными были доступ к электричеству, ВВП, уровень инфляции и прямые иностранные инвестиции.

Ключевые слова: тип демографического дивиденда, экономические детерминанты, использование интернета, фиксированные эффекты.

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

WORK THE DEMOGRAPHIC AND ECONOMIC FEATURES: THE NEXUS WITH INTERNET USE. PART 1

Abstract: The goal of this study was to examine the nexus between demographic dividend type and economic features with internet use. The data source was from the World Development Indicator of the World Bank. The unit analysis was country. The panel data analysis method were used for the examination, employing fixed effects regression models using country income level, country regional group, and year as identifiers. The random effects regression model, pooled least square model, and static generalized method of moments were utilized for robustness checks. The dependent variable was the percentage of population using the internet. The independent variables consisted of demographic and economic variables. The demographic variable was the demographic dividend type, while the economic variables were access to electricity, GDP, inflation rate, and foreign direct investment.

Key words: demographic dividend type, economic determinants, internet use, fixed effects.

Мир характеризуется значительным неравенством в достижениях в области развития человеческого потенциала. Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) сообщила, что в 2019 году индекс человеческого развития (ИРЧП) сильно варьировался от самого низкого уровня 0,394 в Нигере до самого высокого уровня 0,957 в Норвегии (ПРООН, 2020 год). Это несоответствие можно объяснить неравенством в доступе к цифровым технологиям, включая широкополосный Интернет.

По оценкам Всемирного банка (2022), увеличение проникновения интернета с 35% до 75% населения во всех развивающихся странах может увеличить примерно на 2 триллиона долларов США их совокупный валовой внутренний продукт и создать более 140 миллионов работ по всему миру. Тем не менее, во всем мире существует большое неравенство в доступе в Интернет. Всемирный банк (2021) сообщил, что в 2019 году среди 174 стран мира, где были доступны данные, этот доступ сильно варьировался между странами, самый низкий в Бурунди (5,2%) и почти универсальный в Бахрейне (99,7%).

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), в частности Интернет, являются наиболее развитым бизнесом и деловым продуктом в этом столетии. Изучение ИКТ сталкивается с экономистами и демографами с двумя сторонами, как потребителями и производителями. В мире наблюдался быстрый рост интернет-потребителей. Процент интернет-пользователей в мире с 1990 по 2018 год вырос с 0% в 1990 году до 51% в 2018 году только за 28 лет. Временная тенденция процента

интернет-пользователей была не линейной, а силовой. Поэтому интернет-бизнес является перспективным.

С другой стороны, снижение уровня рождаемости и смертности и изменение структуры миграции привели к тому, что в странах произошли демографические изменения, связанные с демографическими дивидендами. Демографическим дивидендом является экономический рост как результат изменения возрастной структуры в стране из-за уменьшения размера семьи и увеличения продолжительности жизни, что вызывает увеличение процента населения продуктивного возраста в возрасте 15–64 лет. В результате для молодого населения в возрасте от 0 до 14 лет необходимы более низкие инвестиции. В то же время увеличивается население продуктивного возраста, что открывает окно возможностей для ускорения экономического роста и благосостояния семьи. На микроуровне этот демографический переход может привести к повышению уровня жизни семьи и повышению доходов. На макроуровне демографический переход может повлиять на экономическое развитие страны.

Предполагается, что демографические изменения могут внести позитивный вклад в развитие, включая развитие экономики и информационно-коммуникационных технологий. Демографические изменения рождаемости и снижения смертности могут помочь создать период устойчивого экономического роста, как это произошло в некоторых странах Восточной Азии. Механизм роста, который является областью политики, заключается в общественном здравоохранении, планировании семьи, экономической политике, которые способствуют гибкости рынка труда, открытости торговли и сбережениям. У правительств стран есть окно возможностей для капитализации населения продуктивного возраста, чтобы пожинать демографические дивиденды экономического роста и ускорения благосостояния семьи. Этот экономический рост затем позволяет странам расширять свою экономику, в значительной степени основанную на Интернете, и, следовательно, повышает использование Интернета.

Страны можно сгруппировать в четыре типа демографических дивидендов на основе демографических изменений и достижений экономического развития. Типология демографических дивидендов классифицируется как до-, ранний, поздний и постдемографический дивиденд. Страны с уровнем рождаемости выше четырех детей на одну женщину, увеличивающимся процентом населения трудоспособного возраста (15–64 года) и низким уровнем дохода относятся к категории стран с додемографическим дивидендом. Между тем, страны с уровнем рождаемости от 2,1 до четырех детей на одну женщину, увеличивающимся процентом населения трудоспособного возраста и уровнем дохода с низким и средним и средним и высоким уровнем дохода

классифицируются как страны раннего демографического дивиденда. Кроме того, страны с уровнем рождаемости ниже 2,1 ребенка на одну женщину, увеличением доли населения трудоспособного возраста и высоким уровнем дохода также относятся к категории стран с ранним демографическим дивидендом. Кроме того, страны с уровнем рождаемости от 2,1 до четырех детей на одну женщину, уменьшающимся процентом населения трудоспособного возраста и низким, низким, средним и средним уровнем дохода классифицируются как страны с поздним демографическим дивидендом. Наконец, страны с уровнем рождаемости ниже 2,1 ребенка на одну женщину, уменьшающейся процентной долей населения трудоспособного возраста и высоким уровнем дохода относятся к категории постдемографических дивидендных стран.

Использованные источники:

1. Гукасян, Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы: Учебное пособие / Г.М. Гукасян. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 224 с.
2. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 432 с.
3. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 415 с.

Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти

Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ: СВЯЗЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТА. ЧАСТЬ 2

Аннотация: Результаты регрессии фиксированных эффектов показывают, что после контроля за экономическими особенностями более высокое использование Интернета в стране было связано с поздне- и постдемографическим типом дивидендов. Более высокое использование Интернета также было связано с более высоким доступом к электричеству, более высоким ВВП, более низким уровнем инфляции и более высоким притоком прямых иностранных инвестиций. Проверки надежности с использованием случайных эффектов и объединенных моделей наименьших квадратов, с использованием модели с фиксированными эффектами по уровню дохода страны, с использованием двухэтапных наименьших квадратов и с использованием регрессии второго этапа по подразделениям и годам страновых групп G20 и стран, не входящих в G20, также дали последовательные результаты. Связь использования Интернета с демографическими и экономическими особенностями может означать, что программа развития населения и экономического развития должна быть усилена в сторону благоприятных, которые увеличивают использование Интернета среди населения.

Ключевые слова: тип демографического дивиденда, экономические детерминанты, использование интернета, фиксированные эффекты.

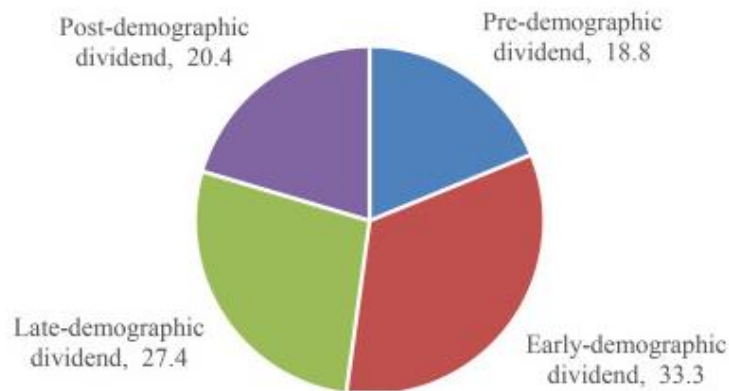
Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti

WORK THE DEMOGRAPHIC AND ECONOMIC FEATURES: THE NEXUS WITH INTERNET USE. PART 2

Abstract: The results of fixed effects regression indicate that after controlling for the economic features, higher internet use in a country was associated with late- and post-demographic dividend type. Higher internet use was also associated with higher access to electricity, higher GDP, lower inflation rate, and higher foreign direct investment inflow. Robustness checks using random-effects and pooled least square models, using fixed-effects model by country income level, using two-stage least square, and using second stage regression by G20 and non-G20 country group division and year, similarly gave consistent results. The association of internet use with the demographic and economic features may imply that population-based and economic development program should be enhanced toward the favorable ones that increase internet usage among the population.

Key words: demographic dividend type, economic determinants, internet use, fixed effects.

Из рисунка 1 видно, что большинство стран мира были в раннедемографическом типе дивидендов (33,3%), за которыми следовали в позднедемографическом типе дивидендов (27,4%), в постдемографическом типе дивидендов (20,4%) и в додемографическом типе дивидендов (18,8%). Большинство стран с ранним демографическим дивидендом были африканскими странами, такими как Ангола, Бенин, Замбия, Кения, Нигер, Судан, Того, Уганда, Чад, Эритрея и Эритрея (добавление Таблица А). Между тем, большинство развитых стран находились в постдемографических дивидендных странах, таких как Австралия, Бельгия, Канада, Дания, Германия, Япония, Норвегия, Сингапур, Соединенное Королевство и Соединенные Штаты.



Доступ к электричеству положительно повлиял на использование Интернета. Чем выше процент населения, имеющего доступ к электричеству, тем выше процент людей, пользующихся интернетом. При прочих вещах увеличение доступа к электричеству на один процент было связано с увеличением использования Интернета на 0,161-0,290%. Этот вывод согласуется с выводом Muovella et al. (2021), который обнаружил положительную связь между потреблением электроэнергии и использованием Интернета. Доступ к электричеству может повысить экономическую активность, основанную на электричестве, и в сегодняшнюю эпоху промышленного Интернета вещей он является ключевым фактором использования Интернета, поскольку Интернет не может использоваться без электричества.

Экономический рост оказал положительное влияние на использование Интернета. Чем выше экономический рост, тем выше процент использования Интернета. При прочих равных условиях увеличение экономического роста на один процент было связано с увеличением использования интернета на 1,650%–1,958%. Этот результат подтверждает результаты исследования Pradhan et al. (2017) и Amaluddin (2020), которые обнаружили положительную связь между экономическим ростом и использованием Интернета. Экономический рост позволяет стране расширить свою экономику, которая сегодня сильно зависит от Интернета и, следовательно, увеличивает использование Интернета.

Инфляция имела отрицательную связь с процентом людей, использующих Интернет. Чем выше инфляция в типологии демографических дивидендов, тем ниже процент людей, использующих Интернет. После учета влияния других факторов увеличение инфляции на один процент было связано со снижением процента лиц, пользующихся интернетом, на 0,115%–0,176%. Этот вывод подтверждает результаты исследования Yi and Choi (2005), которое обнаружило отрицательную связь между инфляцией и использованием Интернета. Это связано с тем, что инфляция способствует росту издержек и цен, включая стоимость Интернета, что снижает использование Интернета за счет снижения

покупательной способности людей, включая покупку Интернета, из-за роста цен во всех экономиках.

Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) оказали положительное влияние на использование Интернета. Чем выше ПИИ, тем выше использование Интернета. Увеличение ПИИ на один процент было связано с увеличением доли лиц, пользующихся Интернетом, на 0,048%-0,052%. Эти результаты подтверждают результаты исследования Gnangnon (2020) и Ramdan et al. (2020), которые обнаружили положительную связь между ПИИ и использованием Интернета через накопление капитала в экономике, которая может увеличить доступ людей к использованию Интернета. Результаты приведенного выше анализа также показывают, что 16,5-65,6% вариаций в использовании Интернета были объяснены типом демографического дивиденда и экономическими особенностями.

Рекомендуется, чтобы в целях расширения использования Интернета, что необходимо для достижения более высоких результатов в области развития, правительства стран, в частности стран с до- и ранним демографическим типом дивидендов, управляли его демографическими особенностями в пользу более благоприятных, т.е. более низких рождаемости и смертности. Кроме того, окно возможностей, обусловленное снижением рождаемости и смертности, должно быть капитализировано, чтобы получить демографический дивиденд экономического роста и ускорения благосостояния семьи путем улучшения доступа к качественному здравоохранению, образованию и возможностям трудоустройства. Что касается экономических особенностей, то в целях содействия использованию Интернета правительства стран должны улучшить доступ к электроэнергии, повысить экономический рост, снизить инфляцию и увеличить прямые иностранные инвестиции.

Использованные источники:

1. Гукасян, Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы: Учебное пособие / Г.М. Гукасян. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 224 с.
2. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 432 с.

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОТВЕТНЫЕ МЕРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ НА COVID-19, УСТОЙЧИВОСТЬ И ВОССТАНОВЛЕНИЕ ТУРИЗМА

Аннотация: В этом исследовании исследуется, влияет ли на восстановление туристического сектора после пандемии COVID-19 только размер пакетов экономических стимулов или устойчивость страны играет сдерживающее влияние в основных отношениях. Результаты показывают, что, хотя пакеты экономических стимулов помогают ускорить восстановление туризма после пандемии COVID-19, это зависит от уровня устойчивости страны. Например, среди менее устойчивых стран влияние ответных мер экономической политики на восстановление туризма более выражено, но эффект рассеивается по мере того, как страны становятся более устойчивыми. Эти выводы имеют важные последствия для политиков, управленческих команд и соответствующих заинтересованных сторон в их усилиях по возрождению туристического сектора от воздействия пандемии COVID-19.

Ключевые слова: восстановление туризма, устойчивость, реакция экономической политики на пандемию, COVID-19, пакеты экономических стимулов, антикризисная политика управления.

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

WORK COVID-19 ECONOMIC POLICY RESPONSE, RESILIENCE AND TOURISM RECOVERY

Abstract: This study investigates whether tourism sector recovery from the COVID-19 pandemic is influenced by only the size of the economic stimulus packages or whether a country's resilience plays a moderating influence in the underlying relationship. The results show that while economic stimulus packages help to enhance tourism recovery from the COVID-19 pandemic, it is contingent on the level of a country's resilience. For instance, amongst the less resilient countries, the impact of economic policy response on the tourism recovery is more pronounced, but the effect dissipates as countries become more resilient. These findings have important implications for policymakers, management teams, and relevant stakeholders in their effort to revive the tourism sector from the impact of the COVID-19 pandemic.

Key words: demographic dividend type, economic determinants, internet use, fixed effects.

В таблице 2 приведены коэффициенты базовой модели, указанной в экв. (2). Спецификация модели предназначена для объяснения связей между восстановлением туризма, реакцией экономической политики и устойчивостью при одновременном контроле за соответствующими переменными. В колонках 1–3 агрегированный CESI используется для отражения ответных мер экономической политики, в то время как в столбцах 4–6 вместо CESI используются два основных компонента CESI, а именно стимулирование фискальной политики и снижение процентных ставок.

Таблица 2. Связь между индексом туризма COVID19, устойчивостью и ответными мерами экономической политики (базовая модель).

Зависимая переменная: Индекс туризма COVID19						
Переменная	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Индекс CESI	1.542	1.404	1.516			
	(1.216)	(1.230)	(1.201)			
Стимулирование налогово-бюджетной политики				0.408*	0.375	0.402*
				(0.238)	(0.236)	(0.236)
Снижение процентной ставки				0.119**	0.116**	0.120**
				(0.054)	(0.052)	(0.054)
Общий индекс устойчивости	0.055			0.063		
	(0.071)			(0.072)		
Индекс устойчивости к качеству рисков		0.007			0.004	
		(0.066)			(0.068)	
Индекс устойчивости цепочки поставок			0.074			0.083
			(0.076)			(0.075)
Глобальный индекс здравоохранения	-0,226*	-0,212*	-0,225*	-0,274**	-0,255**	-0,272**
	(0.119)	(0.116)	(0.117)	(0.119)	(0.115)	(0.115)
Население Ln старше 65 лет	-3.438	-3.700	-3,367	-2,992	-3,317	-2,916 г.
	(3.478)	(3.507)	(3.446)	(3.382)	(3.434)	(3.345)
Ln Общий коэффициент смертности	-0,253	-0,249	-0,200	-0,505	от 0,469	-0,440
	(1.070)	(1.085)	(1.072)	(1.123)	(1.138)	(1.122)
Индекс финансового развития	3.306	3.199	3.074	8.327	7.987	8.061
	(7.745)	(7.787)	(7.714)	(7.685)	(7.730)	(7.612)
Постоянный	21.502***	23.965***	20.441***	14.466**	17.737***	13.374*
	(6.421)	(6.055)	(6.572)	(6.770)	(6.471)	(6.767)

Зависимая переменная: Индекс туризма COVID19						
Переменная	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Фиксированные эффекты по регионам	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Наблюдения	114	114	114	114	114	114
R-квадрат	0.086	0.080	0.090	0.131	0.123	0.135

Примечания: Ln обозначает натуральные логарифмы. Значения в скобках являются надежными стандартными ошибками. Индекс туризма COVID19 измеряет средний уровень восстановления туристической отрасли в 2020 году по сравнению с нормальным временем без пандемии COVID-19. Уровни значимости на уровне 1%, 5% и 10% выражаются ***, ** и *.

Результаты базовой модели свидетельствуют о том, что CESI оказывает положительное влияние на восстановление туризма, хотя этот эффект не является статистически значимым. Однако, когда мы дезагрегируем CESI и используем только реакцию фискальной политики и реакцию денежно-кредитной политики, измеряемую снижением процентной ставки, мы видим, что эти факторы положительно влияют на восстановление туризма. В частности, снижение процентной ставки является более последовательно статистически значимым, чем мера фискальной политики. Как показано в колонке 4 таблицы 2, увеличение фискального стимулирования на один процентный пункт связано с увеличением индекса восстановления туризма на 0,41 единицы, хотя эффект является значительным только на уровне 10%. Аналогичным образом, снижение процентной ставки на один процентный пункт связано с увеличением индекса восстановления туризма примерно на 0,12 единицы.

С другой стороны, влияние устойчивости страны на восстановление туризма незначительно во всей базовой модели, независимо от того, использовали ли мы общий индекс устойчивости или подкомпоненты, а именно устойчивость к качеству риска или устойчивость цепочки поставок. Интересно, что индекс GHS оказывает негативное влияние на индекс восстановления туризма.

Признаки других ковариатов также соответствуют ожиданиям. В странах с пожилым населением и более высоким уровнем смертности от COVID-19 наблюдалось более медленное восстановление туризма, однако влияние этих двух переменных не является статистически значимым. Финансовое развитие, с другой стороны, оказывает положительное, но статистически незначительное влияние на восстановление туризма.

Результаты, представленные в таблице 2, подчеркивают важность вмешательства в экономическую политику, отраженного в фискальных стимулах и снижении процентных ставок для поддержки восстановления сектора туризма по сравнению с уровнем устойчивости страны. Результаты, однако, не учитывают вероятное сдерживающее влияние уровня устойчивости в стране на основополагающую взаимосвязь между мерами экономической политики в связи с COVID-19 и восстановлением туристического сектора. Таким образом, мы оценили модель, приведенную Eq. (4), где мы включили термин взаимодействия между мерами экономической политики и мерами устойчивости.

Использованные источники:

1. Гукасян, Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы: Учебное пособие / Г.М. Гукасян. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 224 с.
2. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 432 с.

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ ПОТРЕБЛЕНИЕМ ЭНЕРГИИ И РЕГИОНАЛЬНЫМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ РОСТОМ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Аннотация: В данном исследовании анализируются понятия и определения энергетики и теоретические модели регионального экономического роста. Он также использует экономические методы кластерного деления и корреляционного анализа для изучения динамической взаимосвязи между экономическим ростом и потреблением энергии в различных регионах. Экспериментальные данные показывают, что между ними существует не только чрезвычайно значительная взаимосвязь взаимного влияния, но и различия в каждом регионе также весьма очевидны. В экономически развитых регионах корреляция между потреблением энергии и экономическим ростом ниже 0,2. В зоне экономического развития коэффициент корреляции достиг 0,8.

Ключевые слова: потребление энергии, региональный экономический рост, регрессионный анализ, связанный анализ.

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

**WORK COVID-19 ECONOMIC POLICY RESPONSE, RESILIENCE
AND TOURISM RECOVERY**

Abstract: This study analyzes the concepts and definitions of energy and theoretical models of regional economic growth. It also adopts the economic methods of cluster division and correlation analysis to study the dynamic relationship between economic growth and energy consumption in different regions. The experimental data show that there is not only an extremely significant mutual influence relationship between them, but also the differences in each region are also very obvious. It even lags other areas at times. In economically developed regions, the correlation between energy consumption and economic growth is lower than 0.2. In the economic development zone, the correlation coefficient reached 0.8.

Key words: energy consumption, regional economic growth, regression analysis, related analysis.

Данная статья посвящена анализу конкретных различий между потреблением энергии и региональным экономическим ростом.

Потребление энергии меняется с течением времени, и региональный экономический рост также зависит от времени. Поэтому мы предпочитаем использовать время в качестве основного показателя для измерения разницы между потреблением энергии и региональным экономическим ростом. Среди них обзор временных рядов энергопотребления и регионального экономического роста показан на рис.3.

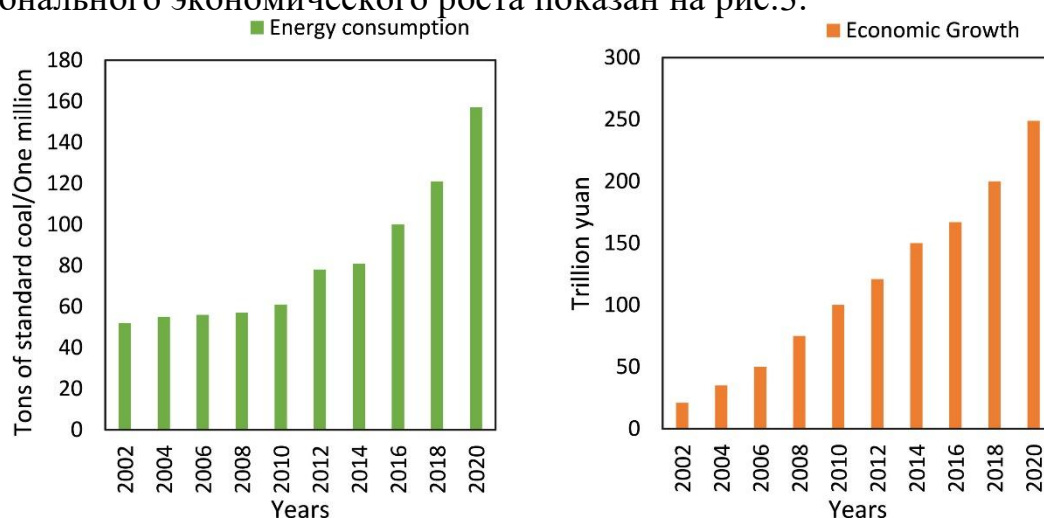


Рисунок 3. Обзор временных рядов потребления энергии и экономического роста.

Из рисунка можно знать, что общее потребление энергии продолжает увеличиваться с течением времени, а потребление энергии достигает максимума в 14 миллиардов тонн стандартного угля, показывая его первоначальную нестационарность. При этом с увеличением времени увеличивался и общий экономический рост, а его самое высокое значение достигло 24,9 трлн юаней.

В ходе вышеуказанных экспериментов мы обнаружили, что потребление энергии и экономический рост в долгосрочной перспективе нестационарны, поэтому они не подходят для регрессионного анализа. Однако в метрологии, в дополнение к использованию регрессионного анализа для изучения отношений между объектами, мы также можем использовать причинно-следственный анализ для проверки отношений между объектами. Результаты причинно-следственной проверки показаны на рис.4.

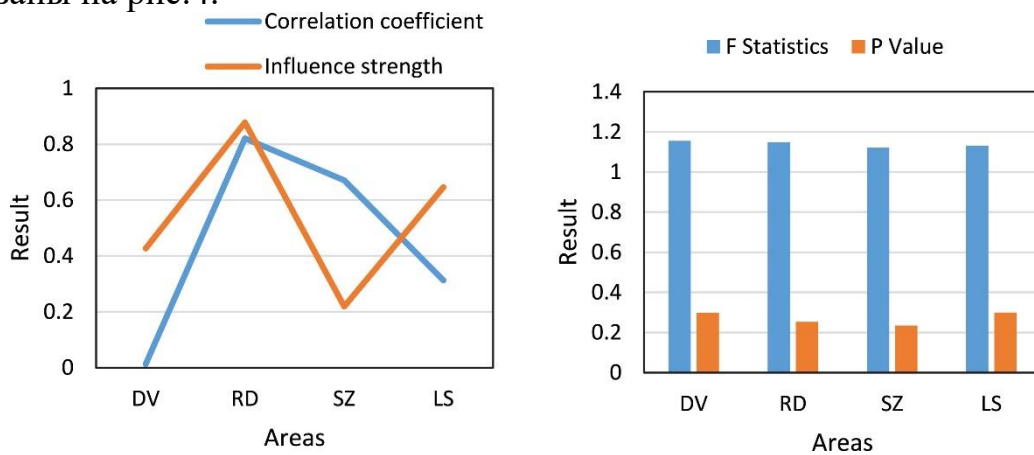


Рисунок 4. Причинно-следственные связи энергопотребления и экономического роста.

б показано, что потребление энергии в экономически развитых районах не может в значительной степени способствовать экономическому росту региона. Корреляция между ними составляет менее 0,2, а результат причинно-следственного теста - менее 0,3. Это в полной мере показывает, что в экономически развитых районах уровень экономического развития в меньшей степени зависит от потребления энергии, в то время как в районах экономического развития коэффициент корреляции достигает 0,8, показывая, что причинно-следственная связь между ними относительно тесна.

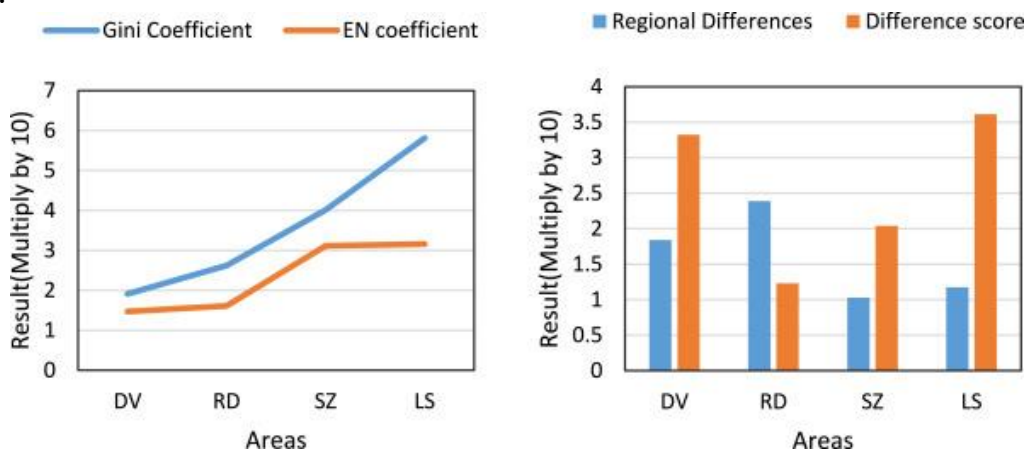


Рисунок 6. Коэффициент Джини и разница между потреблением энергии и экономическим ростом.

На основе причинно-следственного анализа мы количественно оцениваем показатели, влияющие на потребление энергии и региональный экономический рост. Итоговая статистика результатов показана на рис.5.

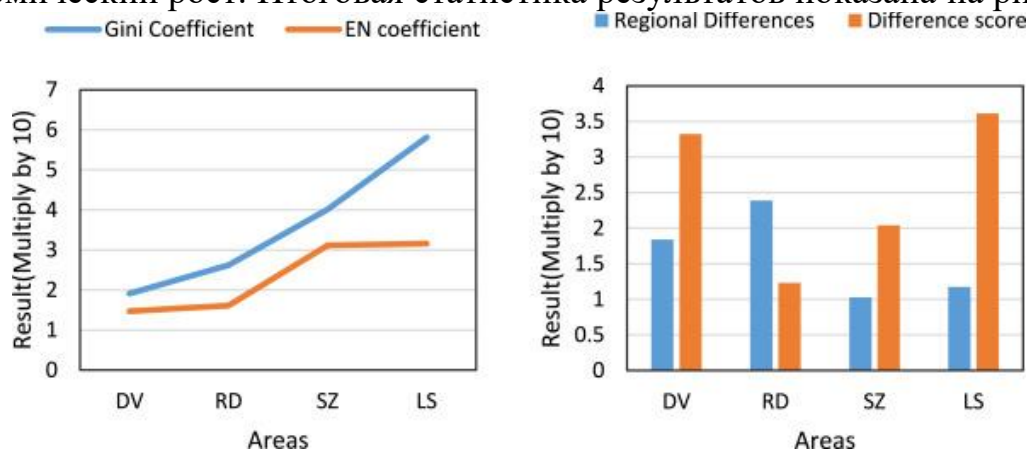


Рисунок 5. Количественный индекс коэффициентов энергопотребления и регионального экономического роста.

В приведенном выше экспериментальном процессе мы видим, что итоговая оценка коэффициента фактора является самой высокой в экономически стабильной области, а индекс комплексного балла составляет 3,65. Однако его разница с регионом также больше, что составляет 1,174. Среди них коэффициент Джини экономически развитых районов относительно низок. Это показывает, что его распределение энергопотребления относительно равномерное и разница с другими регионами невелика.

Использованные источники:

1. Гукасян, Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы: Учебное пособие / Г.М. Гукасян. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 224 с.
2. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 432 с.

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВИРТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ПОВЫШАЮТ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация: Прогнозировать экономический выбор сложно, потому что сегодня мы все еще недостаточно знаем о человеческой мотивации. Фундаментальной проблемой является отсутствие знаний о том, как нейронные сети в мозге порождают мышление и принятие решений. Одним из способов решения этой проблемы была разработка упрощенных экономических экспериментов, в которых участникам нужны навыки небольшой сложности, а их ум использует когнитивные механизмы, уже хорошо понятные математической психологии и нейробиологии. Здесь мы берем нейронную модель для генерации и запоминания рудиментарных эмоций и используем ее в качестве руководящей теории для понимания принятия решений на экспериментальном рынке олигополии.

Ключевые слова: принятие решений, виртуальная социальная сеть, эмоциональный экономический выбор, нейронная модель.

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

**VIRTUAL SOCIAL NETWORKING INCREASES THE INDIVIDUAL'S
ECONOMIC PREDICTABILITY**

Abstract: Forecasting economic choice is hard because today we still do not know enough about human motivation. A fundamental problem is the lack of knowledge about how the neural networks in the brain give rise to thinking and decision making. One way to address the issue has been to develop simplified economic experiments, in which participants need skills of little complexity and their minds employ cognitive mechanisms, already well understood by mathematical psychology and neuroscience. Here we take a neural model for rudimentary emotion generation and memorizing and use it as a guiding theory to understand decision making in an experimental oligopoly market.

Key words: decision making, virtual social network, emotional economic choice, neural model.

В целом, нейронная модель предсказывает лучшие решения людей в виртуальной социальной сети, чем те, которые принимаются при работе в одиночку (значение теста Крускала-Уоллиса = 3,99, $P = 0,0457$; Испытательное значение Манна-Уитни = 9416,5; $P = 0,0496$; Пробное значение Колмогорова-Смирнова = 1,1759, $p = 0,0332$). На первый взгляд эти цифры кажутся лишь погранично убедительными, однако следует помнить, что конструкция $2 \times 2 \times 2$ нагружает два образца смесями противоположных факторов. Поэтому следует ожидать большей статистической значимости при сравнении подвыборок из отдельных условий и из делений по различным уровням успешного прогнозирования.

Технически любое статистически значимое прогнозирование выше уровня шансов в 25% (за счет четырех поставщиков) может считаться успешным. Однако более убедительно определить как таковую двойную цифру, т.е. 50%. Вот что показано на рисунке 3: прогнозирование решений «в сети» значительно лучше, чем «Работа в одиночку». Подвыборки половинного размера показывают, что сетевой эффект сильнее, чем влияние экономических агрегатов (рис. 3b). Как и следовало ожидать, самая сильная разница возникает между самыми крайне противоположными условиями: «В сети без агрегатов» и «в одиночку с агрегатами». Эти два из них собраны вместе на рисунке 3с. Кроме того, примечательно, что существенная разница остается там с подвыборками размером от 30 до 35 элементов, как показано на рисунке 3е и f. Полные данные о прогностическом успехе модели, а также обо всех статистических сравнениях можно найти в Дополнительной информации, таблицы S3–S13. Не выявлен ни одного случая превосходного прогнозирования в состоянии «только работа».

Во всей выборке из 257 человек некоторые предсказаны с поразительной точностью. Стоит обсудить рис.2б (Лицо No1) и Рис.2в, на которых изображен кто-то, для кого достигается 100% точность, то есть правильно угадал все восемь вариантов поставщика в последовательности испытаний. Этот вывод последовательно повторялся в течение большого

количества независимых смоделированных отжигов. Только два человека в общей выборке прогнозируются на этом уровне. Кроме того, точность достигается не менее 75% для 15 участников (5,84% выборки). С точностью 62,5% и более прогнозируются 46 человек (17,9%). Почти для 2/3 всех участников достижение значительно выше значения успеха по случайности в 25%. Как и ожидалось из сравнительного исследования (Mengov, 2014), метод терпит неудачу примерно у трети всех игроков в настоящем эксперименте. В частности, сейчас это 93 человека, 36,19%.

Поскольку мы моделируем нейронную цепь только для провоцирования и запоминания примитивных эмоций, систематически повторяющийся успех прогнозирования с несколькими участниками поддерживает принятую теорию и ее компьютерную реализацию. По-видимому, эта крошечная фракция людей посчитала игру слишком простой или неважной, чтобы заслужить больше, чем легкое отношение. Не видя необходимости в стратегии или даже простой логике, они действовали интуитивно и стали прозрачными для модели.

Такой результат прогнозирования свидетельствует и о другом виде достижений. Похоже, что реализованные упрощающие предположения эффективно преодолевают разрыв между более высокими уровнями познания и рудиментарной нейронной цепью где-то в префронтальной коре (Levine, 2012; Гроссберг, 2018). Это важно, потому что потенциально более сложные нейронные модели, имеющие дело со сложными психологическими процессами, могут в будущем помочь объяснить и предсказать поведение человека в экономических экспериментах, напоминающих еще более близкую реальную экономическую деятельность.

Как мы видели, выбор людей становится значительно более предсказуемым при общении в сети, а не при работе в одиночку. Далее подтверждают, что в группе человек действует менее вдумчиво, предлагают поведенческие данные. Сравнение парного времени отклика показывает, что поставки товаров понимаются быстрее, и для самооценки удовлетворенности или разочарования требуется меньше времени, хотя задача принятия решения в сети когнитивно более сложна и, как и ожидалось, занимает больше времени.

Отвечая на пост-специальный вопросник, все участники утверждали, что сообщения других были полезны или очень полезны для максимизации их собственных экономических достижений. Объективно такого эффекта не обнаружено (рис. 4б), что означает, что обмен информацией о поведении поставщиков либо не был эффективным, либо не служил своей цели. Вполне вероятно, что получение десятков сообщений о том, как компания относится к своим клиентам, было довольно полезным для создания репутации. Тем не менее, связывание этого с ожидающим решением в отношении этой компании представляется более

амбивалентным и зависит от подхода участника к игре. Отвечая на другой набор вопросов после эксперимента, люди описывали множество различных стратегий. Кажется, что поток сообщений о выборе и удовлетворенности других создал только иллюзорное чувство того, что вы лучше подготовлены к решению, чем на самом деле. Здесь у нас есть интригующий пример, что быть информированным и быть компетентным — это не одно и то же.

Использованные источники:

1. Лукасян, Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы: Учебное пособие / Г.М. Лукасян. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 224 с.
2. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 432 с.

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Будагова С.П.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПЕРФОРМАНС ВЕНЧУРНОГО КАПИТАЛА В НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ: НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ

Аннотация: Новые технологии являются движущей силой современного экономического и социального развития, но их технологии и рынки подвержены большой неопределенности. Как высокорисковый, высокодоходный инвестиционный метод венчурный капитал играет чрезвычайно важную роль в поддержке технологических инноваций и содействии модернизации промышленных структур. Следуя теории обработки информации, это исследование применяет количественный анализ к данным 61 венчурного капиталиста в Пекине, Китай, с использованием моделирования структурных уравнений (SEM).

Ключевые слова: новые технологии, стартапы, стратегия венчурного капитала, руководители венчурных капиталов, эффективность инвестиций, приобретение информации.

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Budagova S.P.
3rd year student
Institute of Finance Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

FACTORS INFLUENCING VENTURE CAPITAL PERFORMANCE IN EMERGING TECHNOLOGY: THE CASE OF CHINA

Abstract: Emerging technologies are the driving force of contemporary economic and social development, but their technologies and markets are subject to great uncertainty. As a high-risk, high-yield investment method, venture capital plays an extremely important role in supporting technological innovation and promoting the upgrading of industrial structures. Following information processing theory, this study applies a quantitative analysis to data from 61 venture capitalists in Beijing, China using structural equation modeling (SEM).

Key words: emerging technology, startups, venture capital strategy, venture capital executives, investment performance, information acquisition.

С помощью количественного анализа в этом исследовании были проанализированы собранные данные о 61 фирме венчурного капитала, зарегистрированной в Пекине, Китай, которые инвестируют в основном в новые технологии. Предложена модель, основанная на теории обработки информации. Все показатели прошли корреляционный тест, свидетельствующий о том, что связь между гипотетическими латентными переменными установлена, а согласованность между латентными переменными и манифестными показателями приемлема. То есть, приобретение информации и исполнительные характеристики венчурного капитала оказывают положительное влияние на стратегию венчурного капитала и эффективность венчурного капитала, в то время как стратегия венчурного капитала оказывает опосредующее влияние на эффективность венчурного капитала. SEM, построенный в этом исследовании, может объяснить 18,4% стратегий венчурного капитала и 45,1% показателей венчурного капитала. Кроме того, индикаторы манифеста могут описывать скрытые переменные.

Существует значительная U-образная взаимосвязь между диверсификацией знаний венчурного капитала и эффективностью выхода; инвестиционная стадия смягчает взаимосвязь между диверсификацией знаний и производительностью (Wang et al., 2015). Венчурный капитал можно разделить на стадию финансирования, инвестиций и выхода, где каждый из них требует различных механизмов для контроля рисков и повышения производительности (Shi, 2017). Стратегия выхода венчурного капитала является ключевым условием реализации венчурного прироста и круговых операций по анализу квантовой теории игр (Yuan, 2021) и оценке венчурного капитала на высокотехнологичных предприятиях (Li and Ji, 2016). Эти результаты обеспечивают практическую поддержку для выбора стратегий выхода венчурного капитала. Кроме того, многие ученые исследовали влияние поведения после инвестиционного управления и источников фирм венчурного капитала на портфели (Dong et al., 2017a, Dong et al., 2017b). Chakraborty и Ewens (2018) исследовательского

агентства конфликтуют во время венчурного сбора средств и влияние на инвестиционное поведение.

В целом, нейронная модель предсказывает лучшие решения людей в виртуальной социальной сети, чем те, которые принимаются при работе в одиночку (значение теста Крускала-Уоллиса = 3,99, $P = 0,0457$; Испытательное значение Манна-Уитни = 9416,5; $P = 0,0496$; Пробное значение Колмогорова-Смирнова = 1,1759, $p = 0,0332$). На первый взгляд эти цифры кажутся лишь погранично убедительными, однако следует помнить, что конструкция $2 \times 2 \times 2$ нагружает два образца смесями противоположных факторов. Поэтому следует ожидать большей статистической значимости при сравнении подвыборок из отдельных условий и из делений по различным уровням успешного прогнозирования.

Технически любое статистически значимое прогнозирование выше уровня шансов в 25% (за счет четырех поставщиков) может считаться успешным. Однако более убедительно определить как таковую двойную цифру, т.е. 50%. Вот что показано на рисунке 3: прогнозирование решений «в сети» значительно лучше, чем «Работа в одиночку». Подвыборки половинного размера показывают, что сетевой эффект сильнее, чем влияние экономических агрегатов (рис. 3b). Как и следовало ожидать, самая сильная разница возникает между самыми крайне противоположными условиями: «В сети без агрегатов» и «в одиночку с агрегатами». Эти два из них собраны вместе на рисунке 3с. Кроме того, примечательно, что существенная разница остается там с подвыборками размером от 30 до 35 элементов, как показано на рисунке 3е и f. Полные данные о прогностическом успехе модели, а также обо всех статистических сравнениях можно найти в Дополнительной информации, таблицы S3–S13. Не выявлен ни одного случая превосходного прогнозирования в состоянии «только работа».

Во всей выборке из 257 человек некоторые предсказаны с поразительной точностью. Стоит обсудить рис.2б (Лицо No1) и Рис.2в, на которых изображен кто-то, для кого достигается 100% точность, то есть правильно угадал все восемь вариантов поставщика в последовательности испытаний. Этот вывод последовательно повторялся в течение большого количества независимых смоделированных отжигов. Только два человека в общей выборке прогнозируются на этом уровне. Кроме того, точность достигается не менее 75% для 15 участников (5,84% выборки). С точностью 62,5% и более прогнозируются 46 человек (17,9%). Почти для 2/3 всех участников достижение значительно выше значения успеха по случайности в 25%. Как и ожидалось из сравнительного исследования (Mengov, 2014), метод терпит неудачу примерно у трети всех игроков в настоящем эксперименте. В частности, сейчас это 93 человека, 36,19%.

Такой результат прогнозирования свидетельствует и о другом виде достижений. Похоже, что реализованные упрощающие предположения

эффективно преодолевают разрыв между более высокими уровнями познания и рудиментарной нейронной цепью где-то в префронтальной коре (Levine, 2012; Гроссберг, 2018). Это важно, потому что потенциально более сложные нейронные модели, имеющие дело со сложными психологическими процессами, могут в будущем помочь объяснить и предсказать поведение человека в экономических экспериментах, напоминающих еще более близкую реальную экономическую деятельность.

Использованные источники:

1. Лукасян, Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы: Учебное пособие / Г.М. Лукасян. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 224 с.
2. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 432 с.

УДК 657.6

*Каймакова Я. С.
студент специалист
Волгоградский государственный аграрный университет
Россия, г.Волгоград
Чернованова Н.В., к.э.н.
доцент
Волгоградский государственный аграрный университет
Россия, г.Волгоград*

РЕКОМЕНДАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО АУДИТА В РОССИИ

Аннотация: В России загрязнение окружающей среды и издержки, стали серьезной нагрузкой на федеральный и региональные бюджеты, и бюджеты хозяйствующих субъектов. Необходимо исследование новых подходов к государственному управлению, и созданию инновационных моделей ведения бизнеса, способных уменьшить остроту экологических проблем. Решение проблем рассматривается в статье с точки зрения развития независимого аудита как инструмента управления экологическими рисками при оценке разных видов производственной деятельности, технологических процессов и инфраструктурных проектов.

Ключевые слова: экологический аудит, аудит систем управления, оценка экологических рисков.

*Kaymakova Ya. S.
student specialist
Volgograd State Agrarian University
Russia, Volgograd
Chernovanova N.V., candidate of economics
associate professor
Volgograd State Agrarian University
Russia, Volgograd*

RECOMMENDATIONS FOR CONDUCTING AN ENVIRONMENTAL AUDIT IN RUSSIA

Abstract: In Russia, environmental pollution and the costs associated with the elimination of the consequences of environmental damage caused to the economy and public health have become a serious burden on the federal and regional budgets, as well as the budgets of economic entities. It is necessary to search for new approaches to public administration, as well as the creation of

innovative business models that can reduce the severity of environmental problems. The solution of problems in this area is considered in the article from the point of view of the development of independent audit as a tool for environmental risk management in the assessment of various types of production activities, technological processes and infrastructure projects.

Keywords: environmental audit, environmental risk assessment, audit of management systems.

К услуге экологический аудит прибегают из-за законодательной неопределенности. В России существует обширная законодательная база в сфере экологии и охраны окружающей среды. К природопользователям предъявляется огромное количество требований, и исполнить их в полном объеме довольно трудно.

Даже крупнейшим предприятиям, которые содержат в штате несколько экологов, бывает трудно перестроиться на новый режим экологического контроля, тем более что практика применения многих законов складывается в процессе многократных обращений.

Экологический аудит — независимая оценка соблюдения субъектом хозяйственной и иной деятельности нормативно-правовых требований в области охраны окружающей среды и подготовка рекомендаций в области экологической деятельности.

Программа по развитию экологического аудита была принята еще в 1997 году. Она включает в себя создание методической и нормативной документации в соответствии с мировыми нормативами, а также разработку обучающей программы по подготовке кадров для проведения экоаудита и научных исследований.

В настоящее время в России наблюдается нарастающий процесс внедрения системы экологического управления и аудита в деятельности нефтегазовой отрасли промышленности.

В целях обеспечения комплексного подхода и координации деятельности структурных подразделений ПАО «Газпром» в области экологического менеджмента постоянно действует Рабочая группа по совершенствованию СЭМ ПАО «Газпром». Основополагающим документом, регламентирующим принципы природоохранной деятельности ПАО «Газпром», является Экологическая политика. Утвержденная Постановлением Правления ОАО «Газпром» от 25 мая 2015 г. № 21 актуализированная редакция Экологической политики Компании отражает современные тенденции в области охраны окружающей среды и энергоэффективности, снижения выбросов парниковых газов. СЭМ ПАО «Газпром» охватывает все уровни управления Компании — от Совета директоров до филиалов и производственных объектов дочерних обществ (ДО). СЭМ ПАО «Газпром» включает структурные подразделения ПАО «Газпром» и 36 ДО со 100%-м участием, занятых в основных видах

деятельности – разведке, добыче, транспортировке, хранении и переработке газа и газового конденсата, а также осуществляющих управление инвестиционными проектами строительства. Комплексное управление и общую координацию деятельности структурных подразделений осуществляет Координационный комитет ПАО «Газпром» по вопросам охраны окружающей среды и энергоэффективности.

Проведение экологического аудита в России получило распространение при оценке отдельных видов деятельности и технологических процессов; состояния эксплуатируемых зданий, сооружений и строительных площадок; промышленных и инженерных проектов, исследований и разработок; других объектов, которые потенциально могут представлять экологические угрозы. В сфере инвестиционной деятельности цель экологического аудита заключается в обосновании выводов и предоставлении гарантий того, что рассматриваемые варианты того или иного проекта экологически безопасны, рациональны и эффективны. Аудит инвестиционных проектов на этапе их разработки призван предотвратить проведение дорогостоящих восстановительных мер на этапе реализации проекта и эксплуатации объектов инвестиций. Недооценка экологических аспектов в инвестиционном анализе может значительно исказить результативность инвестиционного проекта, ввести в заблуждение инвестора и связано со значительными эколого-экономическими рисками.

Независимый экологический аудит как самостоятельный вид коммерческой деятельности представляет собой набор процедур, которые варьируются в зависимости от объекта аудита и ряда обстоятельств. Аудит может быть проведен в определенный период времени или на отдельном этапе реализации проекта, в ходе подготовки проекта, перед подготовкой его технико-экономического обоснования. Он также может быть выполнен в ходе строительства или модернизации объекта и при завершении строительства.

Одним из инструментов оценки экологических рисков при осуществлении независимого экологического аудита является ведение экологических рейтингов. В настоящее время в мире насчитывается более 150 рейтингов. В качестве примера возможно привести рейтинг 100 наиболее стабильных фирм мира Global 100, ежегодно публикуемый компанией Corporate Knights. На основе общедоступных экологических сведений крупные компании ранжируются по главным коэффициентам исходя из качества их управления ресурсами, финансами и персоналом. При составлении рейтинга учитываются такие аспекты, как эффективность использования энергии, использование инноваций и рейтинг безопасности.

Отечественные компании относятся ответственно и серьезно к сохранению природной среды и экобезопасности, поэтому соблюдают ряд

установленных нормативов и стараются использовать опыт зарубежных предприятий. Как правило, для работы формируется команда собственных аудиторов либо оплачиваются услуги сертифицированных экоаудиторов. Благодаря этому аудиторские экологические проверки можно проводить регулярно, что позволяет оперативно решать возникающие проблемы и дает возможность избежать лишних затрат. В настоящее время в РФ состояние экологического аудита находится в новой фазе своего развития благодаря потребностям многих предприятий. В основном это касается предприятий, стремящихся выйти на международный рынок и вынужденных проводить стандартную процедуру международного экологического аудита.

Использованные источники:

1. Мохова А.Ю., Чернованова Н.В. Теоретические основы подготовки к аудиторской проверке. - В сборнике: Экономика и общество в условиях пандемии: взгляд молодых. - Сборник статей и тезисов докладов XVII национальной научно-практической конференции студентов, студент магистратуры и аспирантов с международным участием.- 2021.- С. 160-163.
2. Сидорова А.Д., Чернованова Н.В. Сравнительная база внешнего и внутреннего аудита в современных условиях. - В сборнике: Современные проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса. - Сборник трудов по результатам работы III Международной научно-практической студенческой конференции – конкурса.- 2021. - С. 259-262.
3. Чернованова Н.В., Бутенко Ю.В. Экспертные ошибки при проведении бухгалтерских экспертиз.- В сборнике: Драйверы развития общего и профессионального образования. - Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - 2021. - С. 296-300.

Кац Д.Е.
студент магистратуры
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный педагогический университет»
Институт психологии и педагогики
направление подготовки: 44.04.03 Специальное образование
(дефектологическое)
программа подготовки: «Логопедическое сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья»
Научный руководитель:
Цвирко О.Ю., кандидат педагогических наук
доцент
Россия, г.Барнаул

ФОРМИРОВАНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕЧИ У УЧАЩИХСЯ МЛАДШИХ КЛАССОВ С ЗПР В УСЛОВИЯХ ЛОГОПЕДИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ

Аннотация: Статья посвящена изучению индивидуально-типических особенностей речевой деятельности у младших школьников с ЗПР в сравнении с нормой и определению возможностей целенаправленного формирования у них интегративной способности овладения контекстной речью в специально созданных логопедических условиях.

Ключевые слова: речевая деятельность, ВПФ, ЗПР, связная речь, монологическая речь.

Katz D.E.
master's student
Altai State Pedagogical University
Institute of Psychology and Pedagogy
direction of training: 44.04.03 Special education (defectological)
training program: «Speech therapy support for persons with disabilities»
Supervisor: Tsvirko O.Y., candidate of pedagogical sciences
associate professor
Russia, Barnaul

FORMATION OF CONTEXTUAL SPEECH FOR ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS WITH A PO IN THE CONDITIONS OF SPEECH THERAPY SUPPORT

Annotation: The article is devoted to the study of individual and typical features of speech activity in younger schoolchildren with ZPR in comparison with the norm and the determination of the possibilities of purposeful formation

of their integrative ability to master contextual speech in specially created speech therapy conditions.

Keywords: speech activity, VPF, ZPR, coherent speech, monologue speech.

В контексте новых задач детоцентристской модели вариативного образования и ее ориентации на индивидуальность учащихся возникает потребность в психологических исследованиях, направленных на разработку новых системных моделей психокоррекции нарушений монологической речи у детей с ЗПР, основанных на положении Л.С. Выготского о разных формах синтаксирования. Реализация данных требований предполагает использование нетрадиционных форм и приемов обучения, таких как нейролингвистическое программирование, холистические упражнения, фасилитированный и фокальный методы и т.д.

Проведенный анализ исследований выявил отсутствие концептуального решения проблем детей с ЗПР. Все представленные работы разные по характеру и ориентированы на коррекцию конкретной психологической системы учащихся без учета фактора личностной значимости деятельности. При этом в значительной части исследований игнорируется положение о многоуровневом процессе речепорождения, базовых предпосылках речевого развития, о психологических механизмах, обеспечивающих осуществление речевой деятельности, что является ошибочным, т.к. известно, что коррекционное воздействие малоэффективно, если оно носит локальный характер.

В связи с этим актуальным направлением современных исследований является создание личностно ориентированной системной модели психокоррекции нарушений монологической речи при ЗПР с учетом индивидуально-типических особенностей учащихся классов КРО (коррекционно- развивающего обучения).

Таким образом, в современной психологии важное значение имеет дальнейшее изучение возможностей построения развернутых связных высказываний младшими школьниками с ЗПР. Вместе с тем, нерешенной проблемой остается исследование механизмов патогенеза монологической речи и разработка инновационных технологий психокоррекции в компиляции с методиками разнотипных видов моделирования и планирования развернутых связных высказываний, ориентированных на детей младшего школьного возраста с ЗПР.

Сбор первичных данных, необходимых для доказательства выдвинутых гипотез, осуществлялся непосредственно в ходе констатирующего и формирующего эксперимента.

Методы исследования. В соответствии с поставленной целью в исследовании использовались: теоретический анализ литературных

источников по основной проблеме, индивидуальный констатирующий эксперимент, направленный на выявление своеобразий в нарушениях устной связной речи младших школьников с ЗПР в сравнении с нормальными сверстниками; формирующий эксперимент, направленный на коррекцию и развитие монологических высказываний у детей с ЗПР в специально созданных условиях; контрольный и индивидуальный эксперимент с целью прослеживания эффективности психокоррекционной программы на заключительном этапе исследования; методы качественного и количественного психологического анализа результатов.

В качестве дополнительных средств исследования в данной работе применялась беседа, систематическое и выборное наблюдение, анализ продуктивной деятельности детей, а также изучение психолого-педагогической и медицинской документации.

Использование беседы (метода отбора фактов о психических явлениях в процессе личного общения по специально составленной программе) осуществлялось в данном исследовании в трех вариантах: беседа с детьми, беседа с родителями, беседа с педагогами. Проведенная серия бесед позволила выявить уровень отношений ребёнка со сверстниками и взрослыми, систему его жизненных ценностей, уровень мировоззрения.

Применение метода беседы позволило конкретизировать этапы проведения эксперимента, составить более точное описание исследуемой группы, дополнить полученными сведениями психолого-педагогические характеристики детей.

Организация процесса наблюдения - целенаправленного и планомерного восприятия явлений, результаты которого фиксируются наблюдателем, осуществлялась с учетом места и времени его проведения.

Исходя из основных положений данного метода (невмешательства и систематичности) была определена следующая цель: понаблюдать за особенностями построения связных высказываний детьми с ЗПР в разных коммуникативных ситуациях.

В процессе выполнения экспериментальных заданий наблюдение велось за способностью детей принять учебную задачу, выполнить ориентировочные действия в коммуникативной ситуации. Кроме учебной деятельности, наблюдение продолжалось и в повседневной жизни с целью зафиксировать речевые, эмоциональные и моторные реакции детей на происходящие события.

Наблюдение за речью детей осуществлялось в ходе обиходно-бытовой и учебной деятельности. Основное внимание обращалось на уровень сформированное у младших школьников с ЗПР навыков монологической речи (умения дать краткий и развернутый ответ; задать вопрос педагогу; рассказать о планируемом и о выполненном действии и др.), а также на особенность речевого поведения. В процессе исследования

фиксирувалась запись ответов детей на занятиях в виде отдельных высказываний, коротких сообщений, рассказов. Метод наблюдения позволил получить общее представление об уровне сформированности спонтанной речи учащихся, ее грамматическом строе, способности употреблять связные высказывания при общении, передавать ту или иную информацию и т.д.

Таким образом, наблюдение являлось важной составляющей частью всего исследовательского процесса.

Изучение личных карт проводилось с целью более глубокого и детального изучения истории развития ребёнка с ЗПР, что дало возможность получить достаточно объективные и достоверные сведения. Изучались медицинские карты здоровья учащихся, где содержатся данные о хронических и перенесённых заболеваниях родителей, протекание беременности у матери, особенностях её родовой деятельности, а также протоколы обследования детей с ЗПР на ПМПК. Тщательно анализировались перинатальный и постнатальный периоды в развитии ребёнка, влияющие на формирование коммуникативной дезадаптации детей классов КРО. Полученные сведения дополнили и конкретизировали имеющуюся информацию об особенностях развития учащихся с ЗПР.

Анализ продуктов творческой деятельности позволил выявить интересы, склонности, особенности различных сторон психики, общее отношение к деятельности и др. В качестве объектов деятельности выступали рисунки, вербальный материал и т.д. В данном исследовании была использована схема контент — анализа творческих письменных работ учащихся с ЗПР для выявления коммуникативной дезадаптации.

Результаты экспериментальных данных всегда учитывались строго индивидуально. В общей сложности были учтены и подвергнуты специальной обработке 74 развернутых связных сообщений испытуемых, полученных в ходе констатирующего и контрольного эксперимента.

Использованные источники:

1. Актуальные проблемы нейропсихологии детского возраста. Учебное пособие / Под редакцией Л.С. Цветковой. Москва-Воронеж, 2001. - 272с.
2. Алмазова А.А. Обучение построению письменного текста учащихся школы для детей с ТНР. Дисс. канд. пед. наук. М.,1998. - 184с.
3. Алле А.Х., Власенко И.Т., Голод В.И. Нейропсихологический подход к диагностике нарушений речевого развития // Методы обследования речи детей / Под общей редакцией Г.В. Чиркиной. М., 2003. - С. 159 - 187.

*Кеткина В.А.
студент
группа УК-411
кафедра экономики, менеджмента, маркетинга
и технологий экономического образования
РГППУ
Галимова С.А.
старший преподаватель
кафедра экономики, менеджмента, маркетинга
и технологий экономического образования
РГППУ
Россия, г.Екатеринбург*

СУДЬБА СОТРУДНИКА ПРЕДПРИЯТИЯ, ПРИЗНАННОГО БАНКРОТОМ

Аннотация: Судьба сотрудника предприятия, признанного банкротом, чаще всего, тяжелая и лишенная выбора. В данной статье разбираются причины и даются базовые рекомендации человеку, являющимся сотрудником любого предприятия.

Ключевые слова: сотрудник, банкротство, предприятие-банкрот, процедура ликвидации.

*Ketkina V.A.
student
group UK-411
department of economics, management, marketing and technology of
economic education
RSPPU
Galimova S.A.
senior lecturer
department of economics, management, marketing and technology of
economic education
RSPPU
Russia, Yekaterinburg city*

THE FATE OF AN EMPLOYEE OF THE ENTERPRISE RECOGNIZED BANKRUPT

Annotation: Most of the time, the fate of an enterprise's employee declared bankrupt is difficult and devoid of choice. This article analyzes the

reasons and gives basic recommendations to a person who is an employee of any enterprise.

Keywords: employee, bankruptcy, bankrupt enterprise, liquidation procedure.

Судьба сотрудника предприятия, признанного банкротом незавидна – по статистике подавляющее большинство процедур банкротства юридических лиц в России заканчивается ликвидационной процедурой – Конкурсное производство.

По данным статистического релиза Федресурса по итогам 2021 года количество реструктуризаций (оздоровительных процедур банкротства: внешних управлений и финансовых оздоровлений) в 2021 году увеличилось на 3,5% до 179шт. на всю Россию, а их доля ко всем процедурам, кроме наблюдения, осталась на уровне 1,7%. [1] таким образом, простой расчет приводит к выводу, что 98,3% всех процедур банкротств юридических лиц в России завершается конкурсным производством и ликвидацией.

Согласно п. 2 статьи 129 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» конкурсный управляющий обязан ... *уведомлять работников должника о предстоящем увольнении не позднее чем в течение месяца с даты введения конкурсного производства.* [2]

Следовательно, через 3 месяца после введения процедуры конкурсного производства в организации все сотрудники будут уволены с начислением всех полагающихся по закону компенсаций: при увольнении в случае ликвидации работнику причитается выходное пособие - Оно составляет средний месячный заработок (часть 1 статьи 178 Трудового Кодекса РФ). Если же работник не сможет трудоустроиться по истечении месяца с момента увольнения и документально подтвердить свою безработность, ему будет полагаться еще и средний месячный заработок за период не более 2 месяцев с момента увольнения. То есть все начисления, пока невозможные к выдаче, полагаются работнику в течение 6 месяцев с момента введения конкурсного производства в случае, если бывший сотрудник не может длительно найти работу через центр занятости.

Все эти начисления совершенно не означают, что бывший сотрудник получит их, а даже если он их получит, то чаще всего не сразу, а только после реализации конкурсной массы, а на это обычно уходит много времени – от 1 года и более.

То есть для понимания возможности получения заработанных денежных средств и сроков их получения, сотруднику предприятия-банкрота стоит задуматься еще на этапе процедуры наблюдения – а стоит ли ждать увольнения в банкротстве со всеми возможными начислениями

компенсаций или начать искать работу и уволиться ещё в процедуре наблюдения?

Возможность получения сотрудником предприятия-банкрота денежных средств, его будущее, определяется именно в этом выборе.

Сначала разберемся что за такой объект – предприятие-банкрот? Для России свойственно, что к банкротству компании приходят на стадии давно развивающегося кризиса, потери к моменту банкротства компании настолько велики, что восстановить ее уже невозможно. То есть сотрудник компании-банкрота должен понимать в первую очередь, что компания будет ликвидирована по итогу процедуры банкротства, также понимать, что по статистике в России 98,3% все банкротств завершаются ликвидацией. То есть рабочее место точно будет ликвидировано, как и рабочие места всех остальных сотрудников банкрота.

В связи с вышеуказанным сотрудник банкрота должен понимать, что все, кого уволят по закону в связи с ликвидацией предприятия в конкурсном производстве одним коллективом пойдут в Центр занятости, так или иначе, будут ходить по одним и тем же потенциальным работодателям в поисках работы – конкуренция высокая. И, понятно, что первые найдут работу наиболее опытные, конкурентоспособные и востребованные на рынке труда работники, а является ли таковым конкретный сотрудник – опять же ему самому нужно на этот вопрос себе честно ответить.

Второй момент – начисленная зарплата и все пособия в связи с ликвидацией будут выплачены только после реализации имущества должника, взыскания дебиторской работы и прочих мер, направленных на пополнение конкурсной массы. Напоминаю, предприятие давно в кризисе, наверняка уже «проело» все наиболее ликвидное имущество. На балансе, как правило, остается малоликвидное (малоценное) имущество, изношенные основные фонды и неликвидная (невозможная ко взысканию) дебиторская задолженность. Когда и за сколько будет продано это имущество – неизвестно и хватит ли денег на зарплату, а перед ней погашаются все текущие расходы арбитражного управляющего, в том числе его вознаграждение, тоже неизвестно.

Третий момент – не стоит отменять последствия кризисов последующих после пандемии короновирусной инфекции. Пандемия также принесла с собой закрытие большинства предприятий и высвобождения большого количества квалифицированных кадров, не все предприятия смогли восстановиться, а значит, что не все специалисты закрывшихся предприятий смогли трудоустроиться. К этому можно также отнести и закрывшиеся в ходе санкций предприятия. Огромный поток высвободившейся рабочей силы и так находится на рынке, соответственно, повышается и конкуренция между кадрами.

Также, стоит обратить внимание и на психологическое состояние сотрудников на предприятии банкроте. Большинство сотрудников будут находиться в потерянном и трудном положении, что также может привести к провальным поискам дальнейшей работы.

Все вышесказанное сотрудник предприятия-банкрота должен проанализировать еще до введения конкурсного производства и принять для себя решение – искать работу и увольняться или ждать сокращения и со всеми «ходить» по одним и тем же объявлениям по трудоустройству и конкурировать со вчерашними коллегами и высвобожденными в результате ряда внешних событий за рабочее место, понимая, что денег начисленных на предприятии-банкроте можно даже и не дожидаться, или выплаты могут быть произведены не в полном объеме и сроки их туманны.

Вывод напрашивается сам собой – при проявлении кризиса на предприятии, конечно, сразу искать новую работу не надо, но если собственник не прилагает усилий по борьбе с кризисом, а наоборот, выводит активы из компании, образует новую компанию с таким же функционалом, неоправданно нанимает новый персонал, назначает неоправданные премии, то и сотруднику такой кризисной компании стоит задуматься уже в этот момент о поиске новой работы, так как скорее всего предприятия в скором времени будет признано банкротом.

Приведём плюсы для работника кризисного предприятия, который понимает, что собственник не стремится выводить предприятие из кризиса, в поиске новой работы и увольнении еще до признания предприятия банкротом:

1. Конкуренция при поиске работы невысокая

Стоит признать, что уровень конкуренции между всеми специалистами в данный момент и так достаточно высокий, но при ликвидации целого предприятия высвобождаются достаточно схожие по направлениям кадры – что естественным образом еще больше повышает уровень конкуренции.

2. Если новая работа будет найдена, то человек гарантировано будет иметь работу, в то время как его коллеги будут ожидать приказа об увольнении в связи с ликвидацией, а затем ждать выплат, начисленных зарплаты и компенсаций, т.е. полностью проживать и на себе процедуру ликвидации предприятия. А ранее уволившийся бывший сотрудник будет работать и получать гарантированную зарплату ежемесячно, в отличии от сотрудников предприятия-банкрота, до которых конкурсная масса может не дойти из-за долгов по первым очередям.

Таким образом, с экономической точки зрения, сотрудник кризисного предприятия должен проанализировать:

1. Заинтересован ли собственник кризисной компании в выводе ее из кризиса или же он выводит активы из кризисной компании

2. Немаловажно понимать – а имущество компании в ее полной собственности или же часть имущества в лизинге, или в залоге – в этом случае на выплату зарплаты останется только 15% от выручки от продажи предмета залога.

3. А может все имущество компании вовсе и не принадлежит, а находится в аренде, что означает то, что отсутствуют средства для формирования конкурсной массы, а как следствие к полному отсутствию выплат сотрудникам.

4. И вообще понимать имущественный состав компании в целом.

Только анализ этих показателей может дать сотруднику кризисного предприятия ответ на вопрос о том, как поступить ему.

Использованные источники:

1. Банкротства в России: итоги 2021 года. Статистический релиз Федресурса. (дата публикации 14.01.2022 года). – [Электронный ресурс] URL: <https://fedresurs.ru/news/a57795a8-e1f1-4e2e-ba8b-da58725127e2?attempt=1>
2. О несостоятельности (банкротстве): федеральный закон № 127 – ФЗ от 26.10.2002. [Электронный ресурс] URL: <https://www.garant.ru/>

*Кеткина В.А.
студент
группа УК-411
кафедра экономики, менеджмента, маркетинга
и технологий экономического образования
РГППУ
Галимова С.А.
старший преподаватель
кафедра экономики, менеджмента, маркетинга
и технологий экономического образования
РГППУ
Россия, г.Екатеринбург*

ОЗДОРОВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ-БАНКРОТОВ В РОССИИ – ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация: возможно ли оздоровление предприятий-банкротов в России – в этой статье мы попытаемся выявить причины, по которым процесс оздоровления на практике не осуществляется.

Ключевые слова: банкрот, оздоровление, арбитражный управляющий, ликвидация, предприятие.

*Ketkina V.A.
student
group UK-411
department of economics, management, marketing and technology of
economic education
RSPPU
Galimova S.A.
senior lecturer
department of economics, management, marketing and technology of
economic education
RSPPU
Russia, Yekaterinburg city*

RECOVERY OF BANKRUPT ENTERPRISES IN RUSSIA – MAIN PROBLEMS

Annotation: is it possible to recover bankrupt enterprises in Russia - in this article we will try to identify the reasons why the recovery process is not carried out in practice.

Key words: bankrupt, recovery, arbitration manager, liquidation, enterprise.

Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве) в России» действует с 2002 года, с 2002 года же действуют норма этого закона, позволяющие проводить мероприятия по восстановлению платежеспособности предприятий, то есть выведения их из кризиса, оздоровлению:

1. Процедуры финансового оздоровления, в рамках которой именно руководство компании банкрота пытается восстановить платежеспособность компании;

2. Внешнее управление, в рамках этой процедуры арбитражный управляющий разрабатывает план восстановления платежеспособности и реализует его.

Однако данные процедуры практически не проводятся в отношении банкротов. Об этом говорит и статистика:

По данным статистического релиза Федресурса по итогам 2020 года Доля реабилитационных процедур (внешнее управление и финансовое оздоровление) ко всем процедурам, кроме наблюдения, сократилась с 1,8% в 2019 году до 1,7% в 2020 году. По данным статистического релиза Федресурса по итогам 2021 года количество реструктуризаций (оздоровительных процедур банкротства: внешних управлений и финансовых оздоровлений) в 2021 году увеличилось на 3,5% до 179 шт! на всю Россию!, а их доля ко всем процедурам, кроме наблюдения, **осталась на уровне 1,7%**. [1] таким образом, простой расчет приводит к выводу, что 98,3% всех процедур банкротств юридических лиц в России завершается конкурсным производством и ликвидацией.

Никто не ведет отдельную статистику по тому, чем завершаются эти оздоровительные процедуры.

Однако практика арбитражного управления показывает, что восстановительные процедуры чаще всего завершаются не восстановлением банкрота и продолжением нормальной финансово-хозяйственной деятельности, а ликвидационной процедурой – конкурсное производство.

Почему же в России не восстанавливаются банкроты, хотя для этого есть все предпосылки в законодательстве о банкротстве?

Ответ просто – нет заинтересованных лиц. То есть они конечно есть - то кредиторы, государство в лице налоговых органов, работники банкрота. Но это не сам собственник бизнеса, это не арбитражный управляющий. К сожалению.

Да, конечно у кредиторов, ФНС есть определенные права в рамках процедуры банкротства, однако они не могут заставить захотеть работать именно на восстановление арбитражного управляющего – в этом случае он

должен полностью «отдаться» делу восстановления предприятия, встать на место собственника бизнеса и круглосуточно думать о благе банкрота... Но тогда он должен забросить 100500 других банкротных своих дел, работать с полной самоотдачей только на одном предприятии банкроте, а вознаграждение мизерное для такой работы – всего 30000 рублей в месяц.... Даже ниже средней зарплаты по России. Кто за такие деньги будет отдавать всего себя работе? Никто!

Справедливости ради стоит сказать, что при положительном внедрении плана внешнего управления и выводе компании из кризиса, восстановлении ее платежеспособности арбитражный управляющий получает дополнительное вознаграждение согласно п. 12 статьи 20.6 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» *Сумма процентов по вознаграждению внешнего управляющего устанавливается в следующих размерах:*

восемь процентов сумм, направленных на погашение требований кредиторов, включенных в реестр требований кредиторов, при прекращении производства по делу о банкротстве;

три процента прироста стоимости чистых активов должника за период внешнего управления при признании должника банкротом и открытии конкурсного производства. [2]

Но это все только в случае восстановления, а если работал-работал, а восстановить не смог, то довольствуешься минимальным вознаграждением 30000 рублей в месяц.

А вот еще один аспект – управляющий допустим отработал на совесть и сумел вывести из кризиса банкрота и восстановить его платежеспособность, процедура внешнего управления прекратилась, предприятие продолжает работать, то есть оно возвращено тому же собственнику и управленцу, который его и довел до глубокого кризиса ранее. Думаю, что арбитражному управляющему будет крайне жаль своих усилий, которые в итоге достались нерадивому собственнику, который вряд ли научился работать по другому, который с большой долей вероятности приведет компанию к новому глубокому кризису...

Все эти моменты и отталкивают арбитражных управляющих от восстановительных процедур, к сожалению.

На практике часто сами арбитражные управляющие используют восстановительные процедуры только для наращивания сумм вознаграждения...

Стоит отдельно указать и на то, что к банкротству российские предприятия чаще приходят уже настолько истощенные неэффективным собственником, что и источников для восстановления платежеспособности попросту уже нет. Именно отсюда 98,3% ликвидационных процедур банкротства в России.

Автору статьи думается, что без государственной поддержки восстановительной деятельности законодательства о банкротстве в текущем времени просто не обойтись, ну нет опыта, реально наработанного у арбитражных управляющих по восстановлению компаний-банкротов, по выведению их из кризиса – и об это говорит и статистика банкротств в России.

Использованные источники:

1. Банкротства в России: итоги 2021 года. Статистический релиз Федресурса. (дата публикации 14.01.2022 года). – [Электронный ресурс] URL: <https://fedresurs.ru/news/a57795a8-e1f1-4e2e-ba8b-da58725127e2?attempt=1>
2. О несостоятельности (банкротстве): федеральный закон № 127 – ФЗ от 26.10.2002. [Электронный ресурс] URL: <https://www.garant.ru/>

*Крушинский Н.К.
аспирант
Негосударственное образовательное
частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-промышленный
университет «Синергия»
Россия, г.Москва*

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В УСЛОВИЯХ ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ

Аннотация: в статье рассматривается вопрос программы финансовой грамотности, её компетенций для обучающихся, проблемы реализации курса финансовой грамотности в ООО согласно ФГОС ООО. Предметом специального рассмотрения являются общие характеристики результатов освоения финансовой грамотности обучающимися. Автором описаны характеристики результатов формирования финансовой грамотности у обучающихся ООО.

Ключевые слова: функциональная грамотность; структура и содержание финансовой грамотности; образовательные результаты; основное общее образование.

*Krushinsky N.K.
graduate student
Non-state educational private institution of higher education «Moscow
Financial and Industrial University «Synergy»
Russia, Moscow*

THE PROBLEM OF IMPLEMENTING FINANCIAL LITERACY IN CONDITIONS OF GENERAL EDUCATION AT SCHOOL

Abstract: Include in the article the issue of the financial literacy program, its competencies for students, the problems of implementing the financial literacy course in educational organization according to the Federal State Educational Standard of LLC. The subject of the survey is a general study of the development of financial literacy of students. The author of statistical data on the formation of financial literacy among students of educational organization.

Key words: functional literacy; structure and content of financial literacy; educational outcomes; basic general education.

В обновленный федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования (далее - ФГОС ООО), который

вступил в силу на 2022/23 учебный год для 10-11 классов финансовая грамотность является обязательный курсом в урочной форме, где включено требование финансовой грамотности обучающихся 5-11 классов [1].

Финансовая грамотность с начала 2010-х одна из приоритетных компетенций, которой должен обладать каждый гражданин Российской Федерации наряду с математической, естественнонаучной компетенцией или креативным мышлением. Согласно исследованиям, в науке финансовая грамотность в основном затрагивается методология оценивания, оценочные задания. Основные вопросы были поставлены «Чему учить современных школьников?», «Как планировать образовательный результат?».

Для ответа на вопросы провели научные исследования, которые выявили основные составляющие финансовой грамотности: понимание финансовых понятий и терминов, умение регулировать финансовыми рисками, умение принимать грамотные финансовые решения, которые повышают финансовое благополучие личности и общества. Также на основе исследований важно учитывать, что финансовая грамотность это расширенный набор знаний, навыков, которые человек использует на протяжении всей жизни.

В свою очередь учитель, который преподает курс финансовой грамотности или учитель-предметник, как учитель обществознания, истории и экономики внедряющий элементы финансовой грамотности, зависит от предметной тематики и формата обучения (урочных и внеурочных занятий), от количества учебных часов и образовательных тенденций методологии финансовой грамотности.

Перед тем, как начать вести курс финансовой грамотности в урочном формате педагогу необходимо пройти курсы повышения квалификации методологии и форм проведения занятий финансовой грамотности, а также изучить основные требования ФГОС.

К каждому тематическому разделу финансовой грамотности сформулированы три основные группы показателей результатов:

1. Понимание, знания, осведомленность.
2. Умение, навыки и поведение.
3. Установки и личные характеристики.

Даже несмотря на единые образовательные результаты в базовом и продвинутом уровне – это общий практический ориентир курса финансовой грамотности, который определяет основную задачу обучающего: приобретение и закрепление финансовой грамотности, её компетенций и возможностей.

Как показывают исследования в области преподавания курса финансовой грамотности в школе, преподаватели чаще всего сталкиваются с трудностями выбора педагогических методов и приёмов в ведении урока

и его конкретизацией образовательных результатов (Белорукова, с.75), так как эмпирического опыта у обучающихся не формируется, связи с тем, что им необходимо приобрести необходимый навык или умение в конкретно заданной ситуации.

Описание образовательных результатов дано с использованием терминологии обновленных ФГОС ООО.

Личностные результаты (личные характеристики и установки):

- мотивация включения подростка в деятельность по управлению личными финансами, принятия ответственности за свои финансовые действия;

- критическое отношение к своему опыту, финансовым знаниям и определение личностно значимых целей изучения финансовых вопросов;

- рефлексия и самооценка повседневных финансовых решений и их последствий, в том числе влияния на взаимоотношения с другими людьми;

- осознание нравственно-этических норм, регулирующих финансовые отношения людей, а также правил безопасного финансового поведения в цифровой среде;

- установки уважительно относиться к труду как источнику доходов человека, принимать ответственность за планирование и распоряжение личными (карманными) деньгами как части семейного бюджета, использовать эффективные стратегии финансового поведения (бережливо расходовать деньги, соблюдать баланс между тратами и накоплениями, быть экономным), уважать интересы других, быть внимательным к потребностям других, оказывать благотворительную, безвозмездную помощь людям, попавшим в сложные жизненные ситуации.

Предметные результаты (знание и понимание, как грамотно использовать в конкретных жизненных ситуациях):

- базовые финансовые понятия (деньги, функции денег, валюта, валютный курс, доходы, расходы, личный финансовый план, семейный бюджет, экономия, накопление, сбережения, инвестиции, банковский процент, инфляция, налоги, социальные пособия, финансовые риски, предпринимательская деятельность, права покупателей);

- финансовые продукты (банковский счет, банковская карта, вклад, кредит, кредитная карта, страховой полис, инвестиционные продукты и др.);

- финансовые документы (чеки, счета, квитанции об оплате, договоры);

- риски, связанные с ситуациями финансового мошенничества, и мер предосторожности, защиты от финансовых афер.

Метапредметные результаты (умения и поведение):

- анализировать и оценивать преимущества и негативные финансовые последствия финансового решения с различных позиций, учитывая различные установки, интересы, цели, жизненные контексты

(сравнение различных стратегий управления личными финансами, видов и условий открытия вкладов, получения кредита, инвестирования, страхования, выбор и обоснование надежности финансовой организации для приобретения финансовых продуктов);

- распознавать в текстах финансовую информацию (в том числе, в рекламе, квитанциях, счетах, банковских договорах), выражать и обосновывать собственные мысли, оценочные суждения в письменной форме, определять области согласия и расхождения мнений при обсуждении различных вариантов финансовых решений и действий;

- критически относиться к информации, анализировать ее в различных финансовых контекстах (новостные сообщения, объявления о купле-продаже, информация об условиях оплаты труда при устройстве на работу, тексты рекламных буклетов);

- оценивать финансовые проблемы, выбирать и обосновывать финансовые решения с учетом конкретных обстоятельств, близких и/или понятных жизненному опыту подростков 11-15 лет;

- сравнивать и оценивать стратегии финансового поведения (финансовые цели и способы их достижения), выстраивать эффективные стратегии собственного финансового поведения;

- аргументировать собственную позицию в совместной работе со сверстниками над проектами, требующими приобретения и использования финансовых знаний и практических навыков;

- выполнять предметные действия из области финансовой арифметики: вести учет личных финансов, планировать свои доходы и расходы, подсчитывать доходы и расходы, вычислять банковские проценты по вкладам и кредитам, подсчитывать налоговые отчисления, переводить одну валюту в другую, пользоваться онлайн-калькуляторами на сайтах финансовых организаций;

- принимать обоснованные решения и совершать эффективные действия по управлению финансами для реализации жизненных целей и планов, лично и социально значимых для подростков 11-15 лет, в том числе на перспективу (выбор стратегий накопления для продолжения образования, будущей пенсии, выбор карьеры, обеспечивающей финансовое благосостояние).

Проведенный нами анализ подходов к формированию структуры и содержания финансовой грамотности показывает, что мы имеем дело с новой предметной областью в содержании основного общего образования, развивающий потенциал еще только раскрывается в педагогической теории и практике.

В настоящее время созданы необходимые условия для реализации в основной школе требований обновленного ФГОС ООО к формированию финансовой грамотности, а именно: описаны цели, выделено и

структурировано предметное содержание, конкретизированы образовательные результаты для базового и продвинутого уровней.

Формирование финансовой грамотности в основной школе может быть реализовано различным образом - от самостоятельного курса внеурочной деятельности или курса дополнительного образования детей до изучения отдельных тем в структуре учебных предметов, интеграции в темы учебных предметов, как курс, наконец, как модуль программы воспитательной работы. И педагогом приходится адаптироваться под новые реалии, быть финансово грамотными и обладать нужными компетенциями для формирования нового подрастающего поколения с наиболее важными финансовыми установками и навыками.

Использованные источники:

1. Приказ Министерства просвещения России № 287 «Об утверждении ФГОС ООО»(2021). <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202107050027>
2. Единая рамка компетенций по финансовой грамотности для детей и взрослых (2021). <https://моифинансы.рф/materials/edinaya-ramka-kompetenrij-po-finansovoj-gramotnosti-dlya-shkolnikov-i-vzroslyh/3>
3. Авдеенко, Н., Денищева, Л., Краснянская, К., Михайлова, А., Пинская М. (2018). Креативность для каждого: внедрение развития навыков XXI в. в практику российских школ. Вопросы образования. Educational Studies Moscow, № 4, 282-304.
4. Басюк, В., Ковалева, Г. (2019). Инновационный проект Министерства просвещения «Мониторинг формирования функциональной грамотности»: основные направления и первые результаты. Отечественная и зарубежная педагогика. Т. 1, № 4 (61), 13-33.

*Кузнецова В.И.
студент магистратуры
Коваленко Т.С., канд. юрид. наук
доцент*

*ФГБОУ ВО «Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации»
Дальневосточный филиал
Россия, г.Петропавловск-Камчатский*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ФИКТИВНОЕ БАНКРОТСТВО

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные проблемы привлечения к уголовной ответственности за фиктивное банкротство. Акцент сделан на проблемах, связанных с установлением объективных и субъективных признаков банкротства. С учетом анализа судебной практики предложены пути решения выявленных проблем по применению ст. 197 Уголовного кодекса РФ, предусматривающей уголовную ответственность за фиктивное банкротство.

Ключевые слова: банкротство, фиктивное банкротство, субъективная сторона, должник, кредиторы.

*Kuznetsova V.I.
graduate student
Kovalenko T.S., Ph.D. of juridical sciences, associate professor
associate professor
department of jurisprudence
Russian Foreign Trade Academy
Far East Branch
Russia, Petropavlovsk-Kamchatsky*

CURRENT PROBLEMS OF CRIMINAL RESPONSIBILITY FOR FICTIVE BANKRUPTCY

Annotation. The article deals with the actual problems of criminal prosecution for fictitious bankruptcy. The emphasis is placed on the problems associated with the establishment of objective and subjective signs of bankruptcy. Taking into account the analysis of judicial practice, the ways of solving the identified problems on the application of Article 197 of the Criminal Code of the Russian Federation, which provides for criminal liability for fictitious bankruptcy, are proposed.

Keywords: bankruptcy, fictitious bankruptcy, subjective side, debtor, creditors.

На сегодняшний день одним из приоритетных направлений российской уголовной политики является борьба с экономической преступностью, включающей борьбу с преднамеренным и фиктивным банкротством, масштаб которых из года в год только набирает обороты.

Как справедливо отметил Президент Российской Федерации В. В. Путин: «по мере роста экономики все большее значение приобретают правовые гарантии равенства конкуренции, защиты прав собственности, свободы предпринимательства. А между тем всё более агрессивной становится практика незаконного бизнеса, фиктивных банкротств, захватов предприятий»[7, с. 3].

Статья 197 Уголовного кодекса Российской Федерации (далее – УК РФ) определяет фиктивное банкротство, как заведомо ложное публичное объявление руководителем или учредителем (участником) юридического лица о несостоятельности данного юридического лица, а равно гражданином, в том числе индивидуальным предпринимателем, о своей несостоятельности, если это деяние причинило крупный ущерб. Содержание статьи носит бланкетный характер, отсылая к законодательству, регулирующему процедуру банкротства. Состав по конструкции материальный, так как предусматривает последствия в виде крупного ущерба [1].

Несмотря на неоднократно выдвигаемую на вневедомственном уровне инициативу МВД РФ по исключению ст. 196-197 из УК РФ в связи с отсутствием причин и условий для совершения данного вида преступлений [12], думается, что практическая значимость и в целом существование рассматриваемых статей в УК РФ сохраняется в силу латентного характера данных преступлений.

В чем же состоит отличие указанных статей? Ведущее отличие преднамеренного банкротства от фиктивного, состоит в том, что при фиктивном банкротстве в государственные органы поступает заведомо ложное заявление об этом, а при преднамеренном, руководство намеренным образом предпринимает действия, ввиду которых деятельность компаний становится невыгодной. Существуют установленные законом экспертизы по преднамеренному и фиктивному банкротствам, которые проводятся по инициативе участвующих в деле лиц. Преднамеренное банкротство предполагает постепенное снижение уровня платежеспособности различными незаконными действиями. Фиктивное банкротство – мгновенное объявление платежной несостоятельности [11, с. 312].

Отличительным признаком статей 196 и 197 УК РФ является прямое указание на наличие крупного ущерба, причиненного совершенным

преступлением, что позволяет четко отграничить административное правонарушение от преступления. Крупным ущербом в ст. 196 УК РФ и ст. 197 УК РФ, согласно примечанию к статье 169 УК РФ, является ущерб в сумме, превышающей два миллиона двести пятьдесят тысяч рублей.

Таким образом, уголовная ответственность за преднамеренное и фиктивное банкротство наступает при наличии обязательного признака состава преступления – крупного ущерба. В случае если ущерб не превышает установленной уголовным законом суммы, совершившие вышеуказанные деяния лица могут быть привлечены лишь к административной ответственности.

Вернемся к ст. 197 УК РФ. Объектом рассматриваемого преступления могут выступать: основы экономической деятельности, права и интересы кредиторов. Л. В. Масленникова относит в качестве дополнительного объекта и работников организаций-банкротов [8, с. 153].

Рассматривая объективную сторону ст. 197 УК РФ можно сказать, что она складывается из следующих элементов:

1) действия, выражающиеся в ложном публичном объявлении руководителем или учредителем (участником) юридического лица о несостоятельности данного юридического лица, а равно гражданином, в том числе индивидуальным предпринимателем, сделанном публично, о своей несостоятельности, при отсутствии признаков несостоятельности;

2) причинение крупного ущерба;

3) причинная связь между действиями виновного и наступившей неплатежеспособностью физических и юридических лиц. Признак публичности характерен для преступлений, совершаемых, как правило, путем информационного воздействия.

В качестве субъективной стороны выступает вина в форме прямого умысла. К нормам об умышленной вине указывает, например, слово «заведомо». Помимо этого, на умышленное совершение деяния, указывают сами действия должника. Лицо желает наступление ущерба в результате увеличения им неплатежеспособности, так и в случае допущения им такого ущерба или безразличного к этому отношения [9, с. 1].

По мнению специалистов, проблематичным остается установление субъективной стороны. Этому может способствовать, например, заключение сделок от имени юридического лица. Формальным собственником будет являться юридическое лицо. И как следствие, последствия неисполнения обязательств ложатся на него. Завладев имуществом от имени юридического лица, субъект избегает прямого обращения его в свою собственность. Он применительно имущества использует право на обращение по своему усмотрению (продажа, обмен на другую вещь, выдача в качестве товарной ссуды и т.п.). Таким образом выстраиваются целые цепочки таких сделок. Этим способом, должники, являющиеся юридическими лицами, пытаются сохранить имеющиеся

имущество для себя, пытаются вывести его со счета различными схемами, тем самым лишая кредиторов возможности удовлетворения требований путем продажи указанного имущества [5].

В целях верного установления субъективной стороны ст. 197 УК РФ необходимо доказать факт осознания виновным лицом ложного объявления о несостоятельности должника при наличии реальной возможности погасить кредиторскую задолженность. В качестве целей фиктивного банкротства могут выступать: 1) желание не оплачивать накопившуюся кредиторскую задолженность; 2) желание отсрочки погашения кредиторской задолженности; 3) желание незаконного вывода активов; 4) желание совершить мошеннические действия с кредиторами и иные.

Субъектом в данном виде преступления будет выступать вменяемое лицо, достигшее шестнадцатилетнего возраста. Специальными субъектами будут являться руководители, учредители (участники) коммерческой организации, индивидуальные предприниматели.

Следует отметить, что фактически ст. 197 УК РФ не применяется, т.е. является «мертвой». Ее диспозиция абсолютно не соответствует актуальному Федеральному закону «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2022 №127-ФЗ (далее по тексту – Закон о банкротстве) [2].

В целях повышения эффективности борьбы с фиктивным банкротством следует внести правки на законодательном уровне в ст. 197 УК РФ, уточнив объективные и субъективные признаки рассматриваемого состава преступления.

В частности, следует унифицировать положения статьи фиктивного банкротства, заменив «...публичное объявление руководителем или учредителем (участником) юридического лица о несостоятельности...» на «неспособность юридического либо физического лица, в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, о выплате выходных пособий и (или) оплате труда лиц, работавших по трудовому договору». Кроме того, необходимо применять в отношении учредителей (участников), а также лиц, осуществляющих фактический контроль за деятельностью юридического лица, субсидиарную ответственность в случае выявления признаков фиктивного банкротства [4, с. 49].

Данные предложения являются вполне целесообразными, так как в действительности смогут повлиять на восприятие исследуемой уголовно-правовой нормы, упростив ее понимание и применение на практике.

Судебной практики относительно ст. 197 УК РФ сравнительно мало, можно даже указать на практически полное ее отсутствие. Статистика показывает, что в среднем на долю криминальных банкротств приходится 1% от всех банкротных процессов в России. При этом в 80% случаев выявляется именно преднамеренное банкротство физического лица, а

фиктивные процессы чаще относятся к доле ликвидации предприятий и компаний. Например, по статистике Судебного департамента при Верховном суде Российской Федерации, в 2020 г. по составам преступлений криминальных банкротств осудили 34 человека, при этом ни одного не наказали за фиктивное банкротство [8].

Рассмотрим пример, встретившийся в судебной практике. Приговор Успенского районного суда Краснодарского края от 05 февраля 2014 года в рамках дела № 1-23/2014. Гаркуша В. И. совершил преступление по ст. 197 УК РФ при следующих обстоятельствах. В середине 2010 года у данного гражданина, как единоличного исполнительного органа ООО «Армавир ресурс» возник умысел на заведомо ложное объявление ООО «Армавир ресурс» банкротом, что как следствие вело продажу имущества предприятия и его ликвидацию. С целью криминального банкротства он вступил в сговор на совместное экономическое преступление с неизвестным лицом, которому отводилась роль пособника, осуществляющего подготовку фиктивных документов. Были составлены фиктивные документы о наличии у общества крупной задолженности, подложные документы задолженности перед кредиторами были приняты к бухгалтерскому учету. В результате данных манипуляций сумма долга ООО «Армавир ресурс» была увеличена во много раз. Опираясь на эти доводы, Гаркуша В. И. обратился в арбитражный суд с иском о признании общества несостоятельным (банкротом), аргументируя банкротство, недостаточностью имеющегося имущества для погашения требований кредиторов. Далее, на основании ложных сведений, отчетов, представленных должником и временным управляющим ООО «Армавир ресурс», в отношении общества была введена процедура конкурсного производства. Позже, в результате проведения финансово-экономической судебной экспертизы было установлено, что на момент подачи заявления у должника задолженность перед кредиторами составляла меньшую сумму, чем было заявлено должником. Проведенная оценка имущества подтвердила тот факт, что у должника имелась достаточная масса имущества, в целях погашения требований, без дальнейшей ликвидации.

Таким образом, Гаркуша В. И. заведомо ложно публично объявил о банкротстве ООО «Армавир ресурс», что причинило крупный ущерб кредиторам должника [3].

В иных случаях, которые часто встречаются на практике, должник не обращается с иском в Арбитражный суд о признании несостоятельным (банкротом). Должники объявляют о своей несостоятельности кредиторам в устном порядке при беседе или переговорах, что влечет отсутствие признака публичности, предусмотренного ст. 197 УК РФ. В таких ситуациях будет невозможно подтвердить информацию о заведомо ложной несостоятельности.

Данное обстоятельство влечет за собой и наличие других препятствий для вменения меры ответственности лицу, совершившему преступление по рассматриваемой нами статье. Сложности могут возникнуть при установлении крупного ущерба. Это может быть связано с отсутствием подтверждающих документов, свидетельствующих о взаимосвязи причиненного ущерба, к примеру, в виде скидки с причитающихся платежей, и заведомо ложного заявления должника о своей несостоятельности. Так, должник всегда может обосновать получение скидки иными обстоятельствами, а кредитор не сможет представить подтверждающие документы. Некие трудности могут также возникнуть и с определением времени преступления по ст. 197 УК РФ. Так, при подаче заявления в арбитражные суды, временем совершения преступления признается дата его подачи, в других случаях точно установить дату остается невозможным [6, с. 55].

Сказанное выше подтверждает необходимость уточнения на законодательном уровне положений статьи 197 Уголовного кодекса РФ в целях исключения спорным моментов, возникающих в процессе установления объективных и субъективных признаков фиктивного банкротства.

Использованные источники:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 25. – Ст. 2954.
2. О несостоятельности (банкротстве): Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (ред. от 30.12.2021, с изм. от 03.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 43. – Ст. 4190.
3. Приговор Успенского районного суда Краснодарского края от 05 февраля 2014 года по делу № 1-23/2014 [Электронный ресурс]. – URL: <https://sudact.ru>.
4. Антун, Т. И. Преднамеренное и фиктивное банкротства в Российской Федерации: особенности уголовно-правовой квалификации / Т. И. Антун, А. А. Филатова // Эпомен. – 2022. – № 71. – С. 45-51.
5. Волков, В. Г. Правовой департамент МВД России. Выявление, квалификация и расследование преднамеренного банкротства [Электронный ресурс]. – URL: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/6803-vyyavlenie-kvalifikaciya-rassledovanie-prednamerennogo-bankrotstva>.
6. Камалиева, Л. А. Уголовная ответственность за фиктивное банкротство: теоретические и практические проблемы / Л. А. Камалиева // Право и практика, 2017. – № 1. – С. 51-56.
7. Классен, А.Н. Проблемы ответственности за неправомерные действия при банкротстве [Текст]: автореферат диссертации кандидата юридических наук / А.Н. Классен.– Екатеринбург: Уральская государственная юридическая академия, 2001. – 36 с.

8. Климачева, К. «Уголовка» в банкротстве: зачем нужна и чем опасна / К. Климачева // Право.ру. – URL: <https://parvo.ru/story/234610/> (дата обращения 01.04.2022).
9. Масленникова, Л. В., Сердюкова, В. С. Проблема защиты прав работников и бывших работников при несостоятельности (банкротстве) организаций / Л.В. Масленникова, В.С. Сердюкова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2019. – № 5. – С. 153-156.
10. Наливайченко, А. В. Характеристика умысла в составе преступления в виде криминальных банкротств / А.В. Наливайченко // Вестник науки образования. – 2015. – № 9. – С. 1-2.
11. Попов, Д. А. Преднамеренное и фиктивное банкротство в уголовном законодательстве Российской Федерации / Д. А. Попов // Образование и право. – 2020. – № 12. – С. 308-314.
12. В МВД просят убрать из УК статьи о преднамеренном и фиктивном банкротстве // Право.ру. – URL: <https://pravo.ru/news/211147/> (дата обращения: 01.04.2022).

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВНЕДРЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (КПЭ)

Аннотация: в данной статье рассматривается эффективность выстраивания корпоративной модели управления за счет внедрения ключевых показателей эффективности (КПЭ) и их влияния на результативность работы сотрудников предприятия, а как следствие достижения поставленных целей в рамках деятельности предприятия.

Ключевые слова: корпоративное управление, ключевые показатели эффективности, система KPI, сервисная компания, модель управления, мотивация сотрудников.

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

THE INFLUENCE OF KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI) IN THE FORMATION OF A MANAGEMENT MODEL AT THE ENTERPRISE

Abstract: this article examines the effectiveness of building a corporate management model through the introduction of key performance indicators (KPIs) and their impact on the effectiveness of the company's employees, and as

a consequence of achieving the goals set within the framework of the company's activities.

Keywords: corporate governance, key performance indicators, KPI system, service company, management model, employee motivation.

В нынешних реалиях, при большой конкуренции на рынке производителей, каждая компания заинтересована в получении наиболее эффективных результатов хозяйственной деятельности. Для этого, предприятиям необходимо уделять внимание вопросам улучшения корпоративной модели управления, как одному из основных условий успешной деятельности.

Одним из основных ресурсов производственных компаний являются сотрудники, чья деятельность напрямую влияет на качество конечного продукта и удовлетворенность потребителя. Исходя из этого, можно сказать, что эффективная модель управления персоналом, это один из важнейших факторов достижения успеха компании.

Под термином «модель управления» можно считать совокупность методов, направленных на выявление и эффективное использование потенциала сотрудников предприятия. При правильном подходе и мотивации, деятельность каждого работника может оказывать положительное влияние на деятельность всего предприятия.

Одним из методов эффективного управления сотрудниками, является внедрение ключевых показателей эффективности (КПЭ), что в переводе на английский звучит как «key performance indicators»(KPI).

Ключевой показатель эффективности, это количественный показатель, отражающий эффективность деятельности, всего предприятия, структурного подразделения или отдельного сотрудника в оценочном периоде. Благодаря КПЭ, работодатель может выстраивать систему мотивации и оценить вклад каждого сотрудника в достижение поставленных целей.

Таким образом, можно сделать заключение, что система ключевых показателей эффективности, это система показателей, благодаря которой руководители оценивают деятельность своих сотрудников.

Отличие данной модели управления в том, что показатели работы каждого отдельного сотрудника привязываются к общим показателям эффективности всего предприятия (прибыль, рентабельность и т.д.). А за цель данной системы следует принимать способность отдельно взятого сотрудника в ежедневной трудовой деятельности оказывать положительное влияние на общие показатели эффективности всех подразделений и всего предприятия в целом. Иными словами, показатели КПЭ предприятия зависят от КПЭ каждого сотрудника предприятия.

Актуальность данной темы заключается в подробном объяснении значимости внедрения ключевых показателей эффективности как

инструмента повышения результативности и замотивированности сотрудников.

Итак, главная задача при внедрении данной модели управления, это определение ключевых показателей эффективности, причем на каждом уровне управления, для каждого подразделения, процесса или отдельного сотрудника могут вводиться свои показатели эффективности. Также стоит обозначить оценочный период - это период, за который производится оценка эффективности деятельности работника.

Показатели КПЭ можно разделить на несколько видов:

- Целевые показатели (определяют уровень достижения цели);
- Процессные показатели (определяют эффективность процесса);
- Проектные (определяют эффективность выполнения определенных задач);
- Показатели внешней среды (уровень спроса и ценообразования на рынке);

Основными КПЭ при оценке подразделений или сотрудника, являются целевые показатели (задачи).

Целевые показатели должны быть в свою очередь:

- конкретными - четко описанными, понятными для всех участников оценки КПЭ/ задач;
- измеримыми - иметь критерии, на основании которых можно определить, был ли выполнен КПЭ/задача;
- достижимыми - быть возможным для достижения в конкретный срок с учетом внешних факторов и ресурсов, но то же время требовать определенных усилий для достижения;
- согласованными - соотноситься с целями предприятия и вносить вклад в их достижение;
- определенными во времени - иметь точно установленный срок, в течении которого КПЭ/ задачи должны быть выполнены.

Разработав показатели эффективности, руководство компании может устанавливать целевые, пороговые и максимальные значения их выполнения. Что в свою очередь помогает в планировании ожидаемых результатов. А также, на основании выполнения данных показателей руководитель вполне может поощрять, тем самым мотивировать своих подчиненных, что в конечном итоге способствует качественному выполнению поставленных задач, а как следствие результатам всей деятельности предприятия.

Использованные источники:

1. Ткалич Д. Управление компанией через систему КРІ. Часть 2.
2. Горина, М. С. Управление персоналом предприятия и методы оценки его эффективности / М.С. Горина // *Modern Economy Success*. – 2019. – №3. – С. 15-22.
3. Е.А. Митрофанова, Л.В. Ивановская. Оценка результатов труда персонала и результатов деятельности подразделений службы управления персоналом. – М.: Проспект, 2013. – 72 с.
4. Наталья Давиденко. КРІs: легко и радостно. – М.: *Drugoe Reshenie*, 2014. – 60 с.
5. Елена Ветлужских. Система вознаграждения. Как разработать цели и КРІ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.
6. Черепанов, Е. В. Принципы работы ключевых показателей эффективности. Разработка ключевых показателей эффективности и примеры деятельности в России / Е. В. Черепанов. — Текст: непосредственный // *Молодой ученый*. — 2017. — № 11 (145). — С. 286-290.

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ, КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Аннотация: в данной статье рассматривается влияние административного и социально-психологического методов управления качеством, на формирование и эффективность модели управления предприятием.

Ключевые слова: СМК, управление качеством, системный подход, управление персоналом.

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

MODERN CONCEPTS AND METHODS OF QUALITY MANAGEMENT AS A TOOL FOR PERSONNEL MANAGEMENT

Abstract: this article discusses the impact of administrative and socio-psychological methods of quality management on the formation and effectiveness of the enterprise management model.

Keywords: QMS, quality management, systematic approach, personnel management.

В современных рыночных отношениях, задача каждой организации соответствовать высоким требованиям потребителя, а также повышать качество производимой продукции, что напрямую зависит от эффективности системы управления. Важно понимать, что в условиях большой конкуренции, предприятиям нельзя разделять систему управления персоналом и систему управления качеством, так как желаемый результат, напрямую зависит от вовлеченности персонала в процесс улучшения качества.

Итак, давайте рассмотрим понятие «методы управления качеством»- это способы и приемы осуществления управленческой деятельности и воздействие на управляемые объекты для достижения поставленных целей в области качества [1]. Существуют следующие методы управления качеством (рис. 1).

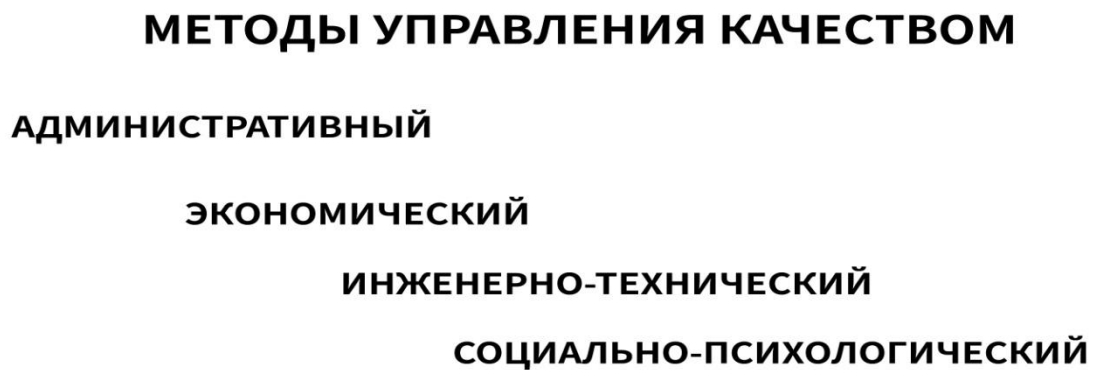


Рисунок 1 – Методы управления качеством

Опираясь на тему данной статьи, более подробно остановимся на административных и социально-психологических методах управления качеством.

Административный метод, представляет собой регламентированный подход к управлению. Иными словами административный метод реализуют в качестве нормативной и распорядительной документации, описывающей конкретный процесс направленный на улучшение качества. К таким документам относят приказы, постановления, инструкции, стандарты и любую другую документацию, регламентирующую работу как структурных подразделений различного уровня, так и должностных лиц. Для достижения эффективного применения административного метода, вся документация разработанная в рамках его внедрения должна быть:

- стандартизированной – разработанной на базе каких-либо внешних или внутренних стандартов;

- нормированной – в документации необходимо указывать конкретные численные и временные показатели;
- доступной – сотрудники должны быть ознакомлены с документацией и проинструктированы на предмет области ее применения. Прибегая к данному методу управления качеством, организация создает портфель документации регламентирующей деятельность сотрудников, при этом нацеленной на повышение качества производимого продукта или услуги. Данный метод должен охватывать весь персонал предприятия, чтобы трудовые функции каждого работника, оказывали положительное влияние на конечный результат деятельности компании.

В отличие от административного метода, социально-психологический метод не несет в себе свод правил и положений, этот метод направлен на формирование у сотрудников ответственного подхода в отношении качества получаемых результатов. Цель данного метода создать в компании среду высококачественного труда, тем самым воздействуя на психологические и духовные интересы работников.

При использовании социально-психологического метода управления качеством, фирма создает корпоративную культуру, формирует ценности, общие цели и традиции. Важно понимать, что есть некоторые отличия в методах управления персоналом и социально-психологическом методе управления качеством. Во втором случае вовлеченность персонала в улучшение качества, достигается, как правило через нематериальную мотивацию, хотя цели у них при этом одинаковые. К нематериальной мотивации можно отнести улучшение условий труда, профессионального развития, культурные мероприятия по сплочению коллектива и т.д. Нематериальная мотивация повышает у сотрудников заинтересованность в своей работе, в то время как материальная предполагает личную выгоду.

Главная мысль данной статьи, заключается в том, что руководству предприятий, при формировании модели управления персоналом, безусловно стоит прибегать к методам и инструментам управления качеством. Так как на современном рынке товаров достаточно высокая конкуренция, удовлетворенность потребителя можно достичь только за счет высокого качества и его постоянного улучшения, а главная задача руководителей сформировать систему управления таким образом, чтобы каждый сотрудник был вовлечен в процесс улучшения качества.

Использованные источники:

1. Средства и методы управления качеством: учебное пособие / В.В. Шушерин, С.В. Кортон, А.С. Зеткин. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2006. 202 с.
2. Ефимов, В. В. Средства и методы управления качеством: учеб. пособие / В. В. Ефимов. – М.: КНОРУС, 2009. – 232 с.

3. Управление качеством: учеб. по специальности «Менеджмент организации»/ Т.А. Салимова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008. – 414 с.

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ТОВАРА С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ И ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Аннотация: в данной статье рассматривается влияние методов и инструментов управления качеством на снижении себестоимости производимой продукции.

Ключевые слова: себестоимость, СМК, инструменты качества, калькуляция, снижение затрат.

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

REDUCING THE COST OF GOODS WITH QUALITY MANAGEMENT METHODS AND TOOLS

Abstract: This article discusses the impact of quality management methods and tools on reducing the cost of production.

Keywords: cost, QMS, quality tools, calculation, cost reduction.

В настоящее время мировая экономика подвергается большим испытаниям, от чего уровень жизни населения снижается, а как следствие снижается и покупательная способность потребителя. Чтобы иметь успех даже в экономически сложные времена и быть рентабельными, компаниям

следуют уделять внимание, как качеству товара, так и его ценообразованию (розничным и оптовым ценам), а цена напрямую зависит от себестоимости.

В данной статье мы постараемся ответить на вопросы: зачем снижать себестоимость товара и с помощью каких методов можно достичь снижение себестоимости.

Цена складывается из себестоимости и наценки, которую необходимо получить предприятию, для получения финансовой выгоды. Не сложно догадаться, что чем меньше себестоимость товара, тем больше прибыль.

Себестоимость товара/услуг складывается из всех затрат, которые приходятся на единицу произведенной продукции. За счет снижения затрат и снижения себестоимости, предприятие имеет более гибкую платформу ценообразования, а значит может без особого труда подстраиваться под рыночный прайс.

Путей снижения себестоимости достаточно много. Это может быть удешевление сырья, сокращение рабочей силы при тех же объемах производства, сокращение времени на изготовление товара и т.д. Мы же будем рассматривать методы снижения себестоимости с точки зрения управления качеством, то есть методы, которые положительно сказываются не только на себестоимости, но и на качестве производимой продукции.

Итак, один из методов снижения себестоимости с точки зрения управления качеством - это оценка качества поставщика. Входной контроль сырья, подразумевает под собой затраты, безусловно влияющие на себестоимость продукции, а тщательный выбор и оценка поставщика может положительно сказаться на ее снижении. Аудит поставщика, оценка эффективности его деятельности, его отношения к качеству производимой продукции, вполне может оказать либо положительное, либо отрицательное влияние на величину издержек и затрат при входном контроле.

При оценке поставщика можно выделить следующие показатели, которые формируют его рейтинг в панели поставщиков:

1. Качество закупаемого сырья;
2. Организация поставок;
3. Ценовая политика или лояльность поставщика;
4. Перспективы взаимоотношений с поставщиком.

Данные показатели играют ключевую роль, при планировании долгосрочных отношений с поставщиком. А перспектива долгосрочных отношений может стать гарантией качественных поставок «точно в срок», что положительно скажется на статистику брака и как следствие себестоимости.

В качестве еще одного метода снижения себестоимости в рамках управления качеством, можно выделить автоматизацию. В первую очередь данный метод минимизирует человеческий фактор (компетентность и психоэмоциональное состояние сотрудника) и сокращает уровень брака. При помощи автоматизации процессов, можно заменить ручной труд на машинный, что позволяет оптимизировать штат персонала и как следствие сократить затраты на заработную плату и при этом повысить качество продукции, исключив человеческий фактор как причину появления брака. Конечно, данный подход невозможно применить абсолютно ко всем процессам хозяйственной деятельности, но он вполне справится с задачей частичной оптимизации и сокращения затрат на изготовление продукции, то есть снизит себестоимость.

В качестве еще одного метода снижения себестоимости, можно рассмотреть концепцию TQM (всеобщее управление качеством) - бережливое производство. Название данной концепции говорит само за себя. Все ее принципы направлены на оптимизацию процессов, снижение расходов, сокращение времени на изготовление продукции.

Более подробно, в данной статье рассмотрим принцип бережливого производства - поток создания ценности. Данный принцип заключается в создании карты жизненного цикла продукта от получения заказа до его реализации и подробном рассмотрении каждого процесса на предмет его ценности. Все процессы, которые не несут в себе ценность исключаются, затраты на их исполнение сокращаются, а эффективность производства увеличивается. Таким образом, себестоимость продукта снижается и рентабельность предприятия увеличивается.

Методы и принципы, описанные в данной статье, помогут компании снизить себестоимость, не снижая, а наоборот повышая качество производимой продукции.

Использованные источники:

1. Средства и методы управления качеством: учебное пособие / В.В. Шушерин, С.В. Кортов, А.С. Зеткин. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2006. 202 с.
2. Ефимов, В. В. Средства и методы управления качеством: учеб. пособие / В. В. Ефимов. – М.: КНОРУС, 2009. – 232 с.
3. Управление качеством: учеб. по специальности «Менеджмент организации»/ Т.А. Салимова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега- Л», 2008. – 414 с.
4. Вумек Джеймс П., Джонс Дэниел Т. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания компании/Пер. с англ. - 2-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 473 с.

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ ПОСТАВОК (SCM)

Аннотация: в данной статье рассматривается эффективное влияние внедрения системы управления процессами поставок

Ключевые слова: управление поставками, SCM, управление качеством, управление предприятием, логистика.

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

EFFICIENCY OF IMPLEMENTATION OF THE SUPPLY PROCESS MANAGEMENT SYSTEM (SCM)

Abstract: this article discusses the effective impact of the implementation of the supply chain management system.

Keywords: supply management, SCM, quality management, enterprise management, logistics.

За последние десять лет во множестве исследовательских работ, научных конференций, уникальных сертифицированных курсов, программ профессионального развития обсуждались вопросы SCM (система

управления процессами поставок), тем самым подчеркивая его актуальность и важность.

Как правило, цепочка поставок определяется как сеть организаций, участвующих в восходящих и нисходящих связях для обеспечения ценности в виде конкретных продуктов и услуг для конечного потребителя. Исходя из этого определения, SCM рассматривается как набор подходов, направленных на обеспечение эффективной интеграции поставщиков, производителей и складов (т.е. участников цепочки поставок) таким образом, чтобы продукт производился и распределялся в нужных количествах, в нужное время и в согласованные места для сокращения системных затрат. Так, SCM можно выразить как комплексную систему, объединяющую набор специфических процессов, таких как формирование долгосрочных стратегий и организационных структур, использование методов принятия решений, создание систем управления ресурсами, внедрение вспомогательных функций и процедур.

Обоснованность внедрения SCM подчеркивается крупнейшими аналитическими компаниями, такими как AMR Research и Forrester Research, согласно которым компании могут получить следующие существенные конкурентные преимущества, такие как увеличение прибыли с 5 до 15%; снижение затрат и времени обработки заказов с 20 до 40%; сокращение запасов с 20 до 40%; сокращение времени выхода на рынок с 15 до 30 минут; сокращение затрат на закупки с 5 до 15%; снижение производственных затрат с 5 до 15%. Таким образом, подчеркивается, что SCM помогает максимизировать удовлетворенность клиентов и повысить прибыльность компаний, но также требует эффективного сотрудничества по всей цепочке поставок.

Далее рассмотрим концепцию «зеленого» управления цепочками поставок (GSCM). SCM превратилась в GSCM в 1990-х годах из-за возросшей осведомленности о зеленых практиках и тенденциях действовать этично и социально ответственно. Рассматривая любую цепочку поставок, практика GSCM решает проблемы нерационального потребления ресурсов, сокращения или устранения потерь, выбросов (включая выбросы тепловой энергии, вызывающие парниковый эффект) и загрязнения окружающей среды по всей цепочке поставок. Таким образом, зеленые инициативы рассматриваются с точки зрения устойчивости, т.е. развития, направленного на удовлетворение потребностей настоящего, не ставя под угрозу возможности следующих поколений.

Обоснование реализации стратегии GSCM заключается также в том факте, что существует тесная связь между улучшением экологических показателей и финансовыми выгодами компании. На самом деле, конкурентоспособность рассматривалась промышленными компаниями как основной фактор для внедрения зеленых инициатив, а не как их желание обеспечить охрану окружающей среды. Dell, компания,

занимающаяся компьютерными технологиями (США), ежегодно экономит около 20 миллионов долларов США благодаря тому, что становится углеродно-нейтральной. В свою очередь, компания General Motors (США) сократила затраты на утилизацию на 12 миллионов долларов США, создав со своими поставщиками программу многоразового использования контейнеров. Кроме того, в США существуют налоговые льготы для компаний, реализующих "зеленые» инициативы. Что касается российских компаний, то реализация стратегии GSCM в основном связана с увеличением затрат на логистику, но в последнее время менеджеры стали лучше осознавать преимущества такой практики в долгосрочной перспективе. Например, ОАО "РЖД» (Российские железные дороги) занимается природоохранной деятельностью в рамках своей экологической стратегии на 2017-2030 годы, которая охватывает такие области, как охрана атмосферного воздуха; защита от шума; надлежащее использование и охрана водных ресурсов; управление отходами и т.д.

Таким образом, добавляя экологические ценности в цепочку поставок и связанную с ней деятельность компании, GSCM может стать источником конкурентных преимуществ, поскольку он повышает эффективность и синергию между участниками цепочки поставок, улучшает экологические показатели, обеспечивает минимальные потери и значительную экономию средств.

Адаптация GSCM к цепочке поставок авиационных запасных частей должна быть рассмотрена с помощью набора общих экологических практик, указанных в:

– Экологичный менеджмент: внедрение экологически чистых практик во все аспекты деятельности авиастроителей. Она должна охватывать развитие экологически чистой среды на предприятии, мотивацию персонала, совершенствование системы экологического менеджмента и т.д.

– Экологичный маркетинг: продвижение продуктов, безопасных для окружающей среды, тем самым представляя ценность для заинтересованных сторон. Как правило, она включает в себя комплекс мер, таких как модификация самого продукта, технологии его производства и упаковки. Как и в других секторах, это повысит конкурентоспособность авиастроителей, корпоративную репутацию, финансовые и экологические показатели авиационной промышленности.

– Экологичный дизайн: около 80% воздействия продукта и связанных с ним процессов на окружающую среду можно контролировать, применяя экологичный дизайн в цепочке поставок. Таким образом, в авиационной цепочке поставок "зеленый» дизайн может служить источником экологичности, ресурсо- и

энергоэффективности, а также экономии на этапе эксплуатации изделия.

– Экологичное производство: использование потенциальных возможностей для создания технологического цикла экологически чистого безотходного производства конкретного продукта (компонента) с минимальными затратами энергии.

– Экологически чистые закупки: поиск экологически чистых материалов и компонентов, которые могут характеризоваться возможностью вторичной переработки, повторного использования и неиспользования опасных химических веществ. При выборе поставщика производители самолетов должны разработать к ним экологические требования, т.е. экологическая составляющая должна рассматриваться как один из критериев выбора поставщика; соответствие требованиям должно учитываться наряду с ценой.

– Экологичное складирование и дистрибьютеры: соответствие складских помещений предприятий политике лидерства в области энергетического и экологического проектирования и методике оценки состояния окружающей среды. Оцениваются следующие области: управление строительным процессом, внутренняя среда, транспортная доступность, потребление энергии и воды, управление отходами, материалы, используемые для строительства, и т.д.

– Экологичный транспорт: разработка эффективной транспортной системы, которая поддерживает практику использования возобновляемых источников энергии, сокращения загрязнения и потребления ресурсов, сбора и сортировки отходов, а также их утилизации или безопасного хранения в окружающей среде.

– Обратная логистика: она включает в себя все действия, связанные с перемещением товара обратно на склад поставщика от клиента, т.е. может быть связана с уровнем послепродажного обслуживания товара. Возвращенные продукты могут быть повторно запущены в соответствующую цепочку поставок в их текущем состоянии или после соответствующей доработки. Кроме того, они также могут служить недорогим источником получения запасных частей, поскольку возвращаемый товар может быть разобран на составные части.

Таким образом, в дополнение к положительному воздействию на окружающую среду, внедрение экологически чистых методов в цепочке поставок авиационных запасных частей помогло бы сократить расходы на упаковку, потребление энергии и воды, что способствует сокращению общих затрат на жизненный цикл продукта.

Использованные источники:

1. Средства и методы управления качеством: учебное пособие / В.В. Шушерин, С.В. Кортов, А.С. Зеткин. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2006. 202 с.
2. Ефимов, В. В. Средства и методы управления качеством: учеб. пособие / В. В. Ефимов. – М.: КНОРУС, 2009. – 232 с.
3. Управление качеством: учеб. по специальности «Менеджмент организации»/ Т.А. Салимова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега- Л», 2008. – 414 с
4. Арлабаева Ф.З.. Процедура аудита предприятия при управлении цепями поставок / Ф.З. Аралбаева, А.П. Тяпухин // Вестник ИПБ (Вестник профессиональных бухгалтеров). — 2011. — № 10-12. — С. 264—271.
5. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд./ пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 640 с.

УДК 65.01

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Додонова К.В.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА КАК МЕТОД ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ

Аннотация: в данной статье рассматриваются способы применения экологического обращения с отходами на этапе управления логистикой.

Ключевые слова: экологический менеджмент, SCM, управление предприятием, логистика.

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Dodonova K.V.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Tolyatti State University
Russia, Togliatti*

ENVIRONMENTAL LOGISTICS AS A METHOD OF WASTE MANAGEMENT

Abstract: this article discusses the ways of applying environmental waste management at the logistics management stage.

Keywords: environmental management, SCM, enterprise management, logistics.

Потребности людей в разнообразии товаров и персонализации растут в тандеме с развитием науки и техники и улучшением условий жизни людей. Персонализированный и диверсифицированный спрос является

ключом к использованию потребительского потенциала сегментов рынка, персонализированный и диверсифицированный спрос является ключом к использованию потребительского потенциала сегментов рынка, поскольку постоянно появляются различные группы потребителей, и у разных групп разные концепции потребления. В результате темпы замещения товаров растут, что приводит к тому, что все большее число товаров выбывает из обращения и уничтожается. Одновременно, по мере развития экономики, логистические операции становятся все более распространенными, многие из которых наносят все больший ущерб природным ресурсам и окружающей среде, такие как химические вещества, легко воспламеняющиеся и взрывоопасные, с коррозионными или радиоактивными опасными грузами. В результате изучение и освоение экологически чистых и не единичных логистических операций имеет решающее значение для долгосрочной устойчивости. Цель обратной логистики - получить что-то обратно. Устойчивое развитие подчеркивает долгосрочное использование природных ресурсов, улучшение экологической среды, повышение качества жизни и экономический прогресс. В результате логистические компании должны начать планирование и управление на стратегическом уровне устойчивого развития, с «устойчивым развитием» в качестве руководящей концепции успеха бизнеса.

Управление отходами в целом сводит к минимуму количество отходов в промышленных процессах. Есть два способа свести отходы к минимуму: во-первых, предотвратить их образование; во-вторых, превратить отходы в сокровище. Конкретные методы - это сокращение, повторное использование, переработка и восстановление. Проще говоря, наилучшим способом является сокращение отходов, образующихся в результате использования ресурсов в первую очередь на производстве. Если образовались отходы, необходимо провести раскопки там, где они могут быть использованы повторно для полного использования, и, если это возможно, лучшим способом является их повторное использование. Если нет, утилизируйте. Наконец, энергия извлекается из отходов, которые не могут быть уменьшены, повторно использованы или переработаны. Это заложит основу для реализации цели «наилучшего использования логистических ресурсов», реализации устойчивого использования природных ресурсов и продвижения стратегической цели устойчивого развития. Для повторного использования продуктов, возвращенных покупателями для продажи, продукты должны быть возвращены производителю для ремонта. В настоящее время необходимо разработать программу, которая может хорошо записывать информацию о продукте и обеспечивать прослеживаемость продукта. Процедура отслеживания продукта гарантирует, что в случае проблем с продуктом производитель

может заблокировать производителя в соответствии с системой, чтобы гарантировать, что продукт может быть возвращен и переработан.

ИТ-средства и оборудование постепенно используются для отслеживания товаров по мере развития технологий. Предприятия или сторонние компании будут регистрировать процессы обращения товаров, такие как источник товара, переработка, транспортировка, распределение и розничная торговля, путем создания платформы отслеживания товаров. В этом процессе каждое звено обычно подтверждает информацию о получении товаров и их отправке следующему звену, формируя полную цепочку записей информации об обращении товаров, чтобы отследить источник и пункт назначения товаров, а также имеет свои собственные технические характеристики децентрализованных данных, многопартийного консенсуса, возможности несанкционированного доступа, отслеживаемости и распределенного реестра. В значительной степени это может решить проблему доверия к данным. Подтверждение информации начинается с источника данных, эффективно снижает вероятность ошибок при обработке данных человеком или их фальсификации и позволяет всем участникам совместно поддерживать достоверность данных. Потребители могут просматривать информацию об источнике товара, записанную в блокчейне, в соответствующих формах, что может решить проблему доверия при традиционной отслеживаемости. Кроме того, данные блокчейна обладают характеристиками децентрализации или слабой централизации. Все участники могут просматривать информацию, относящуюся к их собственной цепочке поставок, в рамках авторизации, чтобы разрушить информационный остров, повысить скорость обмена информацией между участниками цепочки поставок и помочь повысить эффективность работы всей цепочки поставок с точки зрения управления данными и их применения. Таким образом, результаты исследований прослеживаемости блокчейна имеют хорошую практичность и коммерческую ценность, что может обеспечить относительно надежную гарантию для потребностей предприятий в прослеживаемости.

Исходя из вышеизложенного, в данном исследовании предлагается схема отслеживания информации о товарах основанная на концепции обратной логистики, с целью содействия экологичному и устойчивому росту логистики. Записывайте всю информацию о продуктах от завода до клиентов. Как только продукция будет возвращена, обязанности могут быть четко распределены и гарантировать, что продукция может быть возвращена производителям для ремонта, для перепродажи, чтобы уменьшить образование отходов в логистике, чтобы обеспечить здоровое и устойчивое развитие логистики. Эта схема может повысить пропускную способность и безопасность информации о хранении, может отслеживать

информацию о продуктах, находить информацию о каждом этапе логистики и имеет хороший прикладной эффект в обратной логистике.

Использованные источники:

1. Средства и методы управления качеством: учебное пособие / В.В. Шушерин, С.В. Кортков, А.С. Зеткин. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2006. 202 с.

2. Гунькова А.Г. Оценка перспектив и эффективности внедрения системы экологического менеджмента с позиции комплексного анализа потенциала предприятия // Научный журнал НИУ ИТМО. — 2018. — № 1. — С. 126–136.

3. Иванченко А.Е. Сущность понятия «экологический менеджмент»/ А.Е. Иванченко // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». — 2020. — Т. 3. — № 12. — С. 125-129.

4. Арлабаева Ф.З.. Процедура аудита предприятия при управлении цепями поставок / Ф.З. Аралбаева, А.П. Тяпухин // Вестник ИПБ (Вестник профессиональных бухгалтеров). — 2011. — № 10-12. — С. 264—271.

5. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд./ пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 640 с.

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Будагова С.П.
студент 1 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

БЕРЕЖЛИВОЕ И ГИБКОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК КОНТРОЛЬ НЕЗАВЕРШЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Аннотация: в данной статье рассматриваются роль бережливого и гибкого производства для поддержания оптимального рабочего процесса в производственных запасах.

Ключевые слова: бережливое производство, незавершенное производство, управление качеством, стратегическое управление

*Lamonova I.G.
Ist year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*
*Budagova S.P.
Ist year student
Institute of Finance Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

LEAN AND AGILE MANUFACTURING FOR WORK-IN-PROCESS (WIP) CONTROL

Abstract: this article discusses the role of lean and flexible manufacturing to maintain an optimal workflow in production stocks..

Keywords: Lean manufacturing, work in progress, quality management, strategic management.

Сегодня рынок становится все более требовательным и экономичным. Надежность процессов контроля качества является необходимым условием для успеха любой компании в условиях

современного динамичного рынка. Для повышения операционной эффективности необходимо пересмотреть производственные процессы и системы, чтобы в этой ситуации предоставлять лучшие в своем классе продукты и услуги. Традиционно массовое производство и полная загрузка производственных мощностей были факторами, способствующими получению денег. Избыточное потребление сырья, увеличение запасов незавершенного производства и готовой продукции являются негативными последствиями традиционного метода производства. Такой стиль производства привел к созданию негибких установок, и их очень трудно перенастроить. Организации внедрили стратегии бережливого и гибкого производства для сокращения запасов, поддержания минимального времени выполнения заказа на продукцию и повышения надежности системного потока. Бережливое производство использует 100% доступных ресурсов, а именно людей, машины и деньги, и исключает из процесса малоценные виды деятельности. Бережливое производство повышает конкурентоспособность за счет сокращения запасов и времени выполнения заказа, а также улучшает общее качество процесса. Используя методы бережливого и гибкого управления, в тяжелой обрабатывающей промышленности была проведена исследовательская работа, в ходе которой изучалась и анализировалась последовательность производства компонентов с целью поддержания минимального количества незавершенного производства, оптимизации времени изготовления продукта, чтобы иметь гибкий системный поток в соответствии с стандартами и процедуры. Материалы, являющиеся ключевым и неизбежным вкладом, напрямую влияют на фундаментальную экономическую цель, а именно на прибыльность любой производственной организации.

Незавершенное производство (НЗП) относится к запасам, которые вошли в производственный процесс, больше не являются частью запасов сырья, но еще не являются готовым продуктом. В производстве сокращение НЗП приводит к повышению уровня ликвидности, улучшению денежного потока, улучшению обслуживания клиентов и снижению рисков для бизнеса. Наличие точных прогнозов будет способствовать повышению осведомленности и, как следствие, обеспечит надежную основу для планирования. Желаемым результатом должно быть уменьшение размеров буфера, чтобы поддерживать непрерывный поток и избегать затоваривания. Добавление оборудования и повышение квалификации рабочей силы может быть жизнеспособным решением в крайнем случае, что приведет к значительному сокращению НЗП. Перед внедрением этого метода жизненно важно установить, что рабочая мощность каждой машины и оператора рассчитывается относительно спроса. Руководство приняло НЗП в качестве первоочередной проблемы.

Необходимо монетизировать его для улучшения денежных потоков и увеличения доходов.

Явление длительного ожидания всегда проявляется в производственном процессе перед следующей операцией. Помимо больших запасов, задержка в доставке также является частью проблем. Таким образом, цель текущего исследования состоит в том, чтобы выяснить конкретную проблему на производственной линии, которая вызывает инвентаризацию НЗП.

Эффективное управление в любом из видов деятельности напрямую влияет на результат и приводит к прибыльности организации. Поскольку материалы потребляют максимальную долю инвестиций, а возможность оборота и их эффективного управления напрямую способствует прибыльности организации.

Важность контроля НЗП можно увидеть из следующего:

1. Работа не имеет ценности до тех пор, пока она не попадет в руки заказчика.

2. Незавершенное производство (НЗП), в некоторых случаях также называемое незавершенным производством, относится к запасам, которые вошли в производственный процесс, больше не являются частью запасов сырья, но еще не являются готовым продуктом.

3. В обрабатывающей промышленности сокращение НЗП приводит к повышению уровня ликвидности, улучшению денежного потока, улучшению обслуживания клиентов и снижению рисков для бизнеса.

4. Наличие точных прогнозов будет способствовать повышению осведомленности и, как следствие, обеспечит надежную основу для планирования.

Огромная сила сокращения НЗП заключается не в прекращении многозадачности, не в предотвращении застревания машины или сокращении времени цикла. Это сокращает перепроизводство, наихудшие отходы и приводит к ненужным запасам, ожиданию, транспортировке.

Чтобы начать работу с ограничениями НЗП, рекомендуется создать дорожную карту команды. Для понимания критических факторов при разработке дорожной карты важную роль играет стратегия бережливого и гибкого производства. Чтобы выжить в условиях растущей конкуренции, производственные компании пытаются улучшить свои производственные операции, удовлетворяя конкретные потребности. В зависимости от изучения и анализа требований рынка в технологический цикл могут быть включены различные варианты улучшения, такие как бережливое и гибкое производство. Ресурсы с нулевой стоимостью должны быть идентифицированы и устранены, чтобы компания была прибыльной. Определение источника отходов, будь то использование некачественных

материалов или неэффективных производственных процессов, а затем активация бережливого или гибкого производственного процесса может сэкономить деньги, ресурсы и повысить прибыльность любой компании. Кроме того, это повышает способность выживать и процветать в конкурентной среде непрерывных и непредсказуемых изменений, быстро и эффективно реагируя на динамичные и конкурентные рынки, благодаря индивидуальным продуктам и услугам.

Гибкое производство поддерживает оптимизацию и автоматизацию процесса разработки, позволяет разрабатывать инновационные методологии для доставки продукции в соответствии с изменениями потребительского спроса. Бережливые операции включены для обеспечения массового и повторяющегося производства в соответствии с ежедневным расписанием с последовательностью операций в схеме, ориентированной на процесс. Как бережливые, так и гибкие инициативы существенно влияют на соответствие качества, скорость доставки и надежность доставки.

Использованные источники:

1. Средства и методы управления качеством: учебное пособие / В.В. Шушерин, С.В. Кортков, А.С. Зеткин. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2006. 202 с.
2. Гунькова А.Г. Оценка перспектив и эффективности внедрения системы экологического менеджмента с позиции комплексного анализа потенциала предприятия // Научный журнал НИУ ИТМО. — 2018. — № 1. — С. 126–136.
3. Иванченко А.Е. Сущность понятия «экологический менеджмент»/ А.Е. Иванченко // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». — 2020. — Т. 3. — № 12. — С. 125-129.
4. Арлабаева Ф.З.. Процедура аудита предприятия при управлении цепями поставок / Ф.З. Аралбаева, А.П. Тяпухин // Вестник ИПБ (Вестник профессиональных бухгалтеров). — 2011. — № 10-12. — С. 264—271.
5. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд./ пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 640 с.

*Ламонова И.Г.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Будагова С.П.
студент 1 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА КАК МЕТОД ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ

Аннотация: в данной статье рассматриваются способы применения экологического обращения с отходами на этапе управления логистикой.

Ключевые слова: экологический менеджмент, SCM, управление предприятием, логистика.

*Lamonova I.G.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Budagova S.P.
1st year student
Institute of Finance Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

ENVIRONMENTAL LOGISTICS AS A METHOD OF WASTE MANAGEMENT

Abstract: this article discusses the ways of applying environmental waste management at the logistics management stage.

Keywords: environmental management, SCM, enterprise management, logistics.

Учитывая значительные инвестиции, которые фирмы делают в человеческие ресурсы (HR), стремление продемонстрировать ценность HR-практик, старше самого термина. Хотя предположения о ценности

редко прямо излагаются в литературе по управлению персоналом, они прививают философию, которая направляет наши исследовательские вопросы и методы, на то, как мы понимаем ценность. Некоторые из этих доминирующих предположений заключаются в том, что внедрение "правильной» практики управления персоналом или набора практик управления персоналом создает ценность, что ценность HR проходит через цепочку, в которой HR разрабатывает практики, менеджеры внедряют их, а сотрудники реагируют в рамках иерархических структур управления. Методы управления персоналом ценны, поскольку они повышают эффективность фирмы.

Растущий объем исследований показывает, что эти доминирующие предположения о создании ценности больше не выдерживают критики. Растущая цифровизация продолжает трансформировать природу HR, где самообслуживание персонала теперь является обычным делом, а аналитика определяет многие кадровые решения. Отчасти из-за оцифровки в процесс создания ценности персонала часто вовлечены несколько участников и этот процесс носит динамический и рекурсивный характер, где сотрудники являются не просто пассивными получателями практики управления персоналом, но и способны создавать ценность своими действиями или навыками.

Другая область исследований напоминает нам, что политическое, социальное и экологическое давление усилило необходимость становиться фирмам более социально ответственными. Отдел кадров подвергся критике за то, что он был слишком занят "поиском» иерархии, сосредоточившись в первую очередь на ценности для акционеров. Поэтому ученые начали внедрять новые подходы к управлению персоналом, ставя отдел кадров в эпицентр создания ценности. Отдел кадров обладает потенциалом для переосмысления деятельности фирмы как достижения целей бизнеса, окружающей среды и сообщества одновременно.

Мы представляем создание системы управления персоналом как непрерывный процесс, в котором отдел кадров и заинтересованные стороны оптимизируют ценность за счет совместных усилий по внедрению инноваций в разработку и использование методов управления персоналом для лучшего удовлетворения многочисленных потребностей заинтересованных сторон. Это позиционирует заинтересованные стороны как пользователей практики управления персоналом, которые совместно создают ценность в партнерстве с HR, и подчеркивает, что ценность возникает только благодаря использованию практик.

Хотя исследования, ставящие под сомнение предположения о создании ценности для персонала, набирают обороты, им не хватает всеобъемлющей теоретической основы, что сдерживает их дальнейшее развитие. Цель этой статьи - кодифицировать принципы, лежащие в основе этого растущего объема исследований, объединив различные точки зрения,

чтобы обеспечить основу для вдохновения будущих исследований. Для этого мы используем принципы логики, основанной на доминировании сервиса, чтобы разработать теорию совместного создания ценности персоналом. Мы выбрали этот подход в качестве ориентира, потому что он позволяет нам отвергнуть неявные допущения в устоявшихся исследованиях в области управления персоналом, которые не в состоянии полностью объяснить природу и механизмы создания ценности персонала в сегодняшнем быстро меняющемся экологическом контексте. SDL предлагает новый взгляд, который позволяет нам сосредоточиться на линейной цепочке процессов управления персоналом и на эффективности организации как конечной цели управления персоналом. Это побуждает нас рассматривать ценность не как неотъемлемую часть практики управления персоналом, а вместо этого подчеркивает, что ценность создается за счет использования практики управления персоналом множеством заинтересованных сторон. Как таковая, эта теория по своей сути демократична и этична (Arvidsson, 2011) и обеспечивает более гуманную перспективу, которая включает заинтересованные стороны HR, включая не только акционеров, старших руководителей и сотрудников, но также семьи сотрудников и сообщества, частью которых они являются (Cleveland et al., 2015; Гринвуд и Симмонс, 2004). Учитывая его прикладной характер, мы считаем, что исследования и теория HR должны быть непосредственно использованы специалистами-практиками в области управления персоналом, и поэтому последняя причина, по которой SDL используется здесь, заключается в том, что она позволяет нам четко сформулировать роль HR2 в создании ценности.

Мы определяем совместное создание персонала как непрерывный процесс, в котором отдел кадров и заинтересованные стороны создают ценность посредством совместных усилий по решению проблем и внедрению инноваций в разработке и использовании методов управления персоналом, чтобы помочь им лучше удовлетворять потребности заинтересованных сторон. Мы исходим из предположения, что в контексте HR создание ценности происходит за счет использования HR-практик (Meijerink et al., 2016; Penrose, 1995). Теория совместного создания персонала утверждает, что ценность создается любой заинтересованной стороной, которая использует практику управления персоналом, и становится в некотором отношении лучше от ее использования. Мы объясняем, что ценность может быть создана пользователями независимо, но ценность максимизируется за счет использования практик, совместно созданных персоналом и пользователями. Таким образом, совместное создание HR создает большую общую ценность, поскольку совместно созданные методы управления персоналом лучше удовлетворяют потребности множества заинтересованных сторон, тем самым максимизируя ценность на уровне бизнес-системы. Кроме того,

совместное создание персонала способствует благотворному циклу создания ценности, создавая условия, позволяющие осуществлять совместное создание в будущем.

Внедрение этой новой логики расширяет возможности теории и практики управления персоналом. С точки зрения теории управления персоналом, это разрушает основополагающие предположения, которые лежат в основе нашего понимания того, что такое ценность и как она создается. Мы объясняем, чем теория совместного создания персонала отличается от трех направлений исследований и расширяет их: подхода к управлению персоналом с участием многих заинтересованных сторон, исследования процессов управления персоналом и исследования вовлеченности сотрудников. Мы выбрали эти три раздела литературы, потому что, хотя в них в разной степени рассматривается вопрос о том, как заинтересованные стороны могут активно участвовать в создании ценности для персонала, они по-прежнему в значительной степени опираются, по крайней мере, на некоторые из доминирующих предположений, которые мы выделили выше. Совместное создание персонала обеспечивает основу для нового понимания того, как создается ценность и как ее можно максимизировать для удовлетворения многочисленных потребностей заинтересованных сторон. Поэтому мы показываем, как теория сотворчества HR может стать следующим шагом в будущей эволюции этих областей науки. При этом теория помогает объединить новые исследования (например, Meijerink et al., 2016; Meijerink & Keegan, 2019; Ren & Jackson, 2020), которые уже поставили под сомнение некоторые из этих предположений.

Использованные источники:

1. Средства и методы управления качеством: учебное пособие / В.В. Шушерин, С.В. Кортов, А.С. Зеткин. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2006. 202 с.
2. Гунькова А.Г. Оценка перспектив и эффективности внедрения системы экологического менеджмента с позиции комплексного анализа потенциала предприятия // Научный журнал НИУ ИТМО. — 2018. — № 1. — С. 126–136.
3. Иванченко А.Е. Сущность понятия «экологический менеджмент»/ А.Е. Иванченко // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». — 2020. — Т. 3. — № 12. — С. 125-129.

Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти

РОЛЬ ПРОСМОТРА ВЕБ-СТРАНИЦ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ КРЕДИТНОГО РИСКА

Аннотация: В последние годы во всем мире стремительно растет число онлайн-покупок и покупок розничных товаров, причем Covid-19 вынуждает почти все непродовольственные покупки совершать через Интернет. Такая практика способствовала появлению новых источников данных, таких как переменные веб-поведения, что открывает возможности для инноваций в анализе кредитного риска и принятии решений. В данной работе рассматриваются новые переменные веб-просмотра и их включение в анализ выживаемости в качестве предикторов вероятности дефолта. Используя большую выборку кредитных счетов на покупку и погашение от крупного цифрового ритейлера и поставщика финансовых услуг, мы показываем, что эти новые переменные повышают предсказательную точность моделей вероятности дефолта на уровне счета. Это происходит и при отсутствии данных кредитных бюро, поэтому новая информация может помочь людям, у которых может не быть кредитной истории и которых невозможно оценить с помощью традиционных переменных. Более того, мы используем динамическую природу этих новых веб-переменных и исследуем их предсказательную ценность в краткосрочном и долгосрочном периодах. Добавление макроэкономических переменных позволяет проводить стресс-тестирование.

Ключевые слова: риск розничного онлайн-кредитования, управление рисками, кредитный скоринг, анализ выживаемости.

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Gapchenko E.N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE ROLE OF WEB BROWSING IN PREDICTING CREDIT RISK

Abstract: Online postal and online retail shopping has grown rapidly worldwide in recent years, with Covid-19 forcing almost all non-product purchases to be made online. These practices have contributed to the emergence of new sources of data, such as web behaviour variables, which offer opportunities for innovation in credit risk analysis and decision-making. This paper examines new web browsing variables and their incorporation into survival analysis as predictors of the probability of default. Using a large sample of credit purchase and repayment accounts from a large digital retailer and financial services provider, we show that these new variables improve the predictive accuracy of account-level probability of default models. This also happens in the absence of credit bureau data, so the new information can help people who may have no credit history and who cannot be assessed using traditional variables. Moreover, we take advantage of the dynamic nature of these new web variables and explore their predictive value in the short and long term. The addition of macroeconomic variables allows for stress testing.

Keywords: online retail credit risk, risk management, credit scoring, survival analysis.

Сектор почтовых заказов и каталогов, а также многие другие предприятия розничной торговли предлагают кредит вместе с приобретенными товарами. За последнее десятилетие, и особенно за последние пять лет, во многих странах стремительно выросли розничные покупки через Интернет. Например, в Великобритании розничные продажи через Интернет растут значительно быстрее, чем продажи в магазинах, увеличившись с 3,4% от всех розничных продаж в 2007 году до 27,9% в 2020 году. А с ноября 2006 года по февраль 2020 года объем всех розничных продаж, за исключением продаж автомобильного топлива через Интернет, увеличился чуть более чем в десять раз, показывая, что розничные продажи через Интернет активно росли еще до начала пандемии. В ЕС объем продаж по почте и через Интернет вырос на 54% в

период с 2014 по 2017 год. Недавние ограничения Covid-19 сделали онлайн-покупки предпочтительным, а во многих случаях и единственно возможным способом работы для непродуктовых ритейлеров. Такой рост онлайн-продаж в кредит позволяет кредиторам розничной торговли использовать в своих моделях кредитного скоринга новые предикторы, недоступные ранее. Эти новые переменные описывают способ использования Интернета при совершении онлайн-покупок и характеристики онлайн доступа заявителя кредита к своему счету.

Академические исследования в области моделирования кредитных рисков в основном сосредоточены на том, какой алгоритм классификатора в среднем является наиболее точным, и гораздо меньше внимания уделялось повышению точности прогнозирования, которое может быть достигнуто за счет использования новых типов переменных-предикторов. Недавно появившаяся литература отошла от традиционных характеристик (например, характеристик заявки заемщика, кредитной истории и транзакционных характеристик) и изучает «альтернативную» информацию. Сюда входят психометрические данные, характеристики социальных сетей, характеристики текстов, характеристики мобильного телефона и данные об использовании телефона для прогнозирования вероятности дефолта. Хотя эта развивающаяся литература продемонстрировала, что «альтернативные» данные предлагают ценную информацию для прогнозирования невозврата кредита, исследования были сосредоточены на применении этого типа данных в основном в платформах кредитования, кредитных картах и традиционных банковских кредитах. Очень мало работ посвящено моделированию кредитного риска в секторе розничного онлайн-кредитования.

В то время как альтернативные переменные, упомянутые выше, показывают некоторую предсказуемость невозврата кредита, их применение в реальных системах розничного онлайн-кредитования может быть нецелесообразным по следующим причинам. Во-первых, некоторые переменные, такие как данные об использовании телефона, не могут быть доступны без явного разрешения в развитых странах из-за законов о защите данных. Во-вторых, такие переменные, как социальные сети, могут просто не существовать (например, у некоторых людей может не быть аккаунтов в социальных сетях). В-третьих, тексты и фотографии, как правило, не собираются интернет-магазинами. В-четвертых, может существовать сопротивление покупателей использованию и/или сбору, например, данных об использовании мобильных устройств. Следовательно, для прогнозирования дефолта в контексте розничного онлайн-кредитования предпочтительнее использовать новые данные о новых переменных, которые легко доступны поставщику услуг.

При применении различных издержек, связанных с неправильной классификацией заявителей, повышение точности и выгоды для кредитора

являются заметными, даже несмотря на скромное улучшение ранжирования, о котором свидетельствует площадь под кривой операционных характеристик получателя. Интернет-магазинам выгодно собирать эту информацию для повышения точности своих моделей кредитного риска. Предоставление таким людям возможности получить кредитный балл с учетом новых переменных может способствовать вовлечению в финансовую жизнь.

Компании почтовых заказов и розничные торговцы, предоставляющие кредиты онлайн и игнорирующие включение новых переменных, связанных с Интернетом, могут увидеть, что их модели становятся менее точными по мере роста числа покупок онлайн. 3. Методология и эмпирический анализ

Анализ кредитного риска является важным инструментом для оценки вероятности дефолта заемщика и позволяет банкам и розничным кредиторам прогнозировать кредитный риск в своих портфелях как традиционных кредитных продуктов, так и предлагаемых онлайн. Однако эти карты с фиксированным периодом не учитывают характеристики, зависящие от времени. Анализ выживания моделирует вероятность того, что кредитный счет будет оставаться в определенном состоянии (например, что платежи являются своевременными) до определенного времени, когда он перейдет в другое состояние. Например, она моделирует вероятность того, что счет перейдет из состояния, когда платежи осуществляются в срок, в течение интересующего нас периода времени, например, 6 месяцев или 12 месяцев, в состояние, когда он впервые окажется в состоянии дефолта. Модель выживания отличается от модели поперечного среза тем, что вместо моделирования того, допустит ли клиент дефолт в определенный период, она моделирует, когда произойдет событие (например, дефолт)

Потенциальный покупатель посещает веб-сайт компании для поиска продукта, который клиент хочет приобрести. Если клиент решает купить продукт, ему предоставляется выбор между оплатой в течение фиксированного периода или погашением стоимости продукта в течение 6 или 12 месяцев после размещения заказа, при этом проценты добавляются к цене с даты заказа. Если покупатель ранее не приобретал товар у этой компании, он заполняет форму заявки на получение счета. Потенциальный покупатель (т.е. заявитель) оценивается с помощью модели скоринга заявок, и если оценка заявителя превышает пороговое значение, ему предоставляется кредит до определенного лимита, и продукт доставляется новому клиенту. Если у покупателя уже есть открытый счет, он по-прежнему оценивается с помощью поведенческой модели. Если эта оценка превышает пороговое значение и если цена продукта, добавленная к остатку задолженности, не превышает кредитного лимита, то покупателю предоставляется кредит. Затем покупатель может выбрать между

немедленной оплатой полной стоимости товара и получением кредита, после чего товар доставляется клиенту. По сути, если у клиента есть открытый счет, то это кредитная линия, на которую клиент может добавить еще один кредит до установленного лимита. Таким образом, анализ выживаемости необходим, поскольку наши данные содержат изменяющиеся во времени поведенческие переменные, и значения ПД в любой выбранный будущий период могут быть предсказаны.

В интернете доступен ряд традиционных характеристик каждого заявителя, например, возраст, социально-демографическая категория, переменные бюроЗ и ряд поведенческих переменных. Предыдущие исследования также предоставили некоторые доказательства того, что психологические черты связаны с кредитной деятельностью; в частности, невротизм или тревожность могут быть положительно связаны с количеством пропущенных платежей по кредиту. Логично ожидать, что более тревожные люди чаще посещают веб-сайт и демонстрируют более неустойчивое поведение при большем количестве посещений, чем менее тревожные люди. Что касается используемых устройств, можно также утверждать, что количество устройств, используемых для доступа к веб-сайту компании, отражает уровень дохода.

Насколько известно, новые поведенческие переменные, связанные с просмотром веб-страниц, к которым мы имеем доступ, являются новыми и не рассматривались в традиционной литературе по моделям кредитного риска для прогнозирования PD. Включение этих новых переменных потенциально может дать более точные прогнозы дефолта или оценки риска, поскольку они дают более полное представление о риске. Еще одним преимуществом включения таких новых переменных в моделирование кредитного риска является то, что это позволяет рассчитывать PD с использованием самых последних доступных (поведенческих) данных.

Использованные источники:

1. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923622001506>
2. Абдыкалык, С.Е. Понятие кредитного риска и теоретические основы управления им / С.Е. Абдыкалык // Вопросы науки и образования. — 2019. — № 8 (54). — С. 21-24.
3. Аль-Саади, М.Р.С. Методика анализа рисков в кредитных организациях / М.Р.С. Аль-Саади // Russian Economic Bulletin. — 2020. — Т. 3. — № 4. — С. 131-134.

*Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВЛИЯНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ ПО ДОСТАВКЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация: Основная цель данного исследования – оценить влияние, которое оказывают мобильные приложения по доставке еды на поведение потребителей в контексте изменений, вызванных пандемией COVID-19. Высокая степень наглядности приложений по доставке еды положительно отражается на уровне эмпатии и лояльности потребителей. Лояльность потребителей также основана на ценовой стратегии и экономии времени, связанной с использованием данного типа приложений. Ценность безопасности и доступность представляют собой приоритеты как потребителей, так и организаций, что подчеркивает важность стратегий снижения воспринимаемых рисков во время пандемии COVID-19.

Ключевые слова: приложения для доставки продуктов питания, процесс принятия решений потребителями, лояльность потребителей, предполагаемый риск, доступность, престижная ценность.

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Gapchenko E.N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE IMPACT OF FOOD DELIVERY APPS ON CONSUMER BEHAVIOUR

Abstract: The main aim of this study is to assess the impact that mobile food delivery apps have on consumer behaviour in the context of changes brought about by the COVID-19 pandemic. The high visibility of food delivery apps is positively reflected in the level of consumer empathy and loyalty. Consumer loyalty is also based on the pricing strategy and time savings associated with using this type of app. The value of safety and affordability represent priorities for both consumers and organisations, highlighting the importance of strategies to reduce perceived risks during the COVID-19 pandemic.

Keywords: food delivery applications, consumer decision-making process, consumer loyalty, perceived risk, affordability, prestige value.

Пандемия COVID-19 в корне нарушила работу конкретных рынков, особенно рынка онлайн-заказов продуктов питания, поскольку людям придется соблюдать меры предосторожности и даже осторожности, если они решат продолжать делать заказ еды. Эта отрасль имеет свои проблемы, обусловленные постоянным развитием технологий, динамичной и конкурентной средой, а также изменениями в поведении и предпочтениях потребителей. Пандемия добавила к этим проблемам беспокойство о безопасности.

Игроки рынка, которые предвидели это и действовали проактивно, сохраняют свое деловое предложение и создадут положительный образ бренда в ментальной структуре потребителей, тем самым сохраняя свою актуальность в эпоху после COVID-19.

Значение потребительского восприятия имеет решающее значение для бизнеса, особенно для маркетинга. Оно не только критически важно для выживания и роста бизнеса, но и является важнейшим инструментом диагностики конкурентных преимуществ. На процесс принятия решения потребителем влияют особенности многих факторов, таких как информация о мобильной сети, особенности приложения, восприятие качества услуг и намерение потребителей пользоваться мобильными услугами.

Окончательное решение пользователей связано с наглядностью и доступностью информации на сайте. CDP относится к процессу принятия решения потребителем и многочисленным переменным, которые могут повлиять на его поведение. В связи с развитием бизнес-пространства под влиянием Интернета эпицентром роста стали крупные мегаполисы и городские центры, а индустрия онлайн-заказа еды за последние пять лет получает все больше финансовых ресурсов.

Лояльность потребителей описывается как будущая склонность оставаться с поставщиком услуг. Описываются три концептуализации: лояльность как в первую очередь отношение, которое иногда приводит к отношениям с брендом; лояльность, выраженная в терминах выявленного

поведения; и покупка, модерируемая характеристиками индивида, обстоятельствами и/или ситуацией покупки. Якорными точками являются приверженность бренду покупателя (СВС) и покупка бренда покупателем (СВВ), а принятие бренда покупателем (СВА) занимает густонаселенную середину. Покупатели СВА проявляют лояльность к нескольким брендам, поскольку у них нет причин для развития исключительной лояльности к любому из приобретенных брендов.

Потребители СВС ценят психологическую и социальную ценность больше, чем функциональную. Потребители имеют постоянный благоприятный набор заявленных убеждений в отношении приобретаемого бренда. Потребители СВВ демонстрируют очень низкий уровень лояльности. Их выбор определяется соображениями непосредственной доступности, цены и рекламных акций.

Поэтому, учитывая, что FDA должны работать над способами улучшения КДП, мы разработали следующую гипотезу:

Гипотеза 1: Доставка еды прямо и положительно влияет на процесс принятия решения потребителем.

Онлайн-бизнес должен иметь лояльных потребителей, предлагая при этом ряд подфакторов, определяющих удовлетворенность и лояльность потребителей во время пандемии COVID-19. Лояльность потребителей в этот период сильно влияют меры безопасности, навязываемые компаниями по производству продуктов питания, такие как бесконтактная доставка, рейтинг безопасности, безопасная упаковка, а также такие принятые особенности, как контроль температуры продуктов питания, маски, санитария. Удовлетворенность потребителей напрямую связана в пандемии COVID-19 с cashback, скидками и предложениями, фотографиями, обзорами, рейтингами и общим качеством. Удовлетворенность потребителей является основным фактором лояльности потребителей.

Намерение использовать онлайн доставку еды увеличивается с улучшением восприятия полезности и удобства после использования - факторов, которые сильно влияют на лояльность потребителей.

Потребительский опыт, вероятно, будет меняться время от времени, и специалисты по анализу данных используют искусственный интеллект, чтобы понять и предсказать поведение потребителей и предложить индивидуальный опыт для поддержания и освоения новых рынков.

Гипотеза 2

Лояльность потребителей прямо и положительно влияет на процесс принятия решения потребителем

Эмпатия - одно из измерений для оценки качества услуг, отражающее отношение компаний к своим потребителям. Важность этой величины подчеркивается многими авторами, некоторые из них фокусируются на эмпатии компании и сотрудников, предлагающих услуги,

некоторые на эмпатии потребителей к сотрудникам, а другие исследователи на том и другом. Удовлетворенность повышается, когда обе стороны действуют с эмпатией. Эмпатия сотрудников приводит к повышению удовлетворенности потребителей, однако эмпатия потребителей также оказывает умеренное влияние. Удовлетворение от предлагаемых услуг выше, когда и сотрудники, и потребители проявляют эмпатию. Эмпатия потребителей по отношению к компаниям, участвующим в проектах корпоративной социальной ответственности, определяет людей даже платить более высокую цену, что может быть использовано компаниями для увеличения своей прибыли. Влияние эмпатии сотрудников на их производительность, и их результаты не выявили положительной связи, как они предполагали ранее.

Наглядность включает в себя два пункта: один относится к рекламным материалам, связанным с FDA (продвижение), и рекомендации, полученные от других людей, использующих такие приложения (также известные в литературе как социальное влияние). Важность видимости обзоров для принятия решения о покупке, что является формой рекламы из уст в уста. Влияние знаменитостей, используемых в рекламе продуктов питания. Заметность в розничной торговле является переменной, необходимой для коммуникационной политики компании. Видимость является частью маркетинговой стратегии компании, и многие авторы подчеркивают ее роль в поведении потребителей и процессе принятия решения о покупке.

Сектор доставки еды столкнулся с важным расширением во время пандемии COVID-19. Компании в сфере доставки еды должны сосредоточиться на маркетинговых кампаниях, чтобы повысить узнаваемость своих брендов и тем самым убедить людей покупать еду через их приложения. Социальное влияние является существенным фактором в решении потребителей о покупке, как до, так и во время пандемии. Среди прочих факторов, таких как цена, мотивация и качество, продвижение «оказало значительное влияние» на фактическое использование FDA. Социальное влияние и воспринимаемая безопасность играют важную роль в определении того, будут ли люди использовать такие приложения.

Доступность – это важнейшая характеристика FDA, которая включает в себя три элемента:

- доступность этих приложений как следствие интенсивных маркетинговых кампаний.

- удобство такого заказа еды во время пандемии, когда ограничения затронули рестораны или привели к раннему закрытию супермаркетов и других магазинов.

– ограниченные возможности для развлечений на свежем воздухе, что заставляло людей заказывать еду и таким образом иметь форму развлечения.

Исходя из критического анализа взаимосвязи между доступностью и КДП, мы разработали следующую гипотезу:

Гипотеза 3: Доступность прямо и положительно влияет на процесс принятия решения потребителем

Цена является значительным фактором при использовании FDA, что означает, что потребителям должны быть предложены конкурентоспособные цены и скидки. Для того чтобы повысить престижную ценность за счет низких ценовых стратегий, продовольственные компании могут предложить ограниченные бесплатные подписки для членов клуба, бесплатные блюда после определенного количества доставок или бесплатные подарки через партнерские отношения с другими фирмами.

Гарантия безопасности имеет решающее значение для выживания предприятий по доставке еды через Интернет в связи с пандемией, которая вызвала обеспокоенность по поводу сырья, используемого для приготовления пищи. Привнесение фактора доверия в потребительский опыт стало императивом, и онлайн-пространство продуктов питания адаптировалось к этой новой реальности. Пищевые компании также пропагандируют использование принятых мер безопасности, таких как ношение масок, санитария и проверка температуры, в дополнение к более безопасному дизайну упаковки. Еще одной мерой безопасности, интегрированной в новую бизнес-стратегию, является бесконтактная доставка, что значительно успокаивает потребителей. FDA также включили рейтинги безопасности партнеров для продвижения своего бизнеса и удержания потребительской базы. Продовольственные товары также должны продвигаться в социальных сетях, приложениях или рекламе, либо с помощью фотографий, видео или отзывов.

В результате критического анализа литературы мы разработали следующую гипотезу:

Гипотеза 4: Ценность престижа прямо и положительно влияет на процесс принятия решения потребителем

Маркетинг также является частью видимости услуги в отношении первого пункта, что делает УРП более доступными для потребителей. Удобство и доступность смещают поведение потребителей от обедов на улице к заказу еды. Третий пункт относится к гедонистической мотивации, доступной через эти приложения, когда другие формы развлечений были невозможны из-за ограничений. Этот тип мотивации оказывает значительное влияние на решение использовать FDA.

Воспринимаемый риск включает в себя три пункта: оценка риска при покупке продуктов питания в супермаркетах и других физических магазинах, оценка риска при покупке продуктов питания с использованием FDA и влияние этого воспринимаемого риска на решение об использовании приложений для продуктов питания во время пандемии.

Учитывая сложность взаимосвязи между оценкой риска и потребительской лояльностью, мы разработали следующую гипотезу:

Гипотеза 5: Оценка рисков опосредует взаимосвязь между наглядностью и лояльностью потребителей

В результате критического анализа литературы и на основе предыдущих исследований влияния FDA, эмпатии и CDP, мы разработали следующие две гипотезы в результате сложности переменных и их синергетических взаимодействий.

Гипотеза 6: Доставка продуктов питания опосредует взаимосвязь между Эмпатией и Процессом принятия потребительских решений

Гипотеза 7: Лояльность потребителей опосредует связь между ценностью безопасности и процессом принятия решений потребителем.

Использованные источники:

1. Baker, Richard. *Advanced Financial Accounting: научное издание* / R. E. Baker, V. C. Lembke, T. E. King. – New York; St. Louis; San Francisco: McGraw-Hill Publishing Company, 2019. – 1190 p.
2. Абдрахманова Э. Р. Методики анализа финансовых результатов деятельности предприятия // *E-Scio*. 2022. № 6 (69). С. 517-522.
3. Анисимова Е. Н. Экономическая сущность и значение финансовых результатов финансово-хозяйственной деятельности организации // *Теория и практика современной науки*. 2019. №5 (35). С. 32.

Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ БАЗОВЫМИ ПРОЕКТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТРАНСПОРТНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Аннотация: Новые вызовы мировой и российской действительности определяют технологии информационного моделирования и повышения качества технических решений в области промышленного дизайна на стадиях разработки проекта, проектно-сметной документации и выбора технологического оборудования в цепочке "исследование-проектирование-строительство-эксплуатация" как ключевые. Преодоление факторов, препятствующих этому процессу, изложенных в статье, позволит сделать управление проектами более гибким и прозрачным. Выявление приоритетных направлений развития проектов в различных отраслях промышленности позволяет наметить перспективы использования базового промышленного дизайна в конкретных видах деятельности. Систематизация вектора применения базовых проектов предприятия, позволяет оптимизировать использование ресурсной базы предприятий, сократить временной лаг реализации промышленных проектов.

Ключевые слова: базовый дизайн, проектирование, сметная документация, управление проектами, транспортные машиностроительные предприятия.

Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Gapchenko E.N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti

DEVELOPMENT OF INFORMATION SYSTEM FOR BASIC PROJECT MANAGEMENT FOR TRANSPORT MACHINE BUILDING ENTERPRISES

Abstract: New challenges of world and Russian reality determine technologies of information modeling and improving quality of engineering solutions in the field of industrial design at the stages of project development, design-budget documentation and technological equipment selection in the chain "research-design-build-operate»as the key ones. Overcoming the barriers to this process outlined in the article will make project management more flexible and transparent. The identification of project development priorities in various industries allows to outline the prospects for the use of basic industrial design in specific activities. The systematization of the vector of basic design application at the enterprise, allows to optimize the use of the resource base of enterprises, to reduce the time lag of industrial projects realization.

Key words: basic design, design, estimate documentation, project management, transport machine-building enterprises.

В новых реалиях развития современного общества технологии информационного моделирования (ИМ) и повышение качества технических решений в области промышленного дизайна на стадиях разработки проекта, проектно-сметной документации и выбора технологического оборудования являются ключевыми. Они способны существенно повысить эффективность промышленного комплекса при строительстве, реконструкции и/или техническом перевооружении объектов и инженерных коммуникаций.

Разработка сквозного и прозрачного процесса создания информационной модели для управления такими проектами способствует повышению качества управления на всех этапах жизненного цикла.

Стандартизация процессов, использование технологий ИМ при реализации проектов определяет вектор информационного моделирования на операционных стадиях жизненного цикла проекта. Отсюда следует, что внедрение технологий ИМ в компаниях, занимающихся управлением проектами и проектно-сметной документацией, становится решающим в цепочке «исследование-проектирование-строительство-эксплуатация». Но существующие механизмы перехода на ИМ технологии требуют пересмотра. Основными факторами, существенно осложняющими этот переход в российских компаниях, являются:

– отсутствие единых стандартов, описывающих процессы разработки проектов, устаревшие технические регламенты, а также отсутствие критериев оценки результатов процессов на соответствие стандартам. Также стоит отметить, что существует

несогласованность нормативно-правовой и технической базы ИМ на предприятиях транспортного машиностроения.

– Отсутствие эффективных механизмов внедрения технологий ИМ для обеспечения строительства, реконструкции и/или технического перевооружения производственных систем и их инженерных коммуникаций.

– Низкий уровень автоматизации и цифровизации, начиная с прединвестиционной стадии сбора и обработки в цифровом формате.

– Недостаток квалифицированных специалистов, которые обладали бы компетенциями как в отраслевых технологических процессах, так и цифровыми инструментами.

– Низкая цифровая культура руководителей и непонимание механизма применения цифровых технологий.

– Отсутствие стратегического вектора и встроенных процессов роботизации и внедрения передовой

– аналитики.

В обществе существуют проекты с древних времен. Проекты различных типов и масштабов также стали современным способом работы для многих организаций. Промышленные предприятия постоянно реализуют множество сложных и инновационных проектов. Руководители предприятий осознали, что для эффективной реализации сложных проектов им необходимы специальные знания и использование специальных методик, в том числе промышленного и информационного дизайна. На конференции обсуждались общие. Повышенный интерес к данному вопросу объясняется тем, что управление проектами позволяет его участникам быть более гибкими, ставить четкие цели и достигать их, повышает прозрачность деятельности организации и повышает степень вовлеченности участников в процесс.

С практической точки зрения внедрения проектного управления приоритетные проекты в различных отраслях экономики представляют интерес. Приоритетными направлениями развития отрасли транспортного машиностроения являются:

– развитие высокоскоростного движения;

– развитие тяжелого движения;

– внедрение интеллектуальных систем в эксплуатацию грузового подвижного состава («умный вагон»).

Приоритетные направления развития электроэнергетики направлены на:

– монтаж газотурбинных, парогазовых и энергетических установок;

– создание широтных магистралей;

– модернизация используемого оборудования;

- повышение надежности атомных электростанций;
- развитие энергоснабжения территорий.

Ключевыми направлениями проектов химической промышленности являются:

- развитие производства импортозамещающей продукции;
- создание новых производств, нетрадиционных процессов для разработки нефти, угля, газа, нового поколения катализаторов и т.д.

В нефтяной промышленности наиболее популярными проектами являются:

- сокращение времени простоя скважин;
- внедрение инновационных технологий для более полного извлечения газа и нефти;
- увеличение темпов разработки и освоения месторождений на Востоке;
- внедрение технологий повышения нефтеотдачи пластов.

Жизненный цикл любого крупного проекта включает следующие фазы: предпроектная, проектирование, строительство и эксплуатация.

Одним из основных результатов предпроектной фазы является проект - документ, разрабатываемый, как правило, владельцем нового технологического процесса, который включает в себя подробное описание процесса, технологические схемы с их характеристиками, технологические схемы с автоматизацией, спецификации и требования к основному технологическому оборудованию, рекомендации по выбору материалов, охране окружающей среды. В проекте определены процедуры для контроля, запуска, остановки, а также действия в аварийных ситуациях.

Основным препятствием для использования базового промышленного дизайна в настоящее время является отсутствие стандартов и методик для структуры и форматов представления его результатов. В результате базовые проекты, как правило, не используются в формализованном виде, а оригинальные форматы разработки документации, как правило, не представляются.

В связи с этим представляется возможным определить следующие варианты развития базового проектирования:

- разработка парка проектной документации повторного использования;
- разработка промышленного дизайна на основе модульной системы в рамках создания базовых проектов по степени типизации отдельных элементов. Модульный подход позволит унифицировать отдельные пространственно-планировочные элементы проектов из базовых унифицированных структур.

Следует отметить, что в настоящее время типовое проектирование в основном затрагивает только строительство зданий и сооружений,

недвижимости, и, как правило, не распространено в других видах деятельности. Проектирование типовых инженерных сооружений (трансформаторных подстанций, очистных сооружений, канализационных насосных станций и т.д.), информационных систем, прилегающих транспортных путей также должно стать неотъемлемой частью типового проектирования. Большинство процессов управления в рамках базового проектирования предполагают использование компьютерных технологий и коммуникационных средств. Можно также утверждать, что развитие методов управления проектами и их практическое применение на протяжении всего периода существования в значительной степени определяется развитием информационных технологий. Но в некоторых случаях возможности, принципы построения и уровень развития информационных систем предприятий весьма ограничены.

В соответствии с положениями Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы, в настоящее время внимание сосредоточено на формировании национальной цифровой экономики. Однако в рейтинге развития электронного правительства ООН России отведено 36-е место (2020 год), в индексе сетевой Индекс готовности (NRI) - 48-е место, Индекс развития ИКТ (IDI) - 45-е место.

Отсутствие единых корпоративных хранилищ базовых проектов приводит к длительному времени поиска и доступа к документации и инженерным данным. Централизованная информационная система для консолидации базовых проектов отсутствует на большинстве предприятий, а существующие методы организации обработки информации в базовом проектировании имеют ряд недостатков:

- Низкий технологический уровень (хранение в общих справочниках информационных систем, отсутствие управленческих параметров);
- Неэффективная организация информационных потоков - получение информации по электронной почте или на электронных носителях;
- Отсутствие централизованного доступа к документации;
- Отсутствие методического обеспечения передачи результатов базовых проектов в виде структурированных инженерных данных, моделей для их последующего применения;
- Несоответствие шаблонов существующих информационных систем требованиям нормативных документов.

Развитие информационной системы управления базовыми проектами и проектно-сметной документацией как одного из компонентов корпоративной системы управления проектами позволит повысить

эффективность управления проектами в организации. Основной целью ее создания является:

- Централизация хранения и доступа к документам и данным базовых проектов и проектно-сметной документации
- Структурное представление информации о технологических объектах
- Обеспечение соответствия информации о ПОИ действующим требованиям ГОСТ и нормативной документации.

Структурно информационная система может включать различные модули, в зависимости от решаемых задач. Она должна принимать, хранить и предоставлять доступ к документам и данным базовых проектов от лицензиаров и РОИ документы. Система направлена на синхронизацию каталогов, файлов документов, шаблонов данных и структурных единиц проекта. Архитектура таких информационных систем обычно имеет трехуровневую интеграцию. Первый уровень - это клиентское приложение. Следующий уровень - сервер базы данных. Третий уровень - сервер приложений (реализация бизнес-процессов). Хранение информации, относящейся к объектам или субъектам системы, осуществляется в СУБД, данные типа "файл»хранятся вне СУБД в специализированном файловом хранилище.

В современных условиях предприятиям необходимо создать такую систему управления информацией, которая могла бы быстро адаптировать предприятия к требованиям рынка для многократного использования и практического применения базовых проектов. Проектный подход позволит вам сосредоточиться на достижении поставленных целей и вместо длительного формального внедрения регламентированных процессов, осуществить прямое взаимодействие, основанное на принципах базового проектирования.

Использованные источники:

1. Baker, Richard. *Advanced Financial Accounting*: научное издание / R. E. Baker, V. C. Lembke, T. E. King. – New York; St. Louis; San Francisco: McGraw-Hill Publishing Company, 2019. – 1190 p.
2. Абдрахманова Э. Р. Методики анализа финансовых результатов деятельности предприятия // *E-Scio*. 2022. № 6 (69). С. 517-522.
3. Анисимова Е. Н. Экономическая сущность и значение финансовых результатов финансово-хозяйственной деятельности организации // *Теория и практика современной науки*. 2019. №5 (35). С. 32.

Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти

ВНЕДРЕНИЕ МОДЕЛИ ВЫБОРА КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАК ЧАСТИ МОДЕЛИ АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: В настоящее время, чтобы оставаться в конкурентной среде, организации пришли к пониманию, что мониторинг процессов предприятия и заводского цеха является одним из способов достижения лучшей эффективности, производительности и обзора. Вследствие этого за последние годы было предложено несколько рамок и методологий. Компании имеют дело с различными ключевыми показателями эффективности (KPI), которые помогают сосредоточиться на параметрах конкретного предприятия и являются мощными инструментами в процессах управления. Системы мониторинга KPI в режиме реального времени помогут компаниям определить прогресс в достижении целей продаж, маркетинга и обслуживания клиентов. Однако количество различных доступных метрик создает трудности для принятия правильных решений.

Ключевые слова: ключевые показатели эффективности, деятельность предприятия, мировая экономика, конкуренция, руководство компании.

Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Gapchenko E.N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti

IMPLEMENTING A KEY PERFORMANCE INDICATOR SELECTION MODEL AS PART OF AN ENTERPRISE ANALYSIS MODEL

Abstract: Nowadays, in order to stay in a competitive environment, organisations have come to realise that monitoring plant and factory floor processes is one way to achieve better efficiency, productivity and review. As a consequence, several frameworks and methodologies have been proposed in recent years. Companies deal with various key performance indicators (KPIs), which help to focus on plant-specific parameters and are powerful tools in management processes. Real-time KPI monitoring systems help companies determine progress towards sales, marketing and customer service goals. However, the number of different metrics available makes it difficult to make the right decisions.

Key words: key performance indicators, enterprise performance, global economy, competition, company management.

Критическая ситуация в мировой экономике (глобализация, урбанизация, падение цен на нефть, ограничения со стороны ЕС и Российской Федерации на экономическом уровне) заставила компании понять, что для того, чтобы быть успешными в динамичной среде с конкурентами, более коротким жизненным циклом продукта и сильным ценовым давлением, когда затраты снижаются третьими сторонними странами, они должны быть проворными, гибкими и сконцентрированными на своей бизнес-стратегии, которая перешла от производственной или идеологии, ориентированной на затраты, к более стратегической ориентации.

В течение нескольких последних лет предприятия испытывали не только недостаток капитала, но и пытаются удержать потребителей. Для того чтобы достичь этих целей, показатели компании должны быть на высоком уровне: продукция или услуги должны быть произведены/предоставлены в нужном месте, в нужное время, в нужном количестве и для нужного потребителя.

Ключевые показатели эффективности – это современные инструменты, которые помогают поддерживать производительность в производстве на высоком уровне. Возможность обнаружить и понять узкие места, возможность оценить эффективность рабочих и машин, постановка более высоких целей и их достижение путем двигаться прямо вперед возможно, если вы следите за и отслеживаете в реальном времени правильные метрики на вашем предприятии. Измерение производительности позволяет четко определить проблемы производительности, сравнить текущую ситуацию с поставленными целями и предложить точные шаги по устранению проблем.

Кельвин дал следующее определение KPI: «Когда вы можете измерить то, о чем говорите, и измерить это в цифрах, вы знаете о чем вы

говорите, и измерить это в цифрах, вы знаете что-то об этом, если вы не можете выразить это в цифрах, ваши знания скудны и неудовлетворительны; это может быть может быть началом знания, но вы едва ли в своих мысли едва ли продвинулись до стадии науки». Не является исключением, что компании измеряют неправильные показатели, сбор ненужной информации в базы данных и получение уверенности в том, что беспокоиться не о чем.

Успешные метрики в одной компании не всегда могут работать в другой, несмотря на то, что они находятся в схожей области. Очевидно, что успех КРІ зависит от их постоянной измеримости. Метрики должны быть адаптированы к структуре компании, производственным процессам и внутренним/внешним потокам данных. Именно поэтому каждое руководство должно следовать своим собственным КРІ и сравнивать их с показателями конкурентами, в нужное время и в нужном месте. Каждый показатель описывает только конкретный сектор и область деятельности компании. В результате, пакеты успешных показателей должны быть сформированы руководством компании. Учитывая количество различных показателей и их влияние на состояние предприятия в целом, руководство столкнулось с трудностями в выборе правильных метрик в нужное время в нужный момент.

Модель анализа предприятия (ЕАМ) – это инструмент, который позволяет выполнять анализ предприятия в течение разумного времени без заметной потери качества. Модель помогает определить слабые места предприятия и предоставляет информацию о данных, которые необходимо собрать для изменения ситуации в ближайшем будущем.

ЕАМ включает в себя анкету, основанную на анализе более 70 исследовательских работ, охватывающих вопросы эффективности производства, проектирования оптимизация производственных процессов, принятие решений, управление и контроль и т.д. проблемы. Составляя вопросы учитывается, что ответы должны помочь понять ситуацию в компании и определить узкие места. Вопросы связаны с КРІ, что означает, что при ответе на вопросы выбирается нужная метрика в зависимости от веса ответа, будет выбрана нужная метрика. Чтобы исключить неправильных ответов каждый вопрос имеет свой дубль (разные формулировка, но одинаковый смысл). Ответ будет засчитывается как «правильный» только в том случае, если оба ответа идентичны (на основной вопрос и его дубль), или будет небольшое различие в шкале (например, «сильно согласен» против «согласен»). Вопросы сгруппированы в зависимости от должности сотрудника или другими словами другими словами, конкретный пакет вопросов был составлен для конкретной должности в цехе компании.

Для того чтобы более эффективно использовать ресурсы, была проведена оптимизация ЕАМ. В результате использования экспертных

решений и метода исключений общее количество КПЭ было сокращено. Были использованы три различных метода обнаружения выбросов: модифицированный Z-score, метод Индюка и скорректированный метод боксплотов. Эти методы помогают устранить экстремальные значения в данных. Данные вне интервалов, определенных этими методами, считаются как выбросы.

Кроме того, ЕАМ является частью модели выбора КРІ и может быть разделена на следующие основные этапы:

- Сбор данных (получение ответов на вопросы);
- Анализ данных;
- Расчет веса (на основе ответов);
- Ранжирование ответов;
- Выбор КРІs;
- Внедрение КРІs;
- Сбор данных.

Модель ЕАМ находится в фазе и используется для сбора информации о компании путем применения картирования и анкетирования, которые могут быть объединены в один опрос.

Алгоритм, предложенный для анализа ответов, может быть описан следующим образом:

Шаг 1. Получение данных с облачного сервера;

Шаг 2. Применение веса к ответам в зависимости от их значимости;

Шаг 2.1 Весовая поправка путем умножения на индекс надежности;

Шаг 2.2. Сортировка дублирующих вопросов путем нахождения различия в весах для одних и тех же проблем;

Шаг 2.3 Создание новых групп для тестирования ответственности;

Шаг 3. Проверка согласованности путем расчета коэффициента Кронбаха Альфа;

Шаг 4. Вычисление среднего веса для каждого ответа с учетом с учетом результатов теста на согласованность;

Шаг 4.1. Присвоение рангов на основе рассчитанных весов;

Шаг 5. Формирование пакета КРІ.

Алгоритм был внедрен в частной компании.

Основным направлением деятельности компании, в котором проводилось исследование, является производство оборудования для распределительных сетей, промышленного контроля и автоматизации систем для различных секторов, включая энергетику, промышленность и коммунальное хозяйство. Основным видом деятельности компании является производство компонентов/продукции из листового металла для сетей передачи данных и телекоммуникаций.

Компания обеспечивает работой около 460 работников.

Для того чтобы определить влияние каждого ответа на ситуацию, описанную в вопросе, индекс значимости был применен к каждому ответу. Была использована 6-балльная шкала, где 6 – это наиболее благоприятный ответ, а 1 – противоположный. Другими словами, вопросы (ситуации которые они описывают) с наименьшим средним значением должны анализироваться в первую очередь. Для вопросов «да» и «нет», в зависимости от контекста вопроса, были применены 6 или 1 балл. В зависимости от описания проблем (с учетом контекста вопроса), следует различать два варианта шкал различать.

Для лучшей оценки ответов, в зависимости от положения сотрудника в компании и его/ее влияния на принятие решений, основываясь на опыте, был введен показатель надежности.

Значение коэффициента должности характеризует влияние должности работника на ответ: чем выше коэффициент, тем более достоверной будет информация и тем большее влияние она окажет на окончательный ответ. Для оценки значений коэффициентов использовалось мнение экспертной группы из 10 человек, имеющих опыт работы в области оптимизации производства и процессов более 5 лет и для которых это является основной областью исследований/деятельности, было принято во внимание (7 из промышленности, 2 из университета и 1 из центра компетенции).

Для упрощения анализа полученных данных, ответы нужно сгруппировать по количеству респондентов, от которых они были получены. Например, вопросы: «Производство никогда не останавливалось из-за нехватки материалов» и «Нехватка материала повлияло на производство в прошлом году», были заданы от 13 респондентов и были объединены в одну группу, однако вопрос: «Есть ли у вас поточное производство?» от 8 был добавлен в другую группу.

Ответы на дублирующие вопросы, которые отличались друг от друга более чем на 1 балл, обычно не принимаются во внимание и исключаются из анализа. Основная идея дублирующих вопросов заключается в том, чтобы проверить, была ли описанная проблема была полностью понята респондентами или нет.

Ситуации, средний вес которых был меньше 3,5 относятся к группе, на которую следует обратить внимание в первую очередь. первый взгляд.

Вопросы качества, согласно анализу, также должны быть соблюдены руководством. Принимая во внимание материальные проблемы (состояние материала, неправильная замена из-за несвоевременной поставки), их устранение также может сильно повлиять на конечную производительность. Производственное время в купе с техническими проблемами также следует принимать во внимание. Представленные метрики – это лишь камни для создания прочного фундамента. Однако

анализ должен проводиться не только один раз, а итеративно, поскольку управление компанией – это динамичный процесс.

Очевидно, что такой рейтинг КРІ зависит от конкретной рассматриваемой компании, но определенного совпадения для компаний, можно ожидать определенного соответствия для компаний, работающих в той же области.

Принимая во внимание большое количество различных метрик, руководство компании сталкивается с трудностями при выборе правильных ключевых показателей эффективности, которые следует необходимо отслеживать и контролировать. Общая картина, которая в последние годы, – это неправильно выбранные метрики, которые не предоставляют необходимой информации о фактической производственной ситуации.

Использованные источники:

1. Абрютина М. С. Экономический анализ деятельности / М. С. Абрютина – М: Издательство «Дело и Сервис», 2013. – 512 с.
2. Алимжанова А.С. Методы и модели оценки эффективности деятельности предприятия / А.С. Алимжанова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 5-4. С. 47-49.

*Майкова Е.Н.
студент 2 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Гапченко Е.Н.
студент 1 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ И УЛУЧШЕНИЕ СЕРВИСА С ПОМОЩЬЮ ОНЛАЙН-ОТЗЫВОВ

Аннотация: В эпоху больших данных оценка качества обслуживания с помощью онлайн-отзывов стала популярной темой. Однако очень мало исследований посвящено одновременно оценке качества услуг и улучшению сервиса.

Ключевые слова: оценка качества услуг, улучшение качества услуг, глубокое обучение, онлайн-обзоры, модель качества услуг.

*Maikova E.N.
2nd year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Gapchenko E.N.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

ASSESSING SERVICE QUALITY AND IMPROVING SERVICE THROUGH ONLINE FEEDBACK

Abstract: In the era of big data, assessing service quality through online reviews has become a popular topic. However, very few studies focus on service quality assessment and service improvement at the same time.

Keywords: service quality assessment, service quality improvement, deep learning, online reviews, service quality model.

По сравнению с физическим продуктом, услуга обладает такими характеристиками, как неосвязаемость, неоднородность и неотделимость, что затрудняет оценку качества услуги. Методы комплексной оценки обычно применяются для суммирования баллов по каждому измерению модели качества услуги для получения общего результата оценки качества услуги. Репрезентативные методы комплексной оценки включают аналитический иерархический процесс, нечеткую комплексную оценку, технику предпочтения порядка по сходству с идеальным решением, лабораторию испытания и оценки принятия решений и анализ оболочки данных. Эти методы оценки качества услуг имеют недостаток, заключающийся в том, что они полагаются на субъективные балльные данные экспертов и часто не имеют достаточной выборки. Кроме того, для оценки качества услуг часто используются модель Кано и анализ важности-производительности. В дополнение к комплексным методам оценки для ранжирования важности измерений качества услуг применяется многомерная регрессия.

С развитием Интернета и электронной коммерции пользователи все чаще делятся своим опытом обслуживания в онлайн-отзывах. В последние несколько лет исследователи используют технологии текстового майнинга для анализа удовлетворенности услугами и прогнозирования удовлетворенности клиентов. В смежных исследованиях атрибуты услуг извлекались из онлайн-отзывов с помощью частот слов и тематических моделей, удовлетворенность услугами оценивалась с помощью анализа настроений, а сравнительные отношения добывались для определения конкурентоспособности услуг.

Удовлетворенность рассматривается как предшественник воспринимаемого качества услуг, а воспринимаемое качество услуг рассматривается как предшественник удовлетворенности. Качество услуг является предшественником удовлетворенности, и использует онлайн-отзывы как отражение удовлетворенности клиентов для прямой оценки качества услуг. Оценка качества услуг и улучшение обслуживания можно рассматривать как одну последовательно связанную систему, хотя обычно они изучаются отдельно. Например, текстовый майнинг используется для отбора и идентификации атрибутов услуг из онлайн-отзывов для улучшения качества обслуживания.

С развитием технологий анализа данных оценка качества услуг и улучшение обслуживания на основе подходов к анализу текстов и машинному обучению являются потенциальными направлениями исследований и не получили широкого распространения. Насколько нам известно, подходы глубокого обучения не применялись для исследования оценки качества услуг и улучшения сервиса.

С развитием электронной коммерции появилось большое количество онлайн-отзывов о товарах и услугах. По сравнению с цифровыми

рейтингами, онлайн-отзывы могут отражать уровень удовлетворенности более подробной информацией. Следовательно, исследования удовлетворенности продуктами/услугами с использованием онлайн-отзывов стали популярными. Существующие исследования удовлетворенности продуктами/услугами в основном сосредоточены на удовлетворенности потребителей на индивидуальном уровне. Однако вполне возможно, что связь между удовлетворенностью клиентов и общей удовлетворенностью сервисом не является линейной из-за неполной выборки клиентов в онлайн-отзывах.

Исследования удовлетворенности клиентов на основе онлайн-отзывов можно разделить на извлечение параметров или атрибутов продукта/услуги и влияние параметров или атрибутов продукта/услуги на удовлетворенность клиентов. Изучение лингвистических атрибутов онлайн-отзывов и использование методов анализа текста - это два способа извлечения параметров или атрибутов продукта/услуги. Лингвистические атрибуты онлайн-отзывов включают субъективность, разнообразие, читабельность, длину и широту. Обычно используемые методы анализа текста включают частотный анализ, анализ настроений и тематическое моделирование. Исследования влияния лингвистических атрибутов на удовлетворенность клиентов не являются полезными для улучшения качества гостиничных услуг. Более того, достоверность и полнота измерений продукта/услуги, извлеченных с помощью методов текстового майнинга, не может быть проверена. Это ограничение можно преодолеть, объединив методы анализа текста с моделями качества услуг.

Для улучшения качества обслуживания необходимо понять важность параметров качества обслуживания или атрибутов обслуживания, а затем выбрать важные параметры качества обслуживания или атрибуты обслуживания для улучшения. В традиционных методах для улучшения качества услуг используются субъективные оценки. Баллы индексов оценки услуг получают от экспертов или клиентов, и считается, что низкие баллы указывают на дефекты качества услуг, которые необходимо улучшить. Для IPA порядок атрибутов услуги, подлежащих улучшению, определяется квадрантом атрибута услуги. В модели Кано атрибуты услуги делятся на пять категорий – привлекательные, одномерные, обязательные, безразличные и обратные – и порядок атрибутов услуги, подлежащих улучшению, определяется в соответствии с различным влиянием категорий на удовлетворенность клиентов. Для модели Кано, когда показатели атрибутов обслуживания в одной категории схожи, их важность не может быть отсортирована. Для IPA делается несколько сильных предположений, и эти предположения редко выполняются.

В отличие от описанных выше качественных методов, некоторые исследователи разработали количественные методы для получения относительной важности атрибутов обслуживания. Также используются

графовые методы для получения весов аспектов обслуживания в качестве значений ранжирования. Веса входного слоя в ИНС использовались в качестве ранжирования входных факторов, предложена байесовская модель для расчета относительной важности каждого атрибута обслуживания. Абсолютные значения стандартизированных коэффициентов в многомерной регрессии были приняты за относительную важность лингвистических атрибутов онлайн-отзывов и используются некоторые методы интеллектуального анализа данных для выявления проблем обслуживания, а также визуализированный инструмент, т.е. сеть цепочки процессов, для управления и оптимизации качества обслуживания.

Три метода, включая LSTM, анализ настроений и анализ чувствительности. LSTM, как тип рекуррентных нейронных сетей (РНС), подходит для данных временных рядов за длительный период и может решать проблемы исчезающего и взрывающегося градиента в РНС. LSTM широко используется во многих областях, таких как финансовый рынок, обработка естественного языка (NLP) и прогнозирование продаж. LSTM используется для прогнозирования вневыборочного направленного движения для составляющих акций и получения лучших показателей, чем случайный лес, глубокая нейронная сеть и логистическая регрессия.

Анализ настроений – это метод обработки естественного языка (NLP), который может количественно извлекать оценки настроений из онлайн-отзывов, использовать можно его для определения весов атрибутов продукта. Анализ настроения также может использоваться для изучения взаимосвязи между информацией, содержащейся в тексте, и последующими результатами, такими как удовлетворенность клиентов (рейтинг). Существует связь между настроениями клиентов в онлайн-отзывах и удовлетворенностью клиентов.

Анализ чувствительности позволяет определить, как на выход нейронных сетей влияют входные возмущения.

Используется идея SERVPERF, а процесс оценки качества услуг рассматривается как процесс определения удовлетворенности услугами. Поэтому для построения измерений качества услуг, воспринимаемого клиентами, принимается опыт клиентов, описанный в онлайн-отзывах. Детально разделяем измерения качества услуг и объединяем техническое качество, связанное с тем, что получает клиент, функциональное качество, связанное с тем, как клиент это получает, и измерения SERVQUAL. Три основных измерения качества услуг - это качество взаимодействия, качество физической среды и качество результата. Каждое из этих измерений содержит три подизмерения. Модификация производится путем перемещения подизмерения валентности в подизмерение «социальные факторы» и помещения возникающих факторов в подизмерение «другие».

Использованные источники:

1. Шмелева, А.Н. Оценка эффективности менеджмента и систем менеджмента качества / А.Н. Шмелева, Р.М. Нижегородцев. - М.: Русайнс, 2015. - 320 с.
2. Бажуткин Д.Г. Приоритетная роль качества в обеспечении конкурентоспособности продукции / Д.Г. Бажуткин // Вестник СГЭУ. - 2008. - № 8.
3. <https://www.sciencedirect.com/>

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН

Аннотация: Барьеры кредитных данных, такие как неполные кредитные записи, ложная кредитная информация и низкая безопасность кредитных данных, существуют в финансовой кредитной системе цепочки поставок, что затрудняет поддержку закрытия кредитной системы всей финансовой цепочки. Появившаяся технология блокчейн может помочь улучшить возможности кредитной отчетности за счет большей целостности, децентрализации, прозрачности, безопасности и надежности.

Ключевые слова: блокчейн, механизм консенсуса, финансирование цепочки поставок, кредитная система, оптимизация системы кредитных расследований.

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

BLOCKCHAIN TECHNOLOGY

Abstract: Credit data barriers, such as incomplete credit records, false credit information and poor credit data security, exist in the supply chain financial credit system, making it difficult to support the closure of the entire financial chain credit system. Emerging blockchain technology can help

improve credit reporting capabilities through greater integrity, decentralization, transparency, security and reliability.

Keywords: blockchain, consensus mechanism, supply chain finance, credit system, credit investigation system optimization.

В традиционных моделях управления цепями поставок (SCM) трудности с финансированием предприятий, расположенных выше и ниже по цепочке поставок, являются узким местом, ограничивающим операционную эффективность всей цепи поставок.

Кредитная информация предприятия может отражать его кредитный статус, включая различные кредитные записи, созданные предприятиями в процессе экономической деятельности. Развитые страны Европы и Америки имеют более чем 100-летнюю историю изучения кредитоспособности предприятий, в отличие от развивающихся стран, таких как Китай, где кредитоспособности предприятий стали уделять внимание недавно. Постоянное развитие ИТ-инфраструктуры значительно облегчило эволюцию финансовых и кредитных систем. Поэтому стоит оценить, как новые технологии могут еще больше повысить эффективность предоставления, обмена и расследования кредитной информации.

Несмотря на значительный спрос на рынке кредитования предприятий, кредитные расследования не могут решить проблемы обмена информацией, особенно для малых и средних предприятий (SME). SME печально известны своими проблемами с финансированием; многие SME обманывают банки и другие финансовые учреждения, чтобы получить финансовые услуги. Трудности финансирования SME лежат в основе кредитных проблем, поскольку их внутренняя информация непрозрачна, а финансовая система не отличается особой надежностью. Высокая степень информационной асимметрии, необходимость проведения углубленных исследований и аудита, а также высокая стоимость кредита усугубляют трудности SME с получением кредитной информации.

Некоторые банки, такие как Народный банк Китая, создали систему кредитной отчетности для интеграции полного собрания кредитной информации, используя наиболее полный охват с помощью базы данных кредитной информации. Однако информация многих лицензированных финансовых учреждений за пределами обязательств должника не включается, в том числе информация от финансовых учреждений, работающих через Интернет. Поэтому необходимо разработать и создать механизм обмена кредитной информацией о предприятиях, чтобы смягчить существующие проблемы кредитных данных. Кроме того, для содействия развитию рыночно-ориентированных институтов кредитного расследования аналитика больших данных, облачные вычисления, Интернет вещей и другие новые технологии все чаще применяются для

оценки кредитоспособности SME, чтобы помочь им получить финансирование.

Традиционный SCM не в состоянии удовлетворить потребности предприятий в финансировании цепочки. Финансирование цепочки поставок (SCF) является естественной потребностью каждой цепочки поставок, которая состоит из основных предприятий и полного набора предприятий, расположенных выше и ниже по течению. В частности, SCF фокусируется на скоординированном управлении финансами предприятий, чтобы эффективно реагировать на нехватку средств предприятий, расположенных выше и ниже по течению, которая ограничивает эффективность всей цепи поставок; таким образом, это помогает сформировать устойчивую экосистему с взаимовыгодным сосуществованием и благотворным взаимодействием. Текущая ситуация с SCF, с которой сталкиваются многие предприятия, показывает дилемму их потребности в денежных средствах в условиях нехватки кредитов. Такая дилемма также создает проблемы с кредитными переводами между поставщиками первого уровня и SME, усугубляя их проблемы с финансированием. Поскольку SCF представляет собой систему с неголономными замкнутыми состояниями, новые технологии особенно применимы для эффективного решения кредитных проблем предприятий в SCF.

Как новое поколение новых финансовых технологий, технология блокчейн может способствовать созданию и развитию нового общесистемного режима доверия. Технология блокчейн может разумно регулировать оставшуюся доступную кредитную линию в SCF и эффективно объединять «четыре потока» – логистику, бизнес, капитал и информационные потоки – посредством смарт-контрактов. Поэтому финансовая технология на основе блокчейна может стимулировать развитие SCF.

В разных исследованиях существуют различные точки зрения на использование технологии блокчейн для разработки эффективной кредитной системы SCF. Однако технология блокчейн еще относительно нова, и ее функция кредитного расследования в SCF будет проявляться постепенно. Существующие исследования в основном сосредоточены на возможности применения технологии блокчейн в кредитном внедрении в систему SCF. Они не изучают эти меры с точки зрения жизненного цикла SME и заинтересованных сторон.

Как децентрализованная распределенная система данных, совместно поддерживаемая между узлами, технология блокчейн широко используется в финансовых операциях, защите авторских прав, отслеживании продукции и контроле доступа благодаря своей безопасности, отслеживанию данных, фальсификации данных и другим характеристикам и преимуществам. Появление Ethereum, super ledger и

других платформ способствует быстрому развитию технологии блокчейн. Хотя технология блокчейн нравится людям, ее недостатки, такие как высокое энергопотребление и низкая производительность, также ставят под сомнение широкое развитие блокчейна. В основе технологии блокчейн лежит механизм консенсуса, который позволяет узлам сортировать полученные транзакции, имитировать исполнение, обеспечивать достижение консенсуса узлов в распределенной сети и безопасность данных.

Разработка новых механизмов консенсуса в обслуживании системы кредитной отчетности СКМ особенно важна. Данное исследование направлено на достижение блоков цепочки обмена данными и отслеживания посредством усовершенствованных механизмов консенсуса, тем самым улучшая существующую систему услуг кредитной отчетности. Исследование предлагает разработать систему кредитного расследования СКМ на основе блокчейн, чтобы потенциально решить дилемму, с которой сталкиваются предприятия цепочки поставок - требуются средства, но не хватает кредитов - что имеет важное теоретическое и практическое значение.

Механизм консенсуса относится к процессу достижения узлами консенсуса по содержимому распределенной базы данных в процессе динамической транзакции. Блокчейн использует механизм консенсуса, чтобы заставить узлы прийти к консенсусу по транзакции, тем самым ослабляя функцию централизованной системы надзора. От Proof of Work (PoW) до Practical Byzantine Fault Tolerance (PBFT), Proof of Stake (PoS) до делегированного Proof of Stake (DPoS), Proof of Authority (PoA) и Katka - это ряд механизмов консенсуса. Механизм консенсуса постоянно совершенствуется, соответствуя различным требованиям области к различным направлениям эволюции. Как основная технология блокчейна, механизм консенсуса может эффективно достичь консенсуса по данным каждого узла в блокчейне, быстро завершить обработку данных транзакции, а также обеспечить согласованность и надежность данных.

Использованные источники:

1. Алексеев, Р. А. Апробация и перспективы применения технологии блокчейн на выборах за рубежом и в России / Р. А. Алексеев // Журнал политических исследований
2. Ахметова, А. С. Возможности практического применения технологии блокчейн / А. С. Ахметова // Инновации в науке: научный журнал. – 2018

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: цель данной статьи – всесторонне описать влияние стратегического планирования и управления устойчивым развитием (SSPM) на устойчивую деятельность организации в контексте развивающейся страны. В данной работе изучается сомнительное влияние SSPM на устойчивую деятельность организации в развивающейся стране.

Ключевые слова: стратегическое устойчивое развитие, лидерство, принципы устойчивости, наука об устойчивости, планирование.

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE IMPACT OF STRATEGIC PLANNING AND SUSTAINABILITY MANAGEMENT OF AN ENTERPRISE

Abstract: The purpose of this paper is to comprehensively describe the impact of strategic planning and sustainability management (SSPM) on the sustainability performance of an organisation in the context of a developing country. This paper examines the questionable impact of SSPM on the sustainability performance of an organisation in a developing country.

Keywords: strategic sustainability, leadership, sustainability principles, sustainability science, planning.

Основное внимание в традиционных моделях стратегического управления и планирования в развивающихся странах до настоящего времени уделялось в основном показателям, которые определялись финансовыми факторами, такими как доходы и капитал. В течение долгого времени внимание было рассеяно от других аспектов устойчивой деятельности (т.е. социальных и экологических). Более того, современные развивающиеся человеческие общества испытывают неутолимую жажду к исчезающим и истощающимся природным ресурсам в расширяющемся мире прожорливого спроса и жесткой конкуренции. Без сопровождения мутаций в поведении человека эти общества неизбежно скатятся во вселенную экологической деградации, массового переселения людей и нестабильных обществ. В эпоху доминирования человека, по мере роста численности населения планеты, растет и наше воздействие на окружающую среду.

Однако многие исследователи подтверждают нехватку эмпирических исследований стратегического управления устойчивостью в контексте развивающихся стран. Значимость таких исследований возрастает в том случае, если они проводятся в развивающихся странах с колеблющейся экономикой и нестабильной политической ареной. Просто потому, что общие, так называемые объединяющие рамки не могут считаться действительными для использования в условиях развивающейся страны, если они не проверены и не доказали свою жизнеспособность. Стратегическое планирование устойчивого развития «пространственное и организационное планирование» и управление – это инструмент, с помощью которого корпорации будут иметь четкий, гибкий и облегчающий стратегический инструмент для стратегической интеграции устойчивого развития в свои бизнес-модели.

Организации, осуществляющие стратегическое планирование и управление устойчивостью, демонстрируют эффективную долгосрочную деятельность в условиях ограничений, налагаемых финансовыми, социальными и экологическими факторами. Эти организации реагируют на ситуацию, выстраивая стратегии, которые разумно создают и улавливают стимул долгосрочной внимательности. Многие ученые утверждают, что SSPM, как было продемонстрировано, постепенно уменьшает негативное воздействие на природную среду и общество в целом, одновременно укрепляя фирмы за счет включения новых моделей деятельности, исследования новых рынков и увеличения доли рынка в целом по отрасли, но с меньшими угрозами и операционными затратами. Таким образом, возникла необходимость применения методологии SSPM. Попытки развитых стран интегрировать свои местные правила выполнения

упражнений показали обнадеживающие результаты с точки зрения качества, расходов, репутации и открытия новых глобальных рынков. Что, в свою очередь, подчеркивает необходимость того, чтобы развивающиеся страны следовали этому процессу, чтобы получить вышеупомянутые преимущества и стать привлекательными факторами для тех организаций, которые находятся по другую сторону развивающегося мира. Тем не менее, нехватка литературы по SSPM в контексте развивающихся стран открывает новые жизненно важные места для исследований, подтверждает необходимость данного исследования и ту важную роль, которую результаты исследования могут сыграть на академической арене. Кроме того, развивающиеся страны приобретают свою специфику в этом отношении из-за различных общих факторов, таких как экономические колебания, нестабильные политические условия, отсутствие ощутимой интеграции устойчивого развития в формальные процессы принятия стратегических решений, многие другие технические трудности, такие как формулирование методов или прогнозных мер, дублирование полномочий, замедленное принятие решений, недостаток законодательства и нерешительность в реализации. Более того, литература подтвердила наличие общих черт между развивающимися странами, когда речь идет о стратегическом управлении и устойчивом развитии, что, в свою очередь, поддерживает идею о том, что данная исследовательская структура может быть обобщена в более широком масштабе и быть применимой для любой развивающейся страны. Однако внедрение SSPM в развивающихся странах может показать непредсказуемое поведение, если те же меры, которые применяются в развитых странах, были исследованы в контексте развивающихся стран.

Динамическая структура, облегчающая интеграцию SSPM в бизнес-модель производственных организаций – эта система похожа на Рамочную программу устойчивого стратегического развития и другие известные общие системы на общем верхнем уровне, но также отличается на операционном детальном уровне из-за специфики окружающей среды и граничных условий, особенно при использовании в развивающейся стране. Кроме того, при рассмотрении развивающейся страны, такой как Палестина, может возникнуть множество других факторов. Организации, работающие в частном производственном секторе Палестины, вынуждены подчиняться двум различным видам регулирования. Поскольку израильские власти регулируют экологическую политику, производственные организации одновременно обязаны соблюдать местные палестинские нормы. Кроме того, близость развитых европейских стран к Палестине подразумевает большее давление на палестинские производственные организации с целью повышения уровня их устойчивой деятельности. Эти нагрузки обусловлены взаимными торговыми и экологическими соглашениями, которым палестинские власти обязаны

следовать, чтобы сохранить международные фонды и поддерживать рост экспорта.

Эта разработанная система SSPM была создана с учетом сложных экологических (т.е. политических/оккупационных, экономических, культурных и т.д.) условий Палестины, и это может проложить путь для обогащения других уже имеющихся систем SSPM в промышленно развитых странах, особенно в нынешних сложных условиях пандемии COVID-19. Например, когда приоритет отдается финансовому выигрышу, а не охране окружающей среды. Более того, эта исключительная палестинская система может инициировать межкультурный обмен передовым опытом (между развивающимися и развитыми странами) для решения проблемы внедрения SSPM в обоих мирах.

В литературе изучалась лишь эффективность соответствующих рамок и инструментов, которые прямо или косвенно ведут к применению SSPM, что указывает на то, что в литературе проверялись инструменты, а не концепция. Такая неубедительность привела к расхождениям между учеными в развитых странах мира. В конечном выявлены потенциальные заблуждения в абстракции, связанной с SSPM, среди экспертов в данной области.

Поднимается дискуссия: могут ли модели планирования и управления устойчивым развитием, разработанные для организаций в промышленно развитых странах, быть непосредственно применимы к организациям в развивающихся странах?

Наконец, стратегическое лидерство является одной из областей, которые должны быть протестированы в будущих исследованиях в связи с его важностью и тем, что существует необходимость в адаптированных моделях стратегического лидерства для развивающихся стран, и необходимо больше сравнительных исследований для изучения рамок SSPM развивающихся и развитых стран, чтобы узнать о лучших практиках стратегического лидерства.

Использованные источники:

1. Абдрахманова, Д.Р. Эволюция представлений о системе стратегического планирования / Д.Р. Абдрахманова // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. 2019. № 2 (4). С. 136-140.
2. Александрин, Ю.Н., Набиулина, Т.Ю. Оптимизация инвестиционных стратегий в сетевом ритейле / Экономика: теория и практика. 2018. № 2 (26). С. 26-35.
3. Арманшина, Г.Р. К вопросу о стратегическом планировании и экономическом росте / Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2018. № 3. С. 310-312.

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В ПОВЕДЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРИОРИТЕТНОСТИ ПОТРЕБНОСТЕЙ НА РОЗНИЧНУЮ ТОРГОВЛЮ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Аннотация: Для компании важно измерять поведение потребителей для роста и увеличения доли рынка. Кризисы COVID-19 оказывают серьезное влияние на покупательское поведение и модели потребления людей, а также на их благосостояние, поэтому социология потребления уделяет особое внимание в период кризисов. В связи с угрозами, которые демонстрируют психологический процесс, лежащий в основе реакции на свободу, значительное влияние осведомленности о COVID-19, отношения к пандемии и типа продукта в магазине на изменения в поведении и приоритетах потребителей в условиях кризиса.

Ключевые слова: поведение потребителей, розничная торговля, отношение к покупкам, COVID-19, изменение приоритетов.

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE IMPACT OF CHANGES IN CONSUMER BEHAVIOUR AND PRIORITISATION OF NEEDS ON RETAILING DURING THE COVID- 19 PANDEMIC

Abstract: It is important for a company to measure consumer behaviour in order to grow and increase market share. COVID-19 crises have a major impact on people's purchasing behaviour and consumption patterns, as well as their well-being, which is why consumer sociology pays particular attention during crises. Due to the threats that demonstrate the psychological process underlying the reaction to freedom, the significant impact of COVID-19 awareness, attitudes towards the pandemic and the type of product in shop on changes in consumer behaviour and priorities in times of crisis.

Keywords: consumer behaviour, retailing, shopping attitudes, COVID-19, change in priorities.

Здоровье является фундаментальным требованием для построения продуктивного общества, когда оно может подавлять рост производства, потребления и общего благосостояния общества. Такие катастрофы в области здравоохранения, как вирус Эбола в Западной Африке, привели к дефициту финансирования в разных странах в течение двух лет. Аналогичным образом, пандемия, подобная атипичной пневмонии, нанесла глобальный экономический ущерб. Последствия этих катастроф в области здравоохранения можно наблюдать во многих секторах с долгосрочными последствиями. COVID-19 также прямо или косвенно негативно влияет на каждого человека, бизнес, учреждение, отрасль, страну и другие аспекты мировой экономики. Всемирный экономический форум сообщил о сокращении экономики на 12% в период с января по март 2020 года. Этот финансовый кризис существенно повлиял как на экономические, так и на социальные аспекты потребителей по всему миру. Этот кризис значительно сократил спрос, что, в свою очередь, снизило экономический рост в последние два квартала. Экономическое воздействие может быть не только ограничено системами здравоохранения, но и распространяться на торговлю, путешествия, сельское хозяйство, продукты питания и различные розничные рынки. Одним из наиболее подверженных влиянию секторов индийской экономической системы стало изменение покупательского поведения потребителей.

Покупательское поведение потребителей можно описать как совокупность процессов принятия решений под влиянием внутренних и внешних факторов. В нынешнем сценарии внешний элемент экономической нестабильности является наиболее влиятельным сектором, с которым сталкиваются потребители. Финансовый кризис, вызванный COVID-19, повлиял как на запланированное, так и на незапланированное покупательское поведение потребителей. Социальный, экономический сценарий изменил то, как потребитель совершает покупки, особенно то, какие товары он покупает и каковы причины этой покупки. Это влияние пандемии COVID-19 более очевидно в развивающихся странах, поскольку бедные слои общества сильно пострадали из-за падения спроса на рабочую

силу и роста цен на товары первой необходимости. Большинство потребителей меняют свое поведение и список предпочтений. Товары, связанные с гигиеной, основные продукты питания и домашние развлечения становятся более приоритетными в списке покупок в розничной торговле. Пандемия коронавируса замедлила экономический рост индийских предприятий розничной торговли, продающих товары не первой необходимости, такие как ткани, одежда, обувь и ювелирные изделия. Этот широко распространенный COVID-19 повлиял на сектор розничной торговли, закрыв торговые центры и сократив количество рабочих мест в розничной торговле. Розничной торговле необходимо внедрять новые способы охвата и привлечения покупателей, которые совершают покупки, не выходя из дома. Вероятно, розничные компании пересмотрят аспекты своей цепочки поставок, инвентаризации и систем доставки. Исторически сложилось так, что в периоды экономических спадов, рецессий и депрессий люди были прагматичны и сосредотачивались на удовлетворении своих потребностей, а не желаний. Когда количество дел увеличилось, домохозяйства начали резко корректировать свои традиционные расходы по целому ряду основных категорий. Покупатели будут нести ответственность за свою деятельность и стимулировать расходы, обусловленные потребностями, в этих знаменательных случаях. Во время чрезвычайной ситуации люди должны отделить нужды от потребностей. Дифференциация между нуждами и потребностями крайне важна, особенно во время денежного и социального кризисов. Для ритейлеров будет важно понять, что покупатели считают необходимым, а что излишеством.

Пандемия COVID-19 вызвала огромные изменения в поведении людей и стала причиной психологического бремени для них. Пандемия вызывает чрезвычайную денежную ситуацию, которая, таким образом, существенно влияет на поведение покупателей или именно на структуру потребления и расходов семейной ячейки. Хотя долгосрочные последствия COVID-19 еще предстоит выяснить, его быстрое влияние на розничную торговлю будет заметным. Розничные торговцы товарами первой необходимости, например, продуктами питания, товарами и социальным страхованием, сталкиваются с повышенным интересом к обслуживанию покупателей на родине, сталкиваясь при этом с трудностями инвентаризации, управления цепочкой поставок, доставки. Розничные продавцы товаров не первой необходимости, например, драгоценных камней, одежды и обуви, сталкиваются с критическим падением продаж и нуждаются в более эффективных подходах к работе с покупателями. Хотя для розничных торговцев крайне важно думать о быстрых, сиюминутных потребностях, чтобы выжить на этом рынке, не менее важно спрогнозировать, как изменится поведение покупателей во время и после пандемии. Для рекламодателей также важно знать, как изменится

расстановка приоритетов в потребностях потребителей, что повлияет на поведение покупателей.

Покупатель является наиболее важным элементом для любого бизнеса; следовательно, его поведение также имеет большое значение и критически важно для практического маркетингового опыта. Однако покупательское поведение покупателей может сильно колебаться и имеет сложную структуру. Покупательское поведение уже давно является предметом интереса в исследованиях многих деловых и научных кругов. Текущий экономический спад, вызванный COVID-19, повлиял на финансовую и социальную составляющие покупателей по всему миру. Рост безработицы, растущая инфляция, «замораживание» или уменьшение заработной платы, снижение покупательской способности, неблагоприятные денежные обстоятельства – это реалии, которые влияют на покупателей практически на всех национальных рынках.

Поведение покупателей радикально меняется во время чрезвычайных ситуаций в сфере здравоохранения. Существующие структуры реагирования покупателей на чрезвычайные ситуации фокусируются на сознательном подходе к различным видам социальных изменений. Кризисы могут оказывать прямое воздействие на ресурсы, доступные людям для принятия решений об их повседневном использовании. Ухудшение оплаты труда и безработица снижают заработную плату людей и оказывают прямое негативное влияние на структуру использования ресурсов. Косвенно, кризисы вызывают чувство уязвимости и могут побудить потреблять меньше и неожиданным образом.

Расходы покупателей на удовлетворение забытых потребностей, например, на питание, здоровье и жилье, в большинстве случаев растут во время спадов. Рецессии провоцируют рост расходов на удовлетворение потребностей. В этом качестве расходы покупателей смещаются от покупки дорогостоящих желаний к удовлетворению экзистенциальных потребностей. Как правило, типичные расходы покупателей, обусловленные потребностями, возвращаются после спада. Покупатели становятся по-настоящему стратегическими, концентрируясь на расходовании своих ограниченных средств на самое необходимое. В период спада потребители более осмотрительны, они думают о долгосрочных последствиях своих расходов и сознательно направляют средства на удовлетворение своих физиологических потребностей.

Потребительские расходы в условиях денежного кризиса, бума и восстановления. Их открытия свидетельствуют о том, что во время спадов повышается общая значимость продуктов питания, приготовленных дома, и снижается значимость приобретения товаров длительного пользования. Эта информация подкрепляет теорию психологии, согласно которой удовлетворение физиологических потребностей является главной заботой покупателей. Большинство финансовых потрясений повлияло на то, что

адаптация людей к кризису может быть совершенно разной: от скоординированных действий покупателей до индивидуального раскаяния, экономии ресурсов или увеличения потребления из-за снижения цен. Такие стратегии адаптации также широко варьируются в различных экономических группах и социальных условиях. Корректировки в потребительском поведении, возникающие в результате чрезвычайной финансовой ситуации, могут быть обусловлены личностными особенностями. Они включают в себя то, насколько клиенты не склонны к риску, познанию ценностей и материализму. Существуют три широкие обширные реакции на чрезвычайную ситуацию: сопротивление, усиление и устойчивость. В настоящем исследовании также утверждается, что поведение потребителей связано с осведомленностью о Ковид-19, отношением к пандемии и типом продукта, связанным с Ковид-19. Соответственно, выдвигаются гипотезы:

Гипотеза 1: Осведомленность о Ковид-19 положительно связана с развитием поведения потребителей во время пандемии COVID-19.

Гипотеза 2: Отношение к пандемии положительно связано с развитием поведения потребителей во время пандемии COVID-19.

Гипотеза 3: Тип продукта положительно связан с развитием поведения потребителей во время пандемии COVID-19.

Сопротивление относится к прекращению нежелательных рыночных практик, подпитываемых экономическим кризисом. Понятие усиления описывает модели потребления, ориентированные на покупку национальных товаров для поддержания экономики, что способствует формированию культуры этноцентризма. Наконец, понятие «устойчивость» относится к творческой реорганизации рынков, например, с помощью прямых торговых сетей и кооперативов. Хорошо видно, что понятие «преодоление» является основополагающим для преодоления экономических потрясений. Таким образом, кризисы не вызывают пассивной реакции, но люди должны активно переосмыслить, перестроить и реорганизовать свою повседневную жизнь.

Результаты показывают семь реакций покупателей, варьирующихся от осторожных трат, упрощения покупки и распределения, изменения продукта, поиска низкой цены, денежного беспокойства до модификаций продвижения и осведомленности. Результаты также связаны с социально-демографическими переменными, например, респонденты с низким доходом значительно сильнее реагируют на финансовые корректировки. Несколько покупателей, вероятно, не изменят свое потребление; некоторым необходимо сократить расходы, другие могут сократить потребление для сохранения средств на случай возможного будущего кризиса, некоторые покупатели могут даже потратить больше денег, чтобы повысить качество жизни на сиюминутной основе, а некоторые группы даже покупают больше или более качественные товары, поскольку цены в

целом ниже. Изменения в покупательской практике могут также определяться типами потребляемых продуктов и услуг. Это может быть значительным даже при денежном оглушении, поскольку, согласно закону Энгеля, снижение доходов приведет к общему увеличению расходов на предметы первой необходимости. Таким образом, люди будут тратить наиболее значительную долю на продукты питания и товары первой необходимости, но при этом будут откладывать или отказываться от покупки товаров длительного пользования и экстравагантных товаров.

Люди действительно совершают меньше покупок, однако они тратят больше времени на покупки. На покупательское поведение в основном влияют некоторые внешние и внутренние компоненты. Новое поведение потребителей претерпело ряд изменений. После вспышки COVID-19 произошла корректировка склонности к использованию СМИ, т.е. типов и использования СМИ, а также различных способов, с помощью которых они используют социальные сети, чтобы оставаться связанными, образованными и вовлеченными. Пандемические обстоятельства могут вызвать «черный океан», и рекламодатели используют технику «черного океана», чтобы создать шумиху по поводу отсутствия предложения или заявить о неэтичной практике и даже повысить расценки.

Гипотеза 4: Поведение потребителей положительно связано с изменением приоритетов в покупках во время пандемии COVID-19.

Гипотеза 5: Поведение потребителей положительно связано с изменением методов совершения покупок во время пандемии COVID-19.

Использованные источники:

1. Baker, Richard. *Advanced Financial Accounting*: научное издание / R. E. Baker, V. C. Lembke, T. E. King. – New York; St. Louis; San Francisco: McGraw-Hill Publishing Company, 2019. – 1190 p.
2. Абдрахманова Э. Р. Методики анализа финансовых результатов деятельности предприятия // *E-Scio*. 2022. № 6 (69). С. 517-522.
3. Анисимова Е. Н. Экономическая сущность и значение финансовых результатов финансово-хозяйственной деятельности организации // *Теория и практика современной науки*. 2019. №5 (35). С. 32.

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВАЖНОСТЬ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ И ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКСПОРТА, СВЯЗАННЫХ С ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ИННОВАЦИЯМИ

Аннотация: Учитывая институциональные пробелы и несовершенство рынка капитала в странах с развивающейся экономикой, мы предполагаем, что два типа ресурсов – институциональные ресурсы и финансовые ресурсы – имеют разную ценность в связке инновации-экспорт. Технологические инновации, воплощенные в патенте, оказывают положительное влияние на экспорт, но это влияние снижается под влиянием институциональных ресурсов (отражаемых государственной собственностью, принадлежностью к бизнес-группам и государственными субсидиями) и усиливается под влиянием внутренних финансовых ресурсов (отражаемых финансовой слабину).

Ключевые слова: инновации, экспортные показатели, перспектива контингентности ресурсов, институциональные ресурсы, финансовые ресурсы, финансовая слабина.

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE IMPORTANCE OF INSTITUTIONAL AND FINANCIAL RESOURCES FOR EXPORT PERFORMANCE RELATED TO TECHNOLOGICAL INNOVATION

Abstract: Given the institutional gaps and capital market imperfections in emerging economies, we suggest that the two types of resources - institutional resources and financial resources - have different values in the innovation-export nexus. Technological innovation embodied in a patent has a positive impact on exports, but this impact is reduced by institutional resources (reflected by government ownership, business group affiliation and government subsidies) and amplified by domestic financial resources (reflected by financial slack).

Keywords: innovation, export performance, resource contingent perspective, institutional resources, financial resources, financial slack.

Вопрос о том, вносят ли технологические инновации вклад в экспортные показатели компаний, привлекает большое внимание ученых. Существующие исследования зафиксировали неоднозначное влияние инноваций на эффективность экспорта, измеряемую склонностью к экспорту и интенсивностью экспорта. Это свидетельствует о необходимости разработки ситуационной перспективы, которая прояснит условия, при которых ценность инноваций для экспорта увеличивается или уменьшается. Присвоение инноваций для экспорта требует значительных затрат ресурсов для обеспечения успеха.

Однако в условиях развивающихся экономик ресурсы для инноваций ограничены, а институциональные особенности и институциональные пустоты в сочетании с несовершенными рынками капитала еще больше усугубляют проблему нехватки ресурсов. В центре внимания данной статьи – влияние инноваций на экспортные показатели в зависимости от взаимосвязи ключевых характеристик институциональных ресурсов в странах с развивающейся экономикой в сочетании с внутренними финансовыми ресурсами компаний. Исследовательский вопрос: «Какую роль играют институциональные ресурсы и финансовые ресурсы в воздействии инноваций на показатели экспорта в странах с развивающейся экономикой»?

Институциональные ресурсы охватывают ресурсы, которые фирмы получают в результате взаимодействия с институциональной средой. Для стран с развивающейся экономикой характерны институциональные пустоты, низкая благоприятность окружающей среды, но высокая неопределенность, постоянные изменения в регулировании и быстро меняющаяся бизнес-среда, что приводит к увеличению дискреционных полномочий правительства в распределении ресурсов. Для снижения неопределенности и рисков, связанных с особенностями

институциональных систем, включая некоторые институциональные пустоты и ограниченность ресурсов, фирмы часто используют или налаживают связи с государственными органами. Такие усилия предлагают фирмам институциональные ресурсы, которые они могут использовать и задействовать.

Институциональные ресурсы фирм могут быть либо приписаны через государственную собственность и принадлежность к бизнес-группам, либо приобретены через государственные субсидии. Институциональные ресурсы полезны для фирм, чтобы продвигать свои деловые интересы. Однако такие преимущества могут негативно влиять на взаимосвязь инноваций и экспорта, поскольку институциональные ресурсы привлекают внимание компаний к инновациям на внутренних рынках, устанавливают границы для компаний с точки зрения необходимости удовлетворения интересов правительств и государства и могут быть связаны с вопросами управления и менеджмента.

Что касается финансовых ресурсов, то из-за неразвитости финансовых рынков в странах с развивающейся экономикой, которые характеризуются слабой защитой инвесторов и обеспечением исполнения контрактов, а также высоким уровнем информационной асимметрии, компании часто сталкиваются с тем, что доступ к внешнему финансированию представляет собой серьезную проблему, и поэтому полагаются на внутренние ресурсы. В свете этого мы сосредоточили внимание на внутренних финансовых ресурсах компании или финансовом провисании. Финансовое провисание относится к ликвидным финансовым ресурсам, которые могут быть быстро (повторно) развернуты (относительно выделенных ресурсов) для поддержки действий, соответствующих организационным стратегиям, таким как инновации и экспорт.

Финансовая слабость в условиях развивающейся экономики не только предоставляет фирмам ресурсы для использования инноваций в целях экспорта, но и защищает их основную деятельность от неопределенности внешней среды и позволяет им использовать возможности для адаптации к внешней среде. Другими словами, они обеспечивают фирмам структурную основу, операционную гибкость и управленческую свободу действий для принятия оперативных мер по реализации инноваций для экспорта. Следовательно, финансовый дефицит может усилить положительное влияние инноваций на показатели экспорта.

Страны представляют собой ценный контекст для изучения сдерживающего влияния институциональных и финансовых ресурсов на взаимосвязь инноваций и экспорта. Было признано, что впечатляющие экономические показатели, обусловленные в основном рыночными реформами, избытком рабочей силы и открытостью для мировой экономики, являются неустойчивыми. Чтобы решить эту проблему, страны

быстро продвигаются вперед в области инноваций. Тем не менее, до сих пор ведутся активные дискуссии о том, являются ли инновации движущей силой экономических показателей компаний в целом и экспорта в частности, и при каких условиях. В то время как фирмы используют финансовый дефицит для запуска инноваций в интересах экспорта, институциональные ресурсы создают проблемы для эффективного использования производственных ресурсов, подрывая условия для реализации ценности инноваций для экспорта.

Влияние использования ресурсов на результаты деятельности фирмы является основополагающим в теории фирмы. В условиях дефицита ресурсов, институциональных пробелов и несовершенства рынков капитала в странах с развивающейся экономикой руководителям и политикам необходимо лучше понимать роль различных ресурсов в предпринимательской деятельности.

Показывая, что различные типы ресурсов могут вызывать вариации в эффекте инноваций на экспорт, мы раскрываем роль институциональных и финансовых ресурсов, обновляя исследования инноваций и экспорта, которые в основном сосредоточены на прямом влиянии инноваций на экспортные показатели с неявными предположениями о наличии и эффективном использовании компаниями достаточных ресурсов для осуществления инноваций и экспорта одновременно и синергетически, но не формализуя ресурсный контекст развивающихся экономик.

Хотя институциональные и финансовые ресурсы являются ключевыми факторами, определяющими эффективность экспорта, компаниям с развивающейся экономикой, ориентированным на инновационную стратегию экспорта, необходимо более глубокое понимание таких условий для более обоснованной практики. Таким образом практика о том, что следует «одновременно рассматривать несколько ресурсов или возможностей вместо того, чтобы изучать один ресурс или возможность за один раз».

Основные атрибуты государственного капитализма, связанные с институциональными системами, влияют на взаимосвязь инноваций и экспорта, тем самым отвечая на призывы лучше понять, как разнообразие национальных институциональных систем влияет на международные деловые операции. Государственный капитализм, а он удивительно ориентирован на внешний рынок касается целого ряда институциональных механизмов и практик и формирует институциональные ресурсы, которые фирмы приписывают себе или приобретают в результате своей встроенности в институциональную среду и взаимодействия с ней. Это открывает возможность для критического диалога, который может привести к лучшему пониманию того, как ключевые аспекты государственного капитализма влияют на связь инноваций и экспорта.

Существует игнорируемый вопрос внутреннего финансового положения фирм в международных сделках, связанных с инновациями. Вывод о положительном модулирующем влиянии финансового простоя расширяют наше понимание роли внутренних финансовых ресурсов в экономической деятельности, подчеркивая необходимость финансовых реформ для (дальнейшего) развития рынков капитала в странах с развивающейся экономикой, которые находятся на пути к устойчивому экономическому развитию на основе инноваций.

Гипотеза 1: Инновации положительно влияют на показатели экспорта.

Гипотеза 2: Инновации положительно влияют на склонность к экспорту, так что инновационные фирмы с патентами с большей вероятностью будут заниматься экспортом.

Гипотеза 3: Инновации положительно влияют на интенсивность экспорта, то есть инновационные фирмы с патентами имеют тенденцию к более высоким экспортным продажам.

Консенсус, отраженный в аргументе Гипотеза 1, неявно предполагает, что ресурсы, имеющиеся в распоряжении фирм, эффективно используются и достаточны для одновременного и синергетического развития инноваций и экспорта. В этом предположении может быть доля истины для фирм в развитых странах, большинство из которых могут получить доступ к необходимым ресурсам для инноваций и экспорта, а также для развития синергии между инновациями и экспортом. Такие результаты являются следствием высокого качества институтов, обеспечивающих эффективные рынки труда, финансов и поддержки бизнеса, которые позволяют фирмам получить необходимые ресурсы. Однако институциональные системы стран с развивающейся экономикой зачастую недостаточно развиты и имеют институциональные пустоты, что усугубляет проблемы нехватки ресурсов для компаний.

Как и инновации, экспорт подвержен значительным (и часто разным) рискам и неопределенностям и требует значительных затрат ресурсов для обеспечения успеха. Экспорт влечет за собой значительные, часто специфические для конкретной местности затраты и риски, включая создание экспортных каналов, транспортировку, выполнение специфических для экспорта административных функций и накопление информации о спросе на экспортном рынке, а также преодоление таких негативных потрясений, как неблагоприятная ситуация на международных рынках или неожиданные валютные риски. Кроме того, использование инноваций для экспорта часто требует привлечения дополнительных ресурсов. Например, производство продукции для международного рынка может потребовать от экспортеров получения дополнительной информации о предпочтениях иностранных клиентов и рыночных

правилах, а затем модификации вновь разработанных продуктов или процессов в соответствии с требованиями экспортного рынка.

Таким образом, необходимы дополнительные производственные ресурсы, связанные с наймом дополнительного персонала и модификацией инфраструктуры и оборудования. Учитывая центральную роль ресурсов как в инновациях и экспорте, так и в использовании инноваций для экспорта, логично рассмотреть взаимосвязь инноваций и экспорта с точки зрения зависимости от ресурсов в контексте развивающихся экономик.

Использование подхода, основанного на зависимости от ресурсов, помогает прояснить граничные условия, при которых ценность инноваций для экспорта, с точки зрения, как склонности к экспорту, так и интенсивности экспорта) повышается или снижается.

Использованные источники:

1. Мировая экономика: введение во внешнеэкономическую деятельность. Учебное пособие для вузов. Елова М.В., Муравьева Е.К., Панферова С.М. и др. - М.: Логос, 2000г.;
2. Финансовое право Учебное пособие. Грачева Е.Ю., Соколова Э.Д., Изд. "Новый юрист", Москва, 2001г.

*Майкова П.Н.
студент 1 курса магистратуры
Институт машиностроения
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Бобишоева А.У.
студент 1 курс бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СВЯЗЬ МОТИВАЦИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ С ОРГАНИЗАЦИОННЫМ КЛИМАТОМ

Аннотация: мотивация играет центральную роль в достижении высоких показателей в организациях. Поскольку организационный климат может быть тесно связан с мотивацией сотрудников, обеспечение мотивирующей среды в промышленных компаниях зависит от способности менеджеров создавать благоприятный организационный климат. Основная цель данной работы – выделить наиболее значимые аспекты организационного климата, которые повышают внутреннюю и внешнюю мотивацию сотрудников. Анализируя взаимосвязи между измерениями организационного климата и мотивацией, результаты продемонстрируют влияние организационного климата на уровень мотивации сотрудников.

Ключевые слова: производительность предприятия, человеческие ресурсы, индикаторы измерения, мотивация сотрудников, организационный климат, внутренняя мотивация, внешняя мотивация.

*Maikova P.N.
1st year graduate student
Institute of Mechanical Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Bobishoeva A.U.
1st year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

LINKING HUMAN RESOURCE MOTIVATION TO ORGANISATIONAL CLIMATE

Abstract: Motivation plays a central role in achieving high performance in organisations. Since organisational climate can be closely related to employee motivation, providing a motivational environment in industrial companies depends on managers' ability to create a favourable organisational climate. The main purpose of this paper is to highlight the most significant dimensions of organisational climate that enhance employees' intrinsic and extrinsic motivation. By analyzing the relationships between dimensions of organizational climate and motivation, the results will demonstrate the impact of organizational climate on the level of employee motivation.

Key words: enterprise performance, human resources, measurement indicators, employee motivation, organizational climate, intrinsic motivation, extrinsic motivation.

Мотивация сотрудников представляет собой ключевой фактор, определяющий действия и поведение, которые материализуются в усилия и энергии для достижения целей компании и достижения своих собственных целей. В этом контексте, организационный климат компании влияет на мотивацию сотрудников и эффективность их работы. Что касается важности, которую мотивация труда имеет на производительность сотрудников на рабочем месте, необходимо подчеркнуть роль организационного климата, как предиктора улучшения мотивации сотрудников. Организационный климат в компании организационная структура, поведение руководства, политика компании, решения, отношения с коллегами по работе, условия работы, физическая атмосфера влияют на мотивацию человеческих ресурсов. Коллеги, рабочие помещения, физическая атмосфера, влияют на мотивацию, удовлетворенность и общую. Создание организационного климата, способствующего укреплению тех факторов, которые оказывают положительное влияние на мотивацию сотрудников. Улучшение, определяет высокие показатели в организациях и стимулирует организационные результаты. Мотивы, которые определяют вовлечение работников в трудовую деятельность, разнообразны. Поэтому, сотрудники работают для того, чтобы удовлетворить свои материальные и психологические потребности. Существует четыре категории факторов, которые объясняют вовлечение работников в трудовую деятельность: потребность в доходе, потребность в отдыхе, потребность в преимуществах и побуждение к работе. Время и усилия, затрачиваемые на выполнение трудовой деятельности, зависят от отношения работников относительно зарплаты, отдыха, преимуществ и импульса к работе. Работа мотивации можно описать как набор внутренних и внешних факторов, которые инициируют рабочее поведение и определяют его направление, интенсивность и продолжительность. Рабочую мотивацию можно определить, измеряя удовлетворенность и производительность труда. В

таких обстоятельствах менеджеры должны сосредоточить внимание на выявлении потребностей работников и их запросов относительно характеристик рабочей среды, чтобы создать мотивирующее рабочее место и получения высоких организационных результатов. Согласно теории Герцберга, внешние факторы не приводят к удовлетворенности и производительности труда, но их наличие является предпосылкой для мотиваторов, но их присутствие является предпосылкой для того, чтобы мотиваторы произвели свой эффект. Отсутствие внутренних факторов определяет неудовлетворенность, а их присутствие в работе сотрудников представляет собой источник трудовой мотивации и удовлетворенности.

Организационный климат определяется как субъективное восприятие работниками того, как их рабочая среда влияет на них как на людей. Поскольку он в большей степени связан с личностью и с окружающей рабочей средой, организационный климат «основан на воспринимаемых моделях конкретного опыта и поведения людей в организациях». Существует различие между организационным климатом, который включает в себя «то, как люди воспринимают свою рабочую среду» и организационной культурой, которая относится к нормам и «тому, как все делается в организации».

Что касается вопроса организационного климата, следует подчеркнуть, что признано влияние факторов организационного климата на достижение организационных целей, предлагая сильные прогнозы в отношении рабочей мотивации, вовлеченности сотрудников в работу, удовлетворенности работой, производительности и отношения других сотрудников.

Физическое окружение (мебель, оборудование), технологическое окружение (рабочие процессы, организация рабочего места, машины, оборудование, оборудование), правила, поддержка, предлагаемая сотрудникам, вознаграждения), политическая среда и экономическая среда представляют собой элементы организационного климата, которые влияют на сотрудников.

Для того чтобы способствовать улучшению мотивации сотрудников, необходимо определить факторы организационного климата, которые стимулируют сотрудников к достижению целей организации. Сотрудники промышленных компаний могут быть мотивированы в своей трудовой деятельности созданием и поддержанием организационного климата, который стимулирует их желание хорошо выполнять рабочие задачи и удовлетворять свои потребности путем достижения организационных целей. В этом контексте представляется важным определить влияние факторов организационного климата на работников внутреннюю и внешнюю мотивацию, так как это направляет сотрудников на принятие позитивного отношения к своей повседневной работе.

Мотивационным измерениям, проверяя переменные внутренней мотивации (ценность их работы, признание и благодарность, ответственность, возможности личного развития, мотивация). Признание, ответственность, возможности личного развития, возможности продвижения по службе), а другие относятся к внешней мотивации (компетентность менеджера, работа).

Мотивации (компетентность менеджера, условия работы, зарплата, гарантии занятости, политика компании). Другие вопросы относились к измерениям организационного климата: поддержка, оказываемая сотрудникам, правила и процедуры, машины и оборудование и процедуры, машины и оборудование, отношение к коллегам по работе, физическая атмосфера, политика стимулирования сотрудников, инновации, система вознаграждения, финансовые условия и конфликты.

Выявление преобладающих типов мотивации осуществлялось путем расчета частот (а именно, количества случаев с каждым уникальным значением переменной) мотивационных переменных. Переменные ранжируются в зависимости от частоты значения «в очень большой степени». Аналогичное упражнение, включающее ранжирование частот факторов организационного климата, проверенных с помощью исследовательского инструмента, было выполнено. Измеряя интенсивность корреляции между мотивацией сотрудников и организационным климатом, было выполнено ранжирование переменных организационного климата и мотивации по частотам их максимальных значений.

Мотивации в отношении факторов организационного климата, характерных для их компаний, и влияние, которое факторы организационного климата оказывают на мотивацию сотрудников.

Суммируя переменные частоты ответов работников «в очень большой степени», было замечено, что преобладающими мотивационными факторами, которым работники промышленных фирм придают большое значение, являются следующие: гарантия занятости (предложение гарантии занятости представляет собой наиболее важную мотивационную стратегию играют (условия труда, предлагаемые работникам, очень важны для выполнения ими своей работы), менеджер (менеджер, работающий в промышленных фирмах, придает большое значение мотивации), компетентность руководителя (для сотрудников очень важно, чтобы руководитель был эффективным), признание (для сотрудников очень важно, чтобы у них был позитивный настрой), для сотрудников важно иметь положительную обратную связь от своих коллег и руководителей), ценность работы (сотрудники получают удовольствие от своей работы), зарплата (зарплата влияет на деятельность сотрудников), ответственность (большинство сотрудников мотивированы на работу). Большинство сотрудников не мотивированы тем, что несут ответственность на рабочем

месте), продвижение по службе, личностное развитие и политика компании (промышленные компании не предлагают в качестве мотивационной стратегии возможность продвижение сотрудников, их личное развитие, а политика компании не мотивирует сотрудников в работе).

Более того, сотрудники ценят хорошую сплоченность коллектива, определяющую высокий уровень мотивации, а также финансовые условия, машины, оборудование, используемые в их повседневной деятельности, физическая атмосфера на рабочем месте, правила и процедуры, применяемые на предприятии.

Таким образом, можно сделать вывод, что хорошее сотрудничество с коллегами по работе положительно влияет на то, какое значение они придают полученной положительной обратной связи, получаемой от коллег и менеджеров при достижении показателей

Менеджеры должны создавать оптимальный организационный климат, придавая большее значение улучшению финансовых условий компании, приобретению оборудования и оборудования и машин, облегчающих работу сотрудников, созданию общей физической атмосферы на рабочем месте, внедрению правил и процедур, которые должны обеспечить сотрудникам возможность брать на себя ответственность за работу и больше ценить своих руководителей.

Использованные источники:

1. Адашев, А. У. Мотивация персонала как функция менеджмента / А. У. Адашев, Х. О. Арслонов // *Мировая наука*. – 2019. – № 1(22). – С. 34-37.
2. Аргашокова, О. И. Проблемы управления мотивацией персонала / О. И. Аргашокова // *Социально-гуманитарные технологии*. – 2020. – № 4(16). – С. 23-31.
3. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / Майкл Армстронг, Стивен Тейлор. – 14-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, Прогресс книга, 2018. – 1038 с.

*Майорова Т.А.
доцент
отделение журналистики, рекламы
и связей с общественностью
Ивановский государственный университет
Россия, г.Иваново*

**ДИАГНОСТИКА ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТОВ К ОСВОЕНИЮ
КУРСА «ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ»
(МОДУЛЬ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ») НА ОСНОВЕ
ПРОЕКТА ПРОФСТАНДАРТА**

Аннотация: в статье предлагаются подходы к диагностике профессионально ориентированных знаний и умений студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Ориентиром при этом служит проект профессионального стандарта «Специалист по связям с общественностью».

Ключевые слова: связи с общественностью, профессиональный стандарт, диагностика, методика преподавания.

*Mayorova T.A.
associate professor
department of journalism, advertising and public relations
Ivanovo State University
Russia, Ivanovo*

**DIAGNOSIS OF STUDENTS READINESS FOR THE COURSE
"FUNDAMENTALS OF INTEGRATED COMMUNICATIONS"
(MODULE "PUBLIC RELATIONS") ON THE BASIS OF PROF
STANDARD**

Annotation: the article provides approaches to career guidance diagnostics of professional skills development of students according to training program 42.03.01 Advertising and public relations. In this case, the professional standard, posted on the RPRA (Russian association of public relations) website, serves as a reference point.

Keywords: public relations, professional standard, diagnostics, teaching methods.

Приступая к освоению профессионально ориентированного курса «Основы интегрированных коммуникаций» (модуль «Связи с общественностью» – далее СО), преподаватель неизбежно ставит перед

собой цель получить сведения о предыдущем опыте деятельности и уровне развития компетенций студентов.

Сделать этот своеобразный «входной контроль» можно различными способами. Мы предлагаем при этом провести анкетирование с опорой на положения проекта профессионального стандарта, выложенного на сайте Российской Ассоциации по связям с общественностью. При этом мы придерживаемся следующих принципов составления вопросов: их соответствия некоторым позициям профессионального стандарта; перевода позиций стандарта в плоскость личного опыта студентов; наличия измеримого эквивалента диагностического материала (баллы, уровни).

Приведем примеры задаваемых в анкете вопросов. Студентов просим конвертировать обозначенные позиции в баллы, где 3 – это высокий уровень проявления знаний и умений, 2 - проявляются частично, 1- проявляются в малой степени, 0 - не проявляются.

№	Трудовая функция	Адаптированные вопросы
Обобщенная трудовая функция: Развитие человеческого капитала и самоорганизация		
1	Долгосрочная профессиональная стратегия развития	1.1. Я представляю себя в качестве специалиста по СО 1.2. За последний год я - читал (а) новости по профилю подготовки; - читал(а) книги по профилю подготовки; - посетила семинар (ы); - закончила курсы.
2	Соблюдение этики деловых отношений	2.1. Я изучил(а) Этический кодекс специалиста в области СО и - знаю его положения, - выделил (а) «узкие» места, проблемы
Обобщенная трудовая функция: Разработка коммуникационной стратегии		
3	Сбор информации	3.1. Я знаю, - где искать информацию по отдельным проблемам интегрированных коммуникаций; - у кого узнать экспертное мнение; - как провести опрос целевых групп.
4	Анализ ситуации	4.1. Я имею представление о - том, что означает термин «коммуникационная стратегия»; - качественном и количественном анализе публичной информации с точки зрения интересов базисного субъекта СО; - различных способах анализа целевой аудитории; - конкурентном анализе; - анализе коммуникационных угроз, слабых сторона, преимуществ и возможностей во взаимодействии с целевыми аудиториями объектами коммуникации; 4.2. Я имею интерес к конкретной организации, имею опыт ее ситуационного анализа с точки зрения реализации ее коммуникационной стратегии
5	Определение	5.1. Я умею определять цель коммуникационной деятельности

	целевого репутационного образа компании	организации по результатам анализа текущей ситуации в ней. 5.2. Я смогу обозначить задачи коммуникационной деятельности организации по результатам анализа текущей ситуации в ней.
6	Оценка эффективности КС	6. Я смогу определить КРІ (ключевые показатели эффективности) по основным направлениям СО-деятельности (качественные и количественные).
7	Способ Реализации КС	7. Я могу отобрать коммуникационные инструменты, необходимые для достижения поставленной цели
Обобщенная трудовая функция: Управление проектами		
8	План проекта	8. Могу определить этапы реализации СО-проекта и их последовательности для достижения результата.
9	Анализ опыта проектной деятельности	9 Я имею опыт - учебной проектной деятельности, ориентированной на социальные коммуникативные активности; - оставления документов по ведению проектов (план, дорожная карта, отчет...); - выступления с результатами проектной деятельности; - руководства проектной деятельностью группы участников
10	Анализ итогов и обратной связи	10.1. Могу провести анализ проекта по критериям оценки результата. 10.2. Знаю способы получения и анализа обратной связи от заказчика, исполнителей. 10.3. Имею опыт разработки рекомендаций для минимизации рисков аналогичных проектов в дальнейшем.
11	Организация внутренних коммуникаций в ходе проекта	11.1. Знаю стандартную систему внутренних коммуникаций в организации. 11.2. Могу отобрать компоненты этой системы, актуальные для конкретной организации. 11.3. Могу разработать документ, регламентирующий внутреннюю коммуникацию (частота и порядок коммуникаций между участниками)
Реализация коммуникационной стратегии		
12	Непрямые коммуникации	12.1. Могу определить целевые группы заинтересованных лиц проекта (стейкхолдеров) 12.2. Имею опыт разработки и публикации специальных текстов, сопровождающих проектную деятельность и привлекающих внимание к ней (например, в школьной газете, в социальных сетях) 12.3. Владею - дизайнерскими программами; - искусством видео/фотосъемки 12.4. Имею собственный ресурс (блог, ютубканал), задачей которого является продвижение проекта
13	Прямые коммуникации	13.1. Состою в социально активных сообществах (клубах, активах, ассоциациях...) - участник (член);

	<ul style="list-style-type: none"> - руководитель 13.2. Являюсь амбассадором организации 13.3. Имею опыт <ul style="list-style-type: none"> - проведения мероприятий, рассчитанных на конкретную аудиторию; - модерации на мероприятии; - публичной экспертной деятельности (например, в составе жюри); - приглашения гостей на публичное мероприятие; - фандрайзинговой деятельности; - волонтерской деятельности
Итого	135

Примерная шкала готовности освоению курса «Основы интегрированных коммуникаций»(модуль «Связи с общественностью»)/ориентированности студентов на деятельность в области связей с общественностью

Высокий уровень готовности – 135 - 110

Повышенный уровень готовности – 109 - 90

Базовый уровень готовности – 89 - 70

Низкий уровень готовности – менее 69.

Данная методика позволяет выявить

- ориентированность студентов на деятельность в области связей с общественностью;
- коммуникативные и деятельностные дефициты;
- индивидуальные маршруты освоения курса и, как следствие, освоения новых знаний и умений.

В заключение скажем, что при систематическом применении подобного анкетирования можно получить динамические показатели, позволяющие судить о качестве освоения профессиональных компетенций.

*Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ НАВЫКОВ СТУДЕНТОВ ВУЗА В УСЛОВИЯХ ПРИМЕНЕНИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ

Аннотация: в последнее время во всем мире наблюдается тенденция к росту цифровизации. Этот термин занял все сферы нашей жизни, в том числе образование. Статья предлагает вниманию некоторое представление о готовности студентов к цифровой эре, оценке их цифровой грамотности и цифровых навыков и компетенций, их мотивации продолжать обучение на расстоянии, их способности брать на себя ответственность за свое обучение.

Ключевые слова: цифровые навыки, компетенции, цифровизация, обучение, дистанционное обучение.

*Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*
*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University*

ON THE PROBLEM OF THE FORMATION OF DIGITAL SKILLS OF UNIVERSITY STUDENTS IN THE CONTEXT OF DISTANCE LEARNING

Abstract: in recent years, there has been a trend towards an increase in digitalization around the world. This term occupies all limits of our life, including education. The article offers a French presentation on students'

readiness for the digital age, assessing their digital literacy and digital skills and competencies, their motivation to pursue distance learning, their ability to take responsibility for their own learning.

Key words: digital skills, qualification, digitalization, training, distance learning.

Для того чтобы лучше понять проблему, нам нужно внимательно изучить термин «цифровизация образования». Самое простое определение означает использование компьютеров, мобильных устройств, другого оборудования, Интернета, различного программного обеспечения и других цифровых технологий для обучения студентов всех возрастов. Однако весь процесс цифровизации намного шире. О.У. Иванова дает следующее определение: «Цифровизация образования - это естественный и логичный путь развития образования в сетевом обществе, способный эффективно и конкретно решать весь спектр запросов этого сообщества, стремящегося к безграничному непрерывному образованию». Исходя из этого, мы можем резюмировать, что цифровизация образования - это процесс глубокой модернизации и изменения образовательного процесса в целом на всех этапах обучения, который отвечает всем вызовам современного мира [3].

Цифровизация подразумевает автоматизацию всех современных экономических процессов, начиная с разработки продукта и заканчивая доставкой потребителю и последующим обслуживанием. В нашем быстро меняющемся мире работодателям нужны кадры, готовые работать с новейшими технологиями. Следовательно, потребность в сотрудниках, не обладающих специальными навыками, быстро уменьшается, и единственное решение этой проблемы - полная трансформация образовательного процесса, происходящая в данный момент. Однако на сегодняшний день правительство инициировало несколько приоритетных проектов, таких как «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» и «Цифровая школа», которые направлены на решение текущих задач образования в России. Согласно докладу Центра стратегических исследований и Высшей школы экономики «12 решений для нового образования», вузы должны стать инновационными центрами, которые станут опорой технологического и инновационного развития регионов и государств [1].

Быстрое развитие научных и технологических инноваций увеличит потребность в доступном повышении квалификации и приобретении новых навыков на протяжении всей карьеры или, возможно, даже в кардинальном изменении профессии и карьерного пути, где университеты будут играть одну из ключевых ролей. Цифровизация приводит к значительному увеличению выбора курсов и дисциплин, доступных для изучения, а международное и междисциплинарное сотрудничество в области науки и исследований становится проще. Это также делает

образование более доступным и индивидуальным, обеспечивает свободу исследований и расширяет возможности автономного обучения. Автономное обучение способствует лучшему усвоению информации и повышению мотивации к учебе. Тем не менее, согласно данным «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации», у этих изменений есть менее оптимистичная сторона. Как и любая другая трансформация, процесс цифровизации образования сопряжен с некоторыми рисками, среди которых:

- низкий уровень доверия и решимости студентов и академического сообщества использовать современные образовательные технологии, основанные на цифровом контенте;

- низкая эффективность применения методов цифровизации обучения;

- консервативный взгляд на образовательные организации и учреждения;

- низкая активность работодателей и инвесторов в поддержке разработки качественного цифрового контента [4].

Цифровизация предполагает повышение цифровой грамотности и цифровых навыков. Цифровая грамотность - это владение современными информационными технологиями для работы, жизни и способность искать, оценивать полученную информацию; цифровые навыки - это способность человека применять информационные технологии, которые делятся на общие (применяемые в повседневной жизни, например, поиск информации в Интернете, использование офисного программного обеспечения, программное обеспечение для анализа и обработки данных и т.д.), профессиональные (необходимые для создания услуг и ресурсов) и дополнительные, которые смесь первых двух типов (например, использование социальных сетей и других цифровых мессенджеров для работы и др.) [1]. Согласно статистике Высшей школы экономики, наиболее распространенным цифровым навыком в Российской Федерации является работа с текстовым редактором. Достижение этой цели будет невозможно без соответствующего уровня компетентности студентов, которые вскоре выйдут на рынок труда, поскольку помимо развития инфраструктуры для развития цифрового образования, человеческий капитал также имеет большое значение. Подводя итог, только через модернизацию образования, непрерывное профессиональное и саморазвитие, а также совершенствование, развитие цифровых навыков и компетенций студентов, что включает:

- применение новых образовательных технологий в учебном процессе;

- модернизацию содержания образовательных программ и учебных планов с целью развития необходимых компетенций;

— развитие информационно-образовательной среды на базе современных программно-аппаратных комплексов; и только тогда мы сможем прийти к качественно новому образованию [2].

Среди студентов направления «Экономика» был проведен опрос. Спрашивали, считают ли они, что их цифровые компетенции адекватны реалиям нашей нынешней системы дистанционного обучения. Их ответы были следующими:

— 21% респондентов (34 человека) считают, что их текущий уровень цифровых компетенций более чем достаточен для дистанционного обучения;

— 63% респондентов (100 человек) считают, что в основном их компетенции достаточны, хотя признают, что у них есть определенные трудности, но и они могут их победить;

— 13% респондентов (21 человек) предположили, что их цифровые компетенции лишь частично соответствуют текущим требованиям;

— 1,8% респондентов (3 человека) пришли к выводу, что они не обладают адекватными цифровыми навыками;

— 1,2% респондентов (2 человека) затруднились с ответом.

Таким образом, студенты чувствуют себя довольно уверенно во время дистанционного обучения из-за изоляции и пандемической ситуации в стране. Тем не менее, мы также можем проследить некоторые проблемы с мотивацией студентов к учебе, увидеть тенденции откладывать дела на потом, не применять критическое мышление и т. д.

Использованные источники:

1. Байбородова, Л. В. Ключевые идеи субъектно-ориентированной технологии индивидуализации образовательного процесса в педагогическом вузе / Л. В. Байбородова, В. Н. Белкина, М. В. Груздев, Т. Н. Гущина. – Текст: непосредственный // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2018. – Т. 8, № 5. – С. 7–21.

2. Байбородова, Л. В. Концепция воспитания студентов в педагогическом университете / Л. В. Байбородова, М. И. Рожков. – Текст: непосредственный // Высшее образование: проблемы и трансформации: коллективная монография. – Ульяновск: Зебра, 2019. – С. 14–23. – ISBN 978-5-6043667-8-3.

3. Кречетников, К. Г. Образовательная среда как отражение личностного информационного пространства педагога / К. Г. Кречетников. – Текст: непосредственный // Научно-методические проблемы инновационного педагогического образования: сборник научных трудов. – Саратов, 2018. – С. 192–195.

4. Николаева, Ю. С. Проектирование персонифицированной информационно-образовательной среды и оценивание качества магистерской подготовки технического вуза / Ю. С. Николаева, Н. И. Пак. – Текст: непосредственный // Решетневские чтения. – 2018. – Т. 2. – С. 579–580.

*Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ

Аннотация: в статье подчеркнуты все необходимые аспекты формирования межкультурной компетенции студентов. Статья рассматривает социолингвистическую особенность молодежи как основную часть межкультурной компетентности.

Ключевые слова: межкультурная компетентность, культура, межкультурная коммуникация, студенты, обучение.

*Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*
*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University*

PRINCIPLES OF FORMATION OF INTERCULTURAL COMPETENCE OF STUDENTS

Abstract: the article highlights all the necessary aspects of the formation of intercultural competence of students. The article considers the sociolinguistic feature of youth as the main part of intercultural competence.

Key words: intercultural competence, culture, intercultural communication, students, learning.

В настоящее время основа прогресса и развития всех стран зависит от мирной жизни, стабильности взаимоотношений и толерантности народов.

Долг каждого гражданина - проявлять положительное отношение к культуре других народов, уважать их национальные ценности и традиции, сохранять их культурное наследие для следующего поколения.

Кроме того, целью всех высших учебных заведений является набор специалистов, обладающих высоким профессионализмом, знаниями, опытом и свободно владеющие иностранными языками.

Межкультурная компетенция дает возможность участвовать в отношениях на всех уровнях. Несмотря на это не все аспекты тщательно изучены. Различные принципы межкультурной компетенции и ее модели можно найти в некоторых книгах.

Межкультурная компетенция – это совокупность знаний и идей, которые формируются посредством навыков, обеспечивающих успешную систему общения с представителями других культур, механизмов и моделей поведения.

В этой статье мы обсуждаем знания и навыки, связанные с межкультурной компетентностью и процессами успешного общения.

Межкультурная компетентность имеет три формы: перцептивную, коммуникативную и интерактивную. Эти три компонента тесно взаимосвязаны, и развитие одного из них приводит к развитию двух других аспектов [3].

Социальное восприятие имеет более широкий диапазон, чем другие аспекты общения, и играет главную роль в формировании социальных установок.

Исследователи изучают три аспекта как основные этапы приобретения навыков этнокультурной компетентности. К ним относятся: культурное сознание, самосознание, межкультурное сознание [1].

Согласно модели развития межкультурной чувствительности М. Беннета, этот процесс формирования межкультурной компетентности проходит через девять этапов. Человек, находящийся в окружении инокультурных атрибутов (язык, традиции и др.) вступает в естественную этноцентрическую стадию. На этом этапе отказ от культурных различий и их деградация не наблюдается. Затем начинается следующий этап-этнорелятивистский. Замечено, что человек принимает отличия другой культуры, и происходит процесс адаптации. На стадии интеграции человек может дать адекватную обратную связь в межкультурных ситуациях, реагировать на поведение представителей других культур соответствующим образом, и даже он может направить свои мысли или манеры на две или более культуры.

Исследования показывают, что дети с биэтнической направленностью достигают большей свободы в познавательной сфере и

обладают высочайшей степенью творчества и адаптации. Кроме того, двуязычие является результатом межкультурной компетентности, и большинство двуязычных детей проявляют универсальность в их способностях, интеллекте и знаниях.

Короче говоря, этот процесс объединил новое и старое мышление в образовательной системе и внутри школы всего общества и стал результатом реформ в сфере культурного образования. С помощью этих реформ было подтверждено, что учебный процесс и методика, различия в навыках, личном опыте, отношении и эмоциях были связаны с другими. Иными словами, аффективный аспект играет более важную роль, чем когнитивный [2].

Как правило, система преподавания иностранных языков помогает учащимся столкнуться с культурой носителей изучаемого языка и формирует у изучающих открытость и уважение к культурным различиям. Основные ресурсы образования используются для достижения этой цели и решают проблемы моделей стереотипов и неточной интерпретации других культур.

Следующая форма объясняет комплекс характеристик целевого языка и культуры в системе взаимосвязей и лингвистического опыта изучающих язык. Он включает три объекта:

- изучение языка,
- металингвистическое образование;
- межкультурное образование.

Взаимосвязь между разговорным языком, развитием языковых отношений и межкультурной связи. Так описывается анализ имеющейся информации и представление актуальности работы.

Студенты могут расширить свои знания и открыть для себя новые грани языка. Для этого учащиеся должны вступить в контакт с носителями изучаемого языка посредством прослушивания, чтения и рассказывания историй.

В процессе изучения языка, учащиеся упорядочивают особенности языка как системы, а также языковой строй и словарный запас путем сопоставления иностранного языка с родным языком. [3]

Студенты расширяют свои знания языка, связанного с этой культурой. Более того, в процессе осмысления связи между языком и культурой они будут иметь представление о богатом наследии собственной культуры.

По этой программе был проведен эксперимент по формированию межкультурной компетенции на языковом фоне. Это означает, что учитывалась значимость иностранного языка, который является основным критерием этнокультурной чувствительности. Для данного исследования был выбран метод исследования, рассматривающий

социолингвистическую коммуникативную компетентность, которая является основным компонентом межкультурной компетентности и эмфатических особенностей личности.

В соответствии с ним были проведены экспериментальные работы со студентами. Результаты эмпирического анализа эксперимента «Индекс компетентности» показали следующее. [1]

Интерпретация результатов показывает, что в высших учебных заведениях в результате обучения русских и иностранных студентов формируется адаптация к поведению там представителя другой национальности. Поэтому формирование межкультурной компетенции, социальной перцептивной установки и эмфатического чувства не проходит для них с большим трудом. Чем больше в вузе представителей других национальностей, тем выше эмфатический и социально-перцептивный индекс студентов.

С помощью выбранных в статье методов и экспериментов показано, что социолингвистическая компетентность является основным компонентом межкультурной компетенции. Данные методы могут показать не только уровни межкультурной сензитивности и социолингвистической компетентности, но и дать возможность использовать тренинги, помогающие развивать эти качества поэтапно и проводимые дважды.

Эти методы систематически подходят к проблеме развития компетенций и повышают языковые способности целевой группы, а также изучают опыт освоения каждого языка в широком масштабе.

Использованные источники:

1. Байбородова, Л. В. Концепция воспитания студентов в педагогическом университете / Л. В. Байбородова, М. И. Рожков. – Текст: непосредственный // Высшее образование: проблемы и трансформации: коллективная монография. – Ульяновск: Зебра, 2019. – С. 14–23. – ISBN 978-5-6043667-8-3.
2. Бермус А. Г. Практическая педагогика. Учебное пособие. М.: Юрайт, 2020. 128 с.
3. Куцебо Г. И., Пономарева Н. С. Общая и профессиональная педагогика. Учебное пособие для вузов. М.: Юрайт, 2019. 128 с.

УДК 378.14.015.62

*Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ-ПЕДАГОГОВ

Аннотация: в статье анализируется актуальная проблема университетской дидактики развития профессиональной компетентности студентов в процессе модернизации высшего образования. Особое внимание уделено развитию коммуникативных компетенций будущих экономистов-педагогов как ключевой составляющей их профессиональной компетентности.

Ключевые слова: компетентность, профессиональные компетенции, коммуникативные компетенции, студенты, обучение.

*Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University*

PROFESSIONAL COMPETENCIES OF FUTURE ECONOMIST- TEACHERS

Abstract: The article analyzes the actual problem of university didactics in the development of students' professional competence in the process of modernization of higher education. Particular attention is paid to the development of communicative competencies of future economist-teachers as a key component of their professional competence.

Key words: competence, professional competences, communicative competences, students, training.

Коммуникативная компетентность экономистов-педагогов рассматривается как овладение педагогическими приемами обучения и воспитания школьников, совокупностью возможностей, предоставляемых специалисту для выполнения необходимой деятельности, входящей в его квалификацию. Эти виды деятельности осуществляются в процессе приобретения знаний, связанных с производственной средой и условиями, навыками речи и творческого мышления в реальных бытовых ситуациях. В статье представлены коммуникативные компетенции экономистов-педагогов. Особое внимание уделено природе четырех компонентов, имеющих одно и то же название и одинаковых по количеству: мотивационного, познавательного, деятельностного и рефлексивного, но различных по содержанию. Уровни развития профессиональной подготовки студентов экономистов-педагогов охарактеризованы следующим образом: высокий, средний и низкий.

Основная задача, связанная с подготовкой экономиста-педагога, сложна, прежде всего, тем, что экономические и управленческие знания очень быстро устаревают, а с другой стороны, меняются педагогические условия и методы подготовки. Процесс подготовки будущих экономистов-педагогов должен быть ориентирован на обеспечение добросовестности и качественного преподавания общепрофессиональных и специальных учебных дисциплин экономического и управленческого цикла, составляющих основу профессиональной подготовки будущих экономистов-педагогов. Цель подготовки – сформировать у студента умение самостоятельно искать новую информацию и анализировать ее.

До настоящего времени отсутствуют исследования, посвященные процессу формирования профессиональной компетентности студента, становящегося педагогом в процессе педагогической практики. Модель процесса формирования профессиональной компетентности не разработана. Углубленный анализ педагогической практики студентов выявляет ряд противоречий. Тезисы противоречия между:

— потребностью общества в профессионально компетентных специалистах в области образования и существующая в вузовской системе образования подготовка будущих педагогов, где акцент делается на предмете, который будет преподавать будущий педагог;

— традиционная система преподавания психологии, педагогики и методики преподавания предмета обособлены друг от друга, а объективная тенденция заключается в интеграции этих наук;

— необходимость развития профессиональной компетентности будущих учителей в педагогической практике и

отсутствие всестороннего теоретического и экспериментального исследования процесса [2].

Профессиональная компетентность специалиста в целом представляет собой совокупность способностей, качеств и характеристик личности, а также знаний и опыта, необходимых для успешной профессиональной деятельности в той или иной сфере. интересы, направленные на профессиональную подготовку.

Мы определили структуру компетенций. Она включает в себя следующие три группы: компетенции в профессиональной деятельности - технологические и информационные; компетентность в профессиональном общении - коммуникативная; компетентности в профессиональной реализации личности - социально-психологической, ценностно-смысловой и общекультурной.

Одной из базовых компетенций, входящих в профессиональные компетенции будущего экономиста-педагога, является коммуникативная компетентность, поэтому кратко остановимся на сущности и компоненты. Будущие специалисты могут быть представлены в форма структуры, состоящей из взаимосвязанных компонентов, завершением которых являются различные компетенции [3].

К коммуникативным компетенциям экономистов-педагогов относятся:

- умение правильно излагать свою точку зрения в устной и письменной форме по обсуждаемым вопросам;
- умение участвовать в дискуссии и отстаивать свое мнение; владение иностранными языками;
- умение излагать научно-исследовательские материалы; знания для заочного обсуждения;
- готовность и навыки работы с ИКТ общего и специального характера.

Педагогические аспекты формирования профессиональных компонентов экономистов-педагогов можно выразить в нескольких основных направлениях, реализуемых в процессе обучения в ВУЗах. Эти направления базируются на общепедагогических принципах и заключаются в:

- единстве образования и обучения;
- фундаментальной подготовке и максимально дифференцированной индивидуализации;
- тесной связи теории с практикой и усилении прикладного характера обучения; - интенсификации учебного процесса;
- овладение знаниями, умениями, навыками и компетенциями для самообразования.

Оценка качества профессиональной подготовки будущих экономистов-педагогов невозможна без определения критериев и показателей оценки на основе которых уровни для развития могут быть разделены.

Профессиональная компетентность является системообразующим элементом модели личности будущего специалиста. Это должно осуществляться как основная цель образования, обеспечивающая подготовку высокообразованных людей и квалифицированных специалистов, способных к профессиональному росту и профессиональной мобильности в условиях современного общества [1].

Практическая значимость нашего исследования заключается в возможности реализации полученных результатов по следующим направлениям: систематическое использование разработанных научно-методических основ для построения учебных планов и программ профессионально-фундаментальных и специальных учебных дисциплин при подготовке будущих экономистов-педагогов; применительно к профессионально-ориентационному компоненту образования через использование учебных задач, максимально приближенных к реальным профессиональным задачам; применительно к предложенному тракту о коммуникативно-педагогической компетентности экономиста-педагога как ориентиру для прошедших стажировку и повысивших свою квалификацию.

Использованные источники:

1. Казначевская Г. Б. Основы экономической теории. Учебное пособие. М.: Феникс. 2020. 384 с.
2. Поликарпова Т. И. Основы экономики. Учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт. 2019. 254 с.
3. Щуркова Н. Е. Педагогика. Воспитательная деятельность педагога. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 320 с.

*Макимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

Аннотация: в статье анализируются теоретические аспекты характеристик компетентности и развития компетентности. Дизайн исследования основан на компетенции, определяемой как совокупность связанных знаний, навыков и способностей. Эмпирическое исследование основано на теоретических предпосылках и предполагает изучение компетенций студентов, факторов развития, навыков и различий в зависимости от специальности студентов, пола, опыта работы и курса обучения. Эти результаты могут быть полезны для преподавателей, обучающихся студентов, и для каждого человека, определяющего свои слабости и необходимость развития компетентности.

Ключевые слова: компетенции, студенты, развитие компетенций, компетентность, образование.

*Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti*
*Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University*

DEVELOPMENT OF STUDENT COMPETENCIES

Abstract: The article analyzes the theoretical aspects of the characteristics of competence and the development of competence. Research design is based on competence, defined as a set of related knowledge, skills, and abilities. Empirical research is based on theoretical premises and involves the

study of students' competencies, developmental factors, skills and differences depending on the student's specialty, gender, work experience and course of study. These results can be useful for teachers teaching students, and for each person identifying their weaknesses and the need to develop competence.

Key words: competences, students, development of competences, competence, education.

Хорошо развитые компетенции помогают организации согласовать свое стратегическое развитие с планированием человеческих ресурсов (HR) с использованием различных HR-процессов, таких как эффективный набор, обучение, инструктаж и вознаграждение.

Отсутствие консенсуса в отношении определения компетенции означает, что дискуссии, связанные с компетенциями, имеют не только теоретическую, но и эмпирическую актуальность. Обзор литературы показывает, что компетенции варьируются от личных качеств до поведения на работе и включают в себя все, что между ними.

Обзор литературы предлагает множество определений компетентности. В этом исследовании мы следуем концепции компетентности как кластера связанных знаний, навыков, умений и моделей поведения, которые влияют на основную часть работы (роль или ответственность), которые коррелируют с производительностью на работе, что могут быть измерены по общепринятым стандартам, которые можно улучшить с помощью обучения и развития, а также которое должностное лицо должно привести к должности, чтобы компетентно выполнять свои задачи и функции [3].

Милкович и Ньюман утверждают, что определение компетентности развивается таким образом, что расплывчатые идеи, касающиеся самооценки, черт характера и мотивов, заменяются описаниями поведения, связанными с бизнесом. Тетт, Гутерман, Блейер и Мерфи определяют компетенции как рабочее поведение, основанное на индивидуальных чертах. Обзор компетенций, используемых тремя крупными управленческими консалтинговыми фирмами, показывает, что компетенции включают черты (например, «креативность», «самопознание» и «объективность»), знания (например, «технические знания», «процедурные знания» и «бизнес-знания»), навыки (например, «проведение презентаций» и «коучинг»), способности (например, «политическая смекалка», «стремление к результатам» и «стратегическая гибкость») и поведение (например, «противостояние непосредственным подчиненным», «управление другими» и «слушание»). Компетенции следует признавать и оценивать на основе конкретных контекстуальных характеристик, особенно того, как они развиваются, что они представляют в организации и какую роль они играют в обеспечении потребительской ценности.

Многие другие определения, основанные на различных взглядах на компетентность, можно разделить на три конкретных подхода к процессу определения:

- ориентированный на работника подход,
- ориентированный на работу подход и
- многомерный подход.

Спенсер и Спенсер описали компетенцию как индивидуальную характеристику, существующую на трех уровнях:

— знания и навыки находятся «на поверхности» и поэтому поддаются наблюдению и измерению.

— черты и мотивы глубоко укоренены в личности и, как правило, связаны с более устойчивыми характеристиками, такими как личность.

— я-концепция находится посередине и включает в себя индивидуальные установки, ценности и представление о себе.

Эти три уровня связаны с индивидуальной эффективностью посредством модели «намерение-действие-результат». На основе этой теории организациям рекомендовалось сосредоточить внимание на более «основных» отдельных элементах (чертах и мотивах), поскольку поверхностные характеристики (знания и навыки) легче изменить посредством обучения и развития. По их мнению, такие «основные» параметры лучше всего измерять путем изучения поведения человека [2].

Основной целью выявления компетенций является определение стандартов поведения на рабочем месте. Чтобы улучшить навыки рабочей силы, многие страны начали принимать стандартные компетенции. Четко определенные компетенции могут помочь организации согласовать свое стратегическое развитие с планированием HR (человеческих ресурсов) с использованием различных HR-процессов, таких как эффективный набор, обучение, инструктаж и поощрение. Часть авторов также обнаружили, что моделирование компетенций дает более прямую информацию, связанную с бизнес-целями и стратегиями, чем другие методы [2].

Большинство определений развития компетенций включают поддержку или улучшение результатов деятельности человека.

Компетенция описывает важные способы демонстрации компетентности; компетентность – это состояние высокой квалификации. Парри определяет компетенцию как знание, отношение или навыки, которые определяют основные способности, необходимые для успешного выполнения данной работы. МакЛаган предполагает, что компетенции можно рассматривать шестью различными способами: рабочие задачи; результаты трудовых усилий; выходы; знания, умения и установки; качества, которые описывают лучших исполнителей, и наборы атрибутов.

Международный совет по стандартам обучения, производительности и обучения определяет компетенцию как набор связанных знаний, навыков и отношений, которые позволяют человеку эффективно выполнять деятельность по данной профессии или должностной функции в соответствии со стандартами, ожидаемыми при трудоустройстве. Таким образом, компетентность связана с эффективностью работы и может быть измерена на основе общепринятых стандартов. Этот подход сочетает в себе несколько точек зрения, в том числе: сбор знаний, навыков и установок; определение рабочих задач; качества лучших исполнителей, которые можно надежно измерить [1].

Модели компетенций ценятся, потому что они предлагают согласованную основу для интеграции систем управления человеческим капиталом и помогают привести действия сотрудников в соответствие с общими стратегическими целями организации. Модели развития компетенций используются для определения необходимых знаний, навыков, отношений, способностей и рабочих задач в рамках определенной профессии или роли в организации. Построение действительного набора стандартов компетентности представляет собой крупномасштабный процесс исследований и разработок.

В этом исследовании компетенция определяется как набор связанных знаний, навыков, способностей и моделей поведения, которые влияют на основную часть работы и коррелируют с производительностью на работе, могут быть измерены в соответствии с общепринятыми стандартами, могут быть улучшены посредством обучения и развития, и которые должностное лицо должно довести до положения, чтобы компетентно выполнять свои задачи и функции. Модели развития компетенций используются для определения необходимых знаний, навыков, отношений, способностей и рабочих задач в рамках определенной профессии или роли в организации. Результаты могут быть полезны для преподавателей, обучающихся студентов, и для каждого человека, определяющего свои слабости и необходимость развития компетентности.

Использованные источники:

1. Байбородова, Л. В. Концепция воспитания студентов в педагогическом университете / Л. В. Байбородова, М. И. Рожков. – Текст: непосредственный // Высшее образование: проблемы и трансформации: коллективная монография. – Ульяновск: Зebra, 2019. – С. 14–23. – ISBN 978-5-6043667-8-3.
2. Бермус А. Г. Практическая педагогика. Учебное пособие. М.: Юрайт, 2020. 128 с.
3. Куцебо Г. И., Пономарева Н. С. Общая и профессиональная педагогика. Учебное пособие для вузов. М.: Юрайт, 2019. 128 с.

*Максимова Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Гуманитарно-педагогический институт
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*
*Андреев Г.О.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация: исследования в области обучения будущих экономистов возникли еще в прошлом веке в связи с необходимостью повысить качество подготовки будущих специалистов. В последующее время повышенное внимание всего мира к развитию практической экономики увеличило актуальность этого поля для оценки экономических результатов и качество жизни.

Ключевые слова: компетенции, обучение, образование, обучение экономистов, профессиональное образование.

*Maximova E.S.
2nd year graduate student
Humanitarian-Pedagogical Institute
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Andreev G.O.
3rd year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University*

FORMATION OF COMPETENCIES OF FUTURE ECONOMISTS IN PROFESSIONAL EDUCATION

Abstract: research in the field of training future economists arose in the last century in connection with the need to improve the quality of training of future specialists. In subsequent years, the increased attention of the whole world to the development of practical economics has increased the relevance of this field for assessing economic results and quality of life.

Key words: competencies, training, education, training of economists, professional education.

Следующие цели обучения были определены для улучшения образования инфраструктуры и развития компетентного персонала: технические навыки; социальные и этические навыки, личные и профессиональные качества.

Желаемый результат для каждого навыка зависит от целевой аудитории; цели образования, а также уровень знаний различных людей отличается. Подготовка экономистов должна быть направлена на обеспечение: осведомленности, знания того, как применить навык.

Определены следующие результаты выпускников экономических факультетов, которые включали различные направления развития и научного самосовершенствования: способности будущих экономистов как исследователей, подхода исследователя-экономиста к своей будущей деятельности, роли исследователя как профессионала.

Соответственно, на основе этих постулатов были предприняты попытки установить и определить профессиональные навыки в области экономики и способы их применения на практике с использованием знаний, решения проблем, креативности и навыков межличностного общения.

При написании работы был изучен массив литературы в рамках охвата заданных тем.

Установленные компетенции и параметры компетентности могут помочь прояснить, как будущие профессионалы в области экономики могут наиболее плодотворно направить свое развитие [2].

Компетенции также можно использовать в новых программах обучения и помочь в оценке существующих обучающих программ. В конечном итоге эти усилия будут способствовать развитию глобальной рабочей силы, направляя профессионалов, работодателей и образовательные учреждения на улучшение понимания и набора навыков для оценки ценности здравоохранения.

Потребность в формальных компетенциях не редкость, поскольку новая дисциплина становится областью все более и более, связанной с экономикой, такие как маркетинг и менеджмент, испытали аналогичный рост и аналогичные кадровые потребности. Экспертные группы в этих областях сделали прогресс в определении компетенций для этих сотрудников

В целях исследования был проведен опрос студентов и преподавателей с целью определить понимание влияния этих профессиональных компетенций на личностное развитие будущих экономистов. Преподаватели отметили следующее. В сфере отдельных компетенций наибольшее часто в академических программах

рассматривается экономический анализ наряду с практической деятельностью, экономическое моделирование, оценка технологий, перспективные и ретроспективные исследования, статистика и аналитика, научные экономические статьи, систематические обзоры литературы, разработка и представление презентаций, а также полезность и качество жизни исследований [3].

Наименее часто охватываемые в академических программах компетенции – это оценка поставщиков и управления, взаимодействие и отношения с клиентами, а также деловые операции,

Студенты сообщили, что они знакомы со всеми областями компетенции, но значительно меньше подвергаются воздействию областей управления бизнесом, оценки технологий.

Охват индивидуальных компетенций, заявленных преподавателями, были проанализированы, а также охват компетенций, о которых сообщают студенты.

Респонденты в целом считали важными или критически важными следующие компетенции: моделирование экономических процессов, требований и разработка доказательств, статистика и аналитика, экономический анализ, перспективные и ретроспективные исследования, полезность и исследования качества жизни, систематические обзоры литературы, ретроспективные исследования баз данных претензий.

Важнейшими индивидуальными компетенциями были ведение научной деятельности, ретроспективные исследования базы данных требований, систематический обзоры литературы, исследования полезности и качества жизни, экономический анализ, тестирование, ценообразование.

Статистика и аналитика, экономическое моделирование отложены на второй план. Респонденты сообщили, что индивидуальные компетенции, наиболее относящиеся к их работе, включают в себя исследования, общение с менеджерами, сосредоточение внимания на решениях, успехе и презентации.

Рамки компетенций представляют собой важный шаг к достижению соглашения о знаниях, навыках и качествах, необходимых для профессионалов [1].

Инициатива отражает значительные усилия всех советов на сегодняшний день в сочетании с работой по подтверждению отдельных компетенций и области, используя важные данные не только из руководящих организаций, но и от ключевых групп (преподаватели, студенты).

Благодаря этим усилиям было установлено, что респонденты общего опроса полностью согласны с важностью их компетенций и актуальностью для их работы. Преподаватели отметили высокий уровень охвата

компетенций, а студенты средний или высокий уровень владения этими компетенциями.

Выявленные компетенции следует рассматривать по странам, регионам, отраслям, специальностям и типам занятости (руководство или сотрудник), поскольку их актуальность, вероятно, будет варьироваться в зависимости от этих характеристик. Также было бы целесообразно сравнить структуру экономических специальностей со структурой смежных дисциплин (например, маркетинг, менеджмент), возможна встреча с лидерами этих инициатив для выявления областей дублирования уроков, полученных знаний и возможности для сотрудничества [2].

Хотя эта схема может применяться на разных этапах карьеры, результаты работы, представленные в данной статье, наиболее актуальны для студентов и начинающих специалистов. Данные о объеме компетенций в академических программах может помочь университетам оценить сильные стороны и слабые стороны своих программ, а также разработать нишевые или специальные степени или сертификаты по конкретным темам. Повышение специализации научных навыков в области экономики также указывает на ценность непрерывного профессионального образования, такого как программа краткосрочных курсов, которые имеют глобальный масштаб и могут быть быстро разработаны.

Еще один вывод из наших результатов заключается в том, что сочетание научных навыков и навыков межличностного общения, которые включены в структуру, подчеркивает важность обучения программам на рабочем месте, чтобы лучше подготовить новых специалистов в области экономики для успеха в рабочей среде.

Результаты этой работы позволят компаниям, нанимающим профессионалов, более точно описать навыки, необходимые для их должности, и кандидатов на работу. Эта работа также послужит источником информации для формальных специальностей академической и программы профессионального развития.

Также необходимо указать на некоторые оговорки, связанные с проведенным опросом. Во-первых, размер выборки не позволял провести анализ подгрупп по странам или регионам. Важность актуальности компетенций может варьироваться в зависимости от культурных взглядов на экономику, бюджеты, структуру бизнеса и наличие (или отсутствие) официальных требований к обучению специалистов. Кроме того, объем академической программы – а, следовательно, и степень ознакомления студентов с компетенциями – различается в зависимости от региона.

Можно сказать, что профессиональные компетенции экономистов напрямую связаны с развитием их личности, что позволит им получить всесторонне подготовленного и ценного специалиста во всех отношениях в будущем.

Использованные источники:

1. Куцебо Г. И., Пономарева Н. С. Общая и профессиональная педагогика. Учебное пособие для вузов. М.: Юрайт, 2019. 128 с.
2. Поликарпова Т. И. Основы экономики. Учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт. 2019. 254 с.
3. Щуркова Н. Е. Педагогика. Воспитательная деятельность педагога. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 320 с.

*Тагоева С.М., к.п.н.
старший преподаватель
кафедра фонетики и лексикологии английского языка
ГОО «Худжандский государственный университет
имени академика Б.Гафурова»
Шарифбадалов Б.И.
студент 1 курса магистратуры
факультет иностранных языков
ГОО «Худжандский государственный
университет имени академика Б.Гафурова»*

ЛЕКСИКО - СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА СЕМЬЯ

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые проблемы лексико-семантического ценностного концепта Семья. А также проанализируется все собранные примеры репрезентаций семейных ценностей и ценностного концепта Семья и приводится их лексико-семантическая классификация. Авторы, основываясь на теоретическом анализе ученых, делают вывод о том, что реализация базовых значений лексемы Семья может происходить как с положительной, так и с отрицательной оценкой, что говорит о наличии в структуре составляющих лексемы Семья оценочного компонента, который проявляется в рамках определенного контекста.

Ключевые слова: концепт, концептуальный анализ, когнитивная деятельность, эмоционально-оценочное содержание.

*Tagoeva S. M., candidate of pedagogical sciences
senior teacher
department of phonetics and lexicology of english
SEI "Khujand state University named after academician B. Gafurov"
Sharifbadalov B.I.
master degree of the first year
department of phonetics and lexicology of english languages
SEI "Khujand state University named after academician B. Gafurov"*

LEXICO-SEMANTIC ANALYSIS OF THE CONCEPT FAMILY

Annotation: The article deals with some problems of the lexical-semantic concept Family. And also all the collected examples of representations of family values and the value concept Family are analyzed and their lexico-semantic classification is given. Based on the theoretical analysis of scientists, the authors conclude that the implementation of the basic meanings of the lexeme

Family can occur both with a positive and negative assessment, which indicates the presence in the structure of the components of the lexeme Family of an evaluative component that manifests itself within a certain context.

Key words: concept, conceptual analysis, cognitive activity, emotional and evaluative content.

Данная статья посвящена структурированию ценностного концепта Семья и описанию базовых характеристик его концептуального поля.

«Цель концептуального анализа проследить путь познания смысла концепта и записать результат в формализованном семантическом языке...»[1, с.1]. Для нас является целесообразным изучить результаты когнитивной деятельности для понимания и структурирования изучаемого ценностного концепта Семья.

На основе определения Ю.С. Степанова: «Концепт – это сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека...»[2, с.43], мы постараемся проследить особенности культуры современного общества, анализируя результаты опроса и речевые акты как отражение мышления личности, в частности, нас интересует отношение и оценка обществом ценностного концепта Семья, следует, эмоционально-оценочное содержание гиперконцепта Семья.

Анализ лексико-семантического поля концепта Семья представляет собой один из главных методов исследования данного концепта. И. А. Стернин отмечает в своей работе «Методы языкового и концептуального анализа», что концепты построены на основе поля-ядра, структура концепта включает в себя чувственный образ, информационный контент и смысловое поле. Смысловое поле содержит когнитивные свойства, которые интерпретируют смысловое содержание концепта. К ним относятся оценочные значения концепта, вызванные эмоции, предписания, прагматически признаки, информация о видах, типах и разновидностях явлений, о типичном представителе этого феномена, а так же многие периферийные особенности всеобщего и индивидуального характера, которые получены из содержания концепта [3, с.10].

Анализ словарных дефиниций позволил нам выделить основные/ ядерные значения лексемы Family. На этой статье предполагается проанализировать все собранные примеры репрезентаций семейных ценностей и ценностного концепта Семья и провести их лексико-семантическую классификацию. Основанием такого анализа с использованием текстов художественных произведений, в первую очередь, являются основные значения слова Family, которые реализуются в рамках определённых контекстов и тем самым раскрывают содержание изучаемого ценностного концепта Семья.

В качестве контекстов для прагма-семантического и когнитивного анализа были отобраны следующие произведения художественного жанра, написанные в 20 -21 веке: Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада», Даниэла Стил «Счастье» («Папочка»), Николас Спаркс «Последняя песня».

Писатели в своих произведениях поднимают проблему семейных ценностей таких как, значимость семьи и ее роль в жизни главных героев.

В связи с тем, что персонажи всех художественных произведений, использованных для сбора языковых репрезентаций ценностных категорий гиперконцепта Семья, являются представителями американской лингвокультуры, их семейные ценности могут значительно отличаться от ценностей, представленных в ценностной картине мира других народов.

Все категории рассматриваются с точки зрения ценностных атрибутов, представленных в виде языковой интерпретации.

Прежде всего, мы рассмотрим контексты, в которых отражены основные характеристики лексемы Family, полученные в результате дефиниционного анализа.

Так, **первую группу** составляют примеры репрезентации понятия Family в значении *dwelling* как «дом, квартира, другое место обитания, которое делит группа людей, объединённая определёнными отношениями».

(1) *It took four weeks for me to feel human again and another two until I began to feel that living at home was unbearable. Mom and Dad were great, but being asked where I was going every time I left the house—or where I'd been every time I returned—got old quickly* [5, с.:6].

Данный пример (1) взят из книги Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада». Героиня покинула отчий дом и сейчас вспоминает о недавнем прошлом. Из контекста мы узнаём, что «дом»у главной героини ассоциируется с семьёй “*Mom and Dad*”. Тем не менее, благодаря прилагательному “*unbearable*”- «невыносимо»и выражению “*got old quickly*”- «надоело», можно понять, что, отношение героини к дому скорее негативно, что вполне объяснимо, ведь многие, достигшие совершеннолетия стремятся как можно быстрее покинуть дом и начать взрослую самостоятельную жизнь.

(2) *She lived in Purchase, New York, in a beautiful house they almost owned, after fourteen years of struggling with the mortgage. She had three children, one dog, the last hamster had finally died the year before. And she had a husband she loved* (DD: 4).

В примере (2) из произведения Даниэла Стил «Счастье» («Папочка») можно наблюдать совершенно иную картину. Перед нами героиня, которая состоит в браке практически 20 лет. Лексема Дом в примере (2) наделена положительной оценкой (“*beautiful*”). В словах “*fourteen years of struggling with the mortgage*”, эксплицитно выражена ценность дома как долгожданного приобретения. Более того, в контексте мы наблюдаем и

другие ядерные значения лексемы Family- “children”, “relations” (“*three children*”, “*a husband she loved*”).

Вторая группа представлена примерами, в которых реализуется *relations*- отношения родственные, близкие отношения, родство по крови.

(3) “... *Marriage is for women who are looking for someone to support them. I want to take care of myself, Oliver Watson*” [4, с.4].

(4) *In the eighteen years they'd been married, she'd become so dependent on him. He took care of all the little problems in her life, and most of the big ones. It was like living in a hermetically sealed world, with Ollie always there to protect her* [4, с.4].

(5) В примерах (4, 5) героиня описывает замужество. Брак не позволяет героине раскрыться, за 20 лет он сделал её зависимой от супруга («*she'd become so dependent on him*»), это подтверждает сравнение “*in a hermetically sealed world*”. Семейные отношения здесь описаны скорее негативно. Взаимодействуют две крайности, брак- это всегда поддержка другого члена семьи, как и в данном случае, однако героиня жаждет независимости/ самостоятельности.

(6) *Okay, she wasn't the worst mom. She really wasn't. And when she was feeling generous, Ronnie might even admit that she was pretty good as far as moms went. < ... > and Ronnie wished for the hundredth time that she'd been born in May instead of August. That was when she'd turn eighteen, and her mom wouldn't be able to force her to do anything. Legally, she'd be old enough to make her own decisions ...* [6, с.7].

Таким образом, мы на основе примеров проанализировали два типа отношений: родственные и близкие, и можем прийти к определенному выводу, что зачастую эти отношения могут оцениваться негативно, хотя имеют и положительную настройку (поддержка, контроль).

К **третьей группе** относятся примеры, которые репрезентируют основное значение “children”- дети.

В произведении «Счастье» («Папочка») Даниэлы Стил хорошо прослеживается тема детей, более того отношения к детям со стороны главного героя и героини во многом различны.

(7) “*Is that what Oliver feels too?*” *She didn't answer for a long moment. She didn't want to tell him that Ollie had always wanted more children* [4, с.10].

(8) *He was doing well, advancing rapidly in the firm, and even if they had been starving, he wouldn't have let her get an abortion. He just wouldn't. It was their baby. Theirs. And long before the baby came, he loved it* [4, с.5].

В примере (7) указывают на любовь главного героя к детям, что нельзя сказать о его жене, безусловно, данный пример не часто встречается в настоящей жизни, но он и не является редкостью. Особенно в американском менталитете, где наблюдается равноправие между супругами. Более того повторение притяжательного местоимения в

предложениях “*It was their baby. Theirs.*» не только обозначает важность детей для главного героя, дети для него являются частью семейной жизни.

В ходе лексико-семантического анализа нами было установлено, что реализация базовых значений лексемы Семья может происходить как с положительной, так и с отрицательной оценкой, что говорит о наличии в структуре составляющих лексемы Семья оценочного компонента, который проявляется в рамках определенного контекста.

Таким образом, ядерные значения лексемы Семья, выявленные в результате дефиниционного анализа подтверждаются языковыми репрезентациями, представленными в текстах художественных произведений. Ядерные значения могут встречаться в одном контексте, взаимодействовать или дополнять друг друга, функционировать как ценности в ценностной картине мира главных героев, отрицая другие ценности или доминируя благодаря наличию определённого оценочного компонента. Поэтому, базовые значения могут расцениваться как основные составляющие ценностно-смыслового пространства концепта Семья.

Так, в рамках реализации значения *dwelling* мы можем выделить *home* как составляющий компонент, связанный с ценностным концептом Семья, значение *relations* представлены отношениями между супружеской парой или родственными отношениями – *relatives*, значение *children* может также рассматриваться как составной элемент ценностного концепта Семья.

Использованные источники:

1. Палеева Е. В. Концептуальный анализ как метод лингвистических исследований // Теория языка и межкультурная коммуникация. Вып 2 (8).- Курск.- 2010.-1-5с.
2. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: 3-е изд. - М.: Академический проект, 2004, с. 42-67.
3. Стернин И. А. Методы лингвистического и концептуального анализа. Русский как иностранный: Теория. Практика. Исследование. №8.- Санкт-Петербург: Изд-во Сударыня.-2006.
4. Steel D. Daddy.- DELL PUBLISHING, 2010. – URL: file:///C:/Users/Win/Downloads/steel_danielle_daddy.pdf (Дата обращения 15.03.17)
5. Weisberger L. The Devil Wears Prada.- 2003. (электронный ресурс)
6. Sparks N.- The Last Song.- Great Britain: Sphere, 2010.-390.

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

Аннотация: В статье рассматривается управление эффективностью и что оно имеет важное значение для управления людьми и предприятием. Это делается явно и не явно. Если все сделано хорошо, управление эффективностью становится одним из важных инструментов, с помощью которого персонал может реализовать свой потенциал и помочь руководству и компании получать максимальную отдачу

Ключевые слова: Качество, управление эффективностью, инструмент контроля, процесс, стратегия.

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Davydova E.I.
3rd year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

EFFICIENCY MANAGEMENT AS ONE OF THE METHODS OF QUALITY CONTROL

Annotation: This article discusses performance management and that it is important for managing people and the enterprise. It is done explicitly and not explicitly. If done well, performance management becomes one of the important

tools by which personnel can realize their potential and help management and the company get the most out of

Keywords: quality, performance management, control tool, process, strategy.

Что такое управление эффективностью?

Управление эффективностью — это набор процессов и систем, направленных на развитие сотрудника, чтобы он выполнял свою работу в меру своих возможностей.

Управление эффективностью больше направлено на совершенствование навыков сотрудника, которые помогают ему более качественно выполнять работу, чем на улучшение всех навыков. Все это объединяется в стратегическое согласование всей работы с целями группы и организации.

Исходя из определения управления эффективностью: процесс, который направлен на соединение в единую систему целей с целями группы и организации, это все является стратегическим и формальным процессом. Из этого следует, что все бонусы, повышения и увольнения тесно связаны с этим процессом.

Управление эффективностью можно также описать как периодический, систематический и объективный процесс.

Так же стоит отметить разницу между оценкой эффективности и управлением эффективностью. Там, где служебная аттестация фокусируется на отдельном человеке, в управление служебной деятельностью включаются стратегические цели организации.

Какова цель управления эффективностью?

Единый шаблон оценки эффективности сотрудников, позволяющий управлять ими всеми. Есть много примеров, что управление эффективностью преследует несколько целей.

По сути, управление эффективностью — это измерение и улучшение вклада сотрудника в организацию. Известная цитата, приписываемая Питеру Друкеру, гласит: “если вы не можете измерить это, вы не можете улучшить это”. Или, наоборот, “если вы не можете это измерить, вы не сможете этим управлять”.

Управление эффективностью — это измерение, управление и улучшение вклада отдельного человека в организацию.

В классическом исследовании Cleveland, Murphy & Williams (1989), актуальном и по сей день, провели опрос менеджеров по персоналу и спросили какие у них цели у области управления эффективностью. На основе этих данных исследователи провели факторный анализ и определили четыре фактора, или цели, для управления эффективностью в этих организациях.

Приложения между пользователями. Это включает в себя оценку эффективности работы сотрудников, определение размера компенсации, продвижения по службе, повышения, изменения, ротации должностей и увольнения.

Личные приложения. Это включает в себя отзывы об индивидуальной производительности, помогает оценить слабые и сильные стороны, а так же определить дальнейшие потребности в обучении. Эти контактные точки помогают сотруднику овладеть конкретными навыками, необходимыми для работы и повышения.

Консолидировать глобальный подход к управлению персоналом. Для определения общего подхода к менеджерам по персоналу используется также управление эффективностью, в том числе стратегического планирования персонала, определения потребностей в обучении в масштабах всего предприятия и определения продуктивной организационной среды.

Исследовательские цели.

Управление эффективностью, наконец, может быть использовано для проверки правильности выбора и оценки учебных программ. Примером может служить показатель качества найма, который показывает, насколько удовлетворительно новые сотрудники работают после прихода в компанию. Это ключевой показатель успеха в деятельности отдела кадров по подбору персонала.

Согласно исследованиям, особенно первые два фактора были популярны. Ими пользовались до 77% организаций.

Как управлять эффективностью

Существует много способов управления производительностью. В литературе существует два подхода, когда речь заходит об оценке эффективности:

1. Поведенческий подход

Этот подход подразумевает под собой оценку поведения сотрудников. Оценивается поведение, характер работы и приложенные усилия сотрудника. Данный подход используется для того, чтобы получить более подробный путь к желаемому и отзывов о поведении. Это подход подходит для тех случаев, когда индивидуальные результаты сложно измерять. Примеры включают отдельных игроков в команде, вспомогательный персонал и (часто) Профессионалы в области управления персоналом.

2. Подход, ориентированный на результат

Данный подход представляет из себя объективную оценку исходя из критериев. Тут все внимание идет не на затраты, а на результат со стороны качества и количества. Данный метод хорошо применим там, где есть несколько способов выполнить работу, где важен и виден конечный результат, а не процесс его достижения.

Использованные источники:

1. Повышение эффективности качества с помощью анализа данных”, SEV Quality Leadership Council (Gartner), 2017.
2. Смелое будущее для регулирования наук о жизни – прогнозы 2025”, Центр решений в области здравоохранения "Делойт", ноябрь 2018 года.
3. Проблема соответствия в науках о жизни: переход от затрат к ценности”, Центр решений в области здравоохранения "Делойт", 2015.
4. Будущее регулирования – принципы регулирования новых технологий”, Deloitte Insights, 19 июня 2018 года.

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

КОНСТРУКЦИЯ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И СБОРКИ (DFMA)

Аннотация: В статье рассказывается о методе проектирования для производства и сборки товара. Описывается, что такое и чем отличаются DFM и DFA, как происходит интеграция этих двух систем в одну и как их применять в производстве. Перечисляются цели и вопросы, которые преследует метод DFMA.

Ключевые слова: метод проектирования, качество, внедрение, производственные процессы.

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Davydova E.I.
3rd year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

DESIGN FOR FABRICATION AND ASSEMBLY (DFMA)

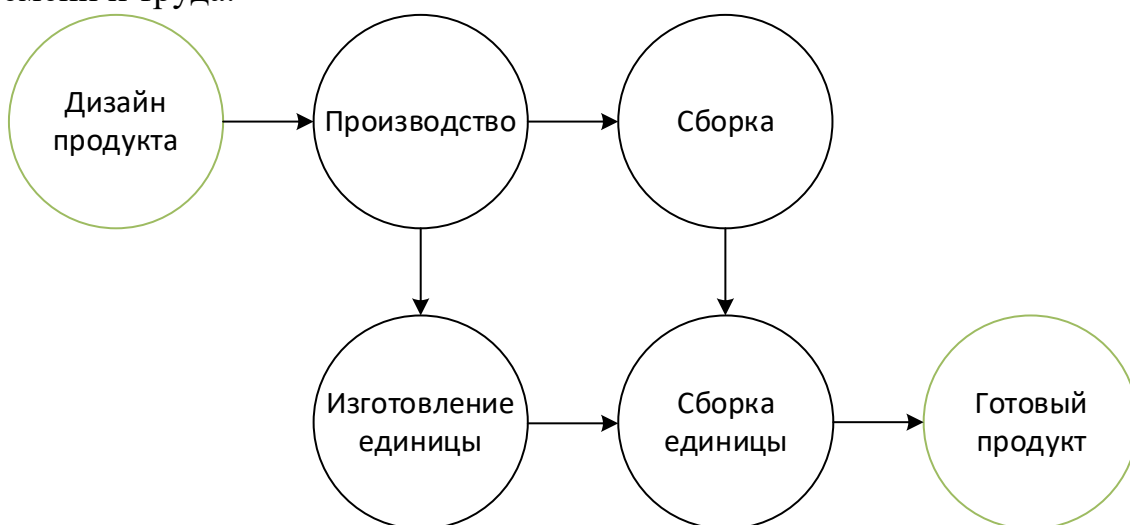
Annotation: The article talks about the design method for manufacturing and assembling goods. It describes what is and what is the difference between DFM and DFA, how the two systems are integrated into one and how to apply them in production. The goals and issues of the DFMA method are listed.

Keywords: design method, quality, implementation, production processes.

Метод проектирования для производства и сборки (DFMA) был введен Джеффри Бутройдом с 1960-х годов в области автоматического

управления. Это позволяет использовать собранные данные о ранее допущенных ошибках, ускоряя процесс разработки и внедряя новые философии и технологии для дальнейшего обеспечения того, чтобы действия, которые быстрее и точнее дают результаты, действительно могли достичь этой цели. В этом аналитическом процессе рассматриваются все аспекты проектирования, разработки, технологичности, общего количества деталей, времени сборки, стоимости и модульности. Этот процесс в основном направлен на совершенствование продукта, позволяющее улучшить производство, качество, надежность, стоимость, сроки вывода на рынок и многие другие области.

Проектирование для производства и сборки (DFMA) — это система, построенная с использованием строительных блоков, возникающих в результате отдельного рассмотрения производственной системы и производственных процессов жизненного цикла продукции. DFM и DFA — это два элемента, которые направлены на увеличение доли времени, затрачиваемого на этап концептуального проектирования при разработке продукта. Это две важные вехи в процессе разработки продуктов, поскольку DFM используется на ранних этапах реализации технических критериев, необходимых для успешного создания сборочных деталей. Меньшее количество деталей облегчает сборку с точки зрения затрат времени и труда.



Элементы DFMA – Проектирование для производства и сборки (DFMA)

Проектирование продукта — это начальный шаг в процессе разработки продукта, и именно здесь принимаются наиболее важные решения, которые влияют на конечную форму и стоимость продукта, оказывая влияние на более чем 70% общей стоимости продукта. Это может значительно помочь в снижении затрат на производство и разработку при одновременном повышении качества и надежности.

Методология проектирования для производства и сборки (DFMA)

Проектирование для производства и сборки (DFMA) известно как систематический процесс оценки конструкции, используемый для улучшения проектирования деталей и изготовления деталей, реализованных ранее в процессе проектирования.

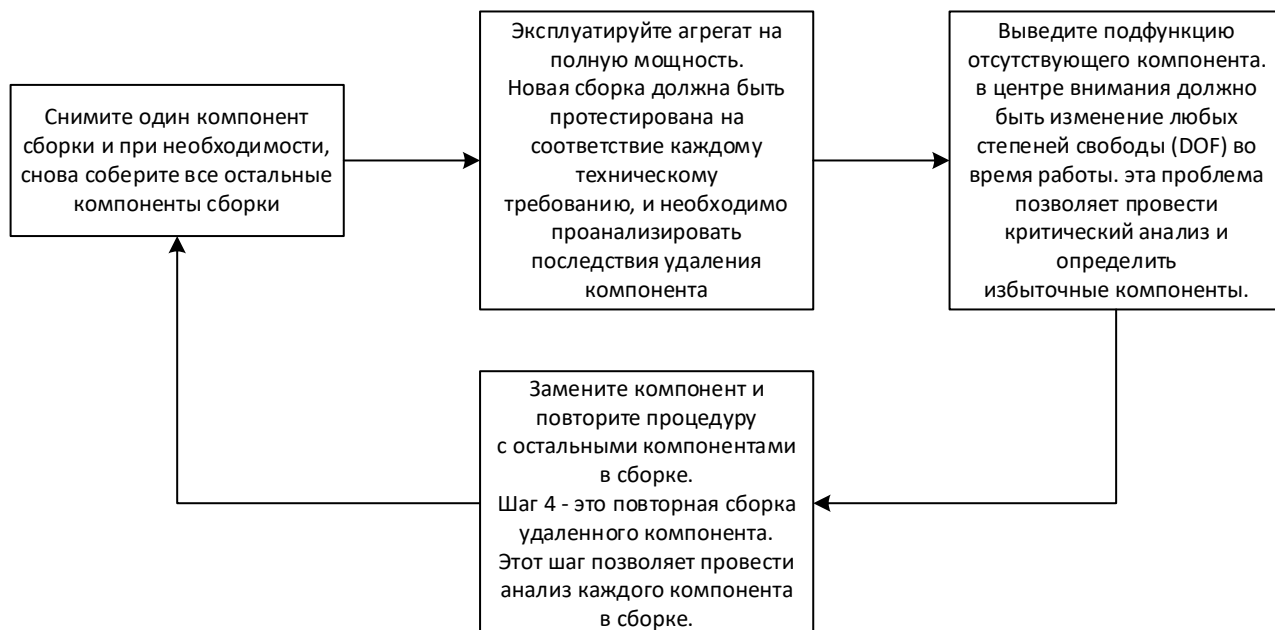
Ниже приведены цели, связанные с методологией проектирования для производства и сборки (DFMA):

- Основная цель - получение прибыли.
- Устранение ненужных настроек.
- Минимизация переориентации во время производства и сборки.
- Максимизируйте командную работу и принятие решений на основе консенсуса.
- Проектирование для удобства обслуживания.
- Улучшение эргономических условий для операторов.

Во время первоначального анализа концептуального дизайна или существующего продукта следует учитывать эти принципы. Здесь эффективность проектирования, являющаяся фактором оценки производительности, используется для определения эффективности текущего проекта, и это значение затем используется в качестве базового для дальнейшего улучшения проекта путем реализации определенных целей. Это значение рассчитывается для всех новых вариантов проектирования, метод определения варьируется в зависимости от типа используемого метода DFMA. Существует несколько дискретных методов оценки детали для DFMA, хотя эти методы имеют ряд общих шагов, связанных с ними. Они начинаются с демонтажа детали, и по мере удаления каждой детали для общей сборки выдвигаются три вопроса для идентификации компонента, который является кандидатом (или компонентов, которые являются кандидатами) для объединения или исключения в другие компоненты. Эти вопросы заключаются в следующем:

- Перемещается ли компонент относительно других?
- Должен ли компонент быть изготовлен из другого материала?
- Будет ли комбинация этих деталей препятствовать сборке / разборке других деталей?

Вычитание и операция (SOP) — это четырехэтапная процедура, как показано на рисунке;



Процедура вычитания и управления (SOP)

Процедура вычитания и эксплуатации (SOP) представляет собой углубленный анализ сборки, состоящей из базовой детали, отвечающий на фундаментальный вопрос: «Требуется ли эта деталь?» SOP предоставляет процедуру для выявления компонентов, которые могут быть исключены из общей сборки. Должен быть использован метод для комбинирования исключенных компонентов с оставшимся компонентом данной сборки. А для оценки воздействия на эти комбинации деталей предлагается «схема силового потока». Как и другие линейные диаграммы, эти диаграммы потока силы представляют передачу силы через компоненты продукта. В этом методе компоненты показаны с помощью круга, тогда как усилия показаны стрелками, которые также используются для соединения компонентов.

Использованные источники:

1. Вдовин, С.М. Система менеджмента качества организации: Учебное пособие / С.М. Вдовин, Т.А. Салимова, Л.И. Бирюкова. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 299 с.
2. Смелое будущее для регулирования наук о жизни – прогнозы 2025", Центр решений в области здравоохранения "Делойт", ноябрь 2018 года.
3. Антохина, Ю.А. Современные инструменты менеджмента и качества / Ю.А. Антохина. — СПб.: ГУАП, 2017. — 238 с.
4. Будущее регулирования – принципы регулирования новых технологий", Deloitte Insights, 19 июня 2018 года.

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

МОДУЛЬНОСТЬ В ПРОДУКТАХ

Аннотация: Модульные изделия благодаря комбинации отдельных строительных блоков или модулей могут выполнять различные общие функции, и эта общая функция, выполняемая продуктом, может быть дополнительно разделена на подфункции, которые могут быть объединены различными модулями или компонентами.

Ключевые слова: модульность, система, компоненты, качество, производство, продукт.

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Davydova E.I.
3rd year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

MODULARITY IN PRODUCTS

Annotation: Modular products, through the combination of individual building blocks or modules, can perform various common functions, and this common function performed by the product can be further divided into sub-functions, which can be combined by different modules or components.

Keywords: Modularity, system, components, quality, production, product.

Одним из важных аспектов модульных продуктов является разработка базового блока, к которому могут быть подключены различные

модули или элементы, что позволяет производить различные версии одного и того же модуля. Этот базовый модуль должен обладать достаточной мощностью, чтобы справляться со всеми вариациями, создаваемыми с помощью независимых модулей, а также с их производительностью и использованием.

Модули, содержащие большое количество элементов, которые имеют минимальные зависимости и соответствие другим компонентам продукта, не входящим в модуль, но которые имеют более высокую степень зависимости и соответствия другим компонентам модуля. Эти зависимости и соответствия включают в себя те, которые возникают из взаимосвязей между атрибутами компонента, и те, которые возникают из взаимосвязей между компонентами во время различных явлений, которым подвергаются компоненты в течение их жизненного цикла.

Хотя полная модульность может показаться нереальной, за исключением самых тривиальных случаев, продукт, который демонстрирует более высокую степень модульности, с большей вероятностью выдержит меньшую общую стоимость жизненного цикла, особенно при рассмотрении всего семейства продуктов.

Модульность производства

Модульность производства, особая характерная модульность. Модульность производства можно определить, как разработку модулей продукта с минимальными зависимостями от других компонентов продукта в отношении их производственных процессов. Кроме того, компоненты, присутствующие в модуле, имеют минимальное сходство с внешними компонентами и максимальное сходство друг с другом в отношении их производственных процессов. Такая модульность может возникнуть, например, из модуля, который содержит все компоненты, присутствующие в изделии, которые формируются под давлением.

Наконец, важно, чтобы влияние производства на каждый атрибут продукта учитывалось каждой производственной модульностью. Аналогичным образом, важно учитывать каждый атрибут продукта, компонентов и модулей при поиске взаимодействий и зависимостей между компонентами и модулями.

Три аспекта модульности

Важно смотреть на модульность производства с точки зрения создания более модульных продуктов. Что сильно отличается от проектирования продуктов с реконфигурируемыми или взаимозаменяемыми деталями.

Продукт должен разрабатываться с учетом аспектов модульности на практике, чтобы повысить независимость и сходство. Эти аспекты модульности обычно известны как независимость от атрибутов, сходство атрибутов, независимость от процессов и сходство процессов.

Чем более уникальными и независимыми являются компоненты и процессы их производства, тем более модульным является продукт. (Сходство атрибутов не обязательно для модульных продуктов, если сохраняется независимость атрибутов, и поэтому оно исключается), например, в данном продукте многие отдельные модули могут иметь синие компоненты и оставаться модульными, хотя, если все компоненты должны быть одинаковыми по цвету, тогда существует зависимость, которая снижает модульность.

Ниже приведены три аспекта модульного проектирования продукта с примерами:

Независимость атрибутов – атрибуты компонентов, имеющие меньшую зависимость от атрибутов компонентов вне модуля, такие компоненты называются внешними атрибутами. Если зависимости действительно существуют, их должно быть меньше, и они должны зависеть в меньшей степени. Независимость атрибутов обеспечивает независимость, которая обеспечивает модульность. Это позволяет перепроектировать модуль с минимальным воздействием на остальную часть продуктовой системы, что дополнительно помогает в создании продукта, который более гибко реагирует на меняющиеся требования конечных пользователей.

Независимость процесса – производственные процессы каждого модуля независимы или имеют меньшую зависимость от процессов внешних компонентов. Это требует, чтобы производственные процессы, которым подвергается модуль, были независимы от процессов, которым подверглись внешние компоненты и модули. Еще раз, и зависимости, которые все еще существуют, сведены к минимуму по своей критичности и количеству.

Сходство процессов – Чтобы уменьшить количество внешних компонентов, которые проходят один и тот же процесс, и создать сильную дифференциацию между модулями, необходимо сгруппировать компоненты и узлы, которые проходят одни и те же производственные процессы, в один модуль. Например, компоненты из армированного пластика, которые используются в мотоциклах, такие как задняя подвеска, задние вилки, рычаг, колесо и диски, могут быть ткаными волокнами, рубленой тканью, слегка скрученным волокном или непрерывными отрезками волокна. Хорошее сцепление между полимерной матрицей и армирующим волокном может быть достигнуто только путем покрытия армирования полимером. Все компоненты будут проходить этот специализированный процесс. Поэтому, если бы они были сгруппированы в один модуль, каждый из этих компонентов, прошедших через этот процесс, мог бы быть изготовлен в одном месте и иметь аналогичную реакцию на любые изменения, предлагаемые в производственном процессе.

Использованные источники:

1. Вдовин, С.М. Система менеджмента качества организации: Учебное пособие / С.М. Вдовин, Т.А. Салимова, Л.И. Бирюкова. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 299 с.
2. Минько, Э.В. Менеджмент качества: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — СПб.: Питер, 2016. — 272 с.
3. Антохина, Ю.А. Современные инструменты менеджмента и качества / Ю.А. Антохина. — СПб.: ГУАП, 2017. — 238 с.
4. Дшхунян, В.Л. Процессы и менеджмент качества в развитии экономических успехов предприятия / В.Л. Дшхунян, Т.Г. Никольская. — М.: Трек, 2017. — 144 с.

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

КАЧЕСТВО В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: ПРОБЛЕМЫ С БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ

Аннотация: Обеспечение качества высшего образования является вопросом, представляющим жизненно важный международный интерес. Чтобы улучшить международную репутацию национальных университетов, необходимо предпринять шаги для обеспечения постоянного внимания к обеспечению качества в своих рядах. Этот документ в первую очередь посвящен моделям обеспечения качества, университетам, проблемам с большими данными и нормативно-правовой базе, их поддерживающей. В документе также обсуждается внедрение моделей, степень, в которой они соответствуют международным стандартам, и то, как они соответствуют действующим законам.

Ключевые слова: образование, система контроля качества, оценка качества, исследование, гипотеза.

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Davydova E.I.
3rd year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

QUALITY IN HIGHER EDUCATION: PROBLEMS WITH BIG DATA

Annotation: Quality assurance in higher education is an issue of vital international interest. To improve the international reputation of national

universities, steps must be taken to ensure that there is a continuing focus on quality assurance within their ranks. This paper focuses primarily on quality assurance models, universities, big data problems, and the regulatory frameworks that support them. The paper also discusses the implementation of models, the extent to which they meet international standards, and how they comply with current laws.

Keywords: education, quality control system, quality assessment, research, hypothesis.

Высшее образование, также известное как полусреднее или высшее образование, является последним этапом формального образования, на котором обычно присуждается ученая степень, оценка или любой другой вид сертификации. База знаний в мире в значительной степени формируется продуктами, изобретениями и выпускниками высших учебных заведений. Университеты — это учреждения, в которых преподается высшее образование и научные исследования. Они способны присуждать ученые степени и доступны как для студентов, так и для аспирантов. Они должны иметь академическую свободу, штатное расписание и должны несколько отличаться от общества, в котором они присутствуют.

Оценка качества в академических кругах — это исследование, которое развивается с течением времени, поскольку стандарты динамичны и развиваются в соответствии с меняющимися временами. В настоящее время существует проблема подотчетности перед студентами, которые теперь рассматриваются как потребители с правами, в том числе в судебном порядке. Эта проблема приводит к повышению оценок и снижению стандартов. Сейчас нет существенной разницы между средней зарплатой выпускника и не выпускника. "Возврат инвестиций (ROI)» внезапно стал предметом озабоченности и рассмотрения в сфере образования. Он был рассмотрен в и было установлено, что она варьируется от страны к стране. Уиллеттс подсчитал, что в мире насчитывается от 10 000 до 30 000 общепринятых и признанных университетов. Было замечено, что города с одним или несколькими университетами имеют лучшую экономику, более высокий уровень жизни и утонченный культурный уклад. Это приводит к тому, что группа начинающих компаний, а также уже существующих компаний собирается вокруг с целью использования их доступа к такому большому количеству выпускников и исследовательских программ. Экономист показал, что в период с 1995 по 2014 год государственные инвестиции в высшее образование в Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) выросли с 0,9% до 1,1%, а частные расходы выросли с 1,2% до 1,5%.

Модели обеспечения качества

- Разработка политики и стратегий развития и реформирования образования и надзор за их реализацией.

- Общее планирование и координация всех форм образования на различных уровнях, а также анализ и статистика базовой образовательной информации.

- Содействие развитию обязательного и справедливого образования.

- Предоставление рекомендаций по реформированию и развитию профессионального образования, ориентированного на занятость.

- Руководство реформированием и развитием всех форм высшего образования и разработка каталогов учебных программ для руководства преподаванием.

1. Центр оценки высшего образования (НЕЕС): дочернее предприятие Министерства образования, НЕЕС несет ответственность за обеспечение гарантии качества высшего образования посредством многоуровневых, разнообразных и профессиональных форм услуг по мониторингу качества высшего образования в Китае. В обязанности НЕЕС входит обеспечение того, чтобы программы, предлагаемые университетами, соответствовали минимальным стандартам организации.

2. Вебметрическая модель ранжирования и модель ранжирования Университета Томаса Рейтера: вебметрическая модель ранжирования оценивает мировые университеты на основе составных показателей видимости и показателей активности. Вебметрическая модель ранжирования и модель ранжирования Томаса Рейтера ранжируют университеты на основе качества и результатов исследований, отраженных через присутствие и домен веб-сайта, репозитории и неформальное научное общение. Однако важно отметить, что китайское правительство официально не признает и не одобряет рейтинг своих университетов в соответствии с этой моделью.

Заключение

Обеспечение качества является неотъемлемой и важной частью университетских систем и должно поощряться. Обеспечение качества китайских университетов является жизненно важной проблемой международного значения. Надлежащее управление качеством может привести к улучшению международной репутации системы образования. В этом документе упоминаются некоторые трудности, возникающие при внедрении обеспечения качества. Некоторые из рекомендуемых решений включают участие большего числа преподавателей и студентов в управлении качеством, больший акцент в обеспечении качества ВУЗОВ на саморегулировании и подходе, ориентированном на обучение, а также проведение сеансов для сбора анонимных отзывов от студентов, чтобы наградить сотрудников лучшими практиками.

Использованные источники:

1. Мурумба Дж., Мичени Е. (2017) Анализ больших данных в высшем образовании:
2. Минько, Э.В. Менеджмент качества: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — СПб.: Питер, 2016. — 272 с.
3. Караим Р. (2011) Расширение высшего образования. CQ Globe Res 5 (22):525-572
4. Всемирный банк /ЮНИСЕФ (1996) Сенегал: пилотный проект по ликвидации неграмотности среди женщин. Отчет об оценке персонала. № 15517-SE. Всемирный банк, Вашингтон, округ Колумбия

*Тишина А.О.
студент 4 курса бакалавриата
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти
Давыдова Э.И.
студент 3 курса
Институт финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ВНЕДРЕНИЕ ФУНКЦИЙ КАЧЕСТВА (QFD) И АНАЛИЗ KANO ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА БОЛЬНИЧНЫХ УСЛУГ

Аннотация: Одной из главных забот руководителей больницы является их способность улучшить работу своих организаций. Менеджеры могут достичь этой цели, используя подходы к управлению качеством и принятию решений. В данном исследовании корректирующие мероприятия для улучшения качества больничных услуг определяются и выбираются с помощью комбинации подхода развертывания функции качества (QFD), анализа Кано и математической модели проблемы ранца (КРММ).

Ключевые слова: Дом качества, анализ Кано, развертывание функций качества (QFD), математическая модель проблемы ранца (КРММ).

*Tishina A.O.
4th year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti
Davydova E.I.
3rd year undergraduate student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

IMPLEMENTATION OF QUALITY FUNCTIONS (QFD) AND KANO ANALYSIS TO IMPROVE THE QUALITY OF HOSPITAL SERVICES

Annotation: One of the primary concerns of hospital managers is their ability to improve the performance of their organizations. Managers can

achieve this goal using quality management and decision-making approaches. In this study, corrective actions to improve the quality of hospital services are identified and selected using a combination of the quality function deployment (QFD) approach, Kano analysis, and the mathematical model of the satchel problem (KPMM).

Keywords: Quality house, Kano analysis, quality function deployment (QFD), mathematical model of the satchel problem (KPMM).

Здравоохранение является важнейшей проблемой в любой культуре, и в последние годы его значение возросло в связи с повышением уровня жизни и очевидной необходимостью улучшения здравоохранения для повышения качества жизни (Torkzad A & Beheshtinia MA et al. 2019). В последние годы было создано несколько исследовательских проектов на тему оценки эффективности здравоохранения (Hatefi SM; Haeri A et al 2019) оптимизации и повышения качества. Больницы должны не только оказывать медицинскую помощь, но и решать проблемы удовлетворенности потребителей. Удовлетворенность потребителей достигается путем улучшения медицинских услуг на основе потребностей клиентов.

Чтобы повысить качество больничных услуг в условиях бюджетных ограничений, в данном исследовании метод QFD сочетается с анализом Кано и математической моделью проблемы ранца (KPMM). Кано разработал систему классификации атрибутов продукта или услуги на основе их способности удовлетворять требования клиентов. Эти желания сгруппированы в пять категорий:

1) Обязательные желания: это потребности, которые клиенты предвидят и предполагают. Клиенты будут равнодушны, если все сделано хорошо, но будут крайне недовольны, если все сделано неправильно.

2) Одномерные желания: эти характеристики приводят к удовлетворению, когда они удовлетворены, и разочарованию, когда они не удовлетворены.

3) Привлекательные желания: эти характеристики приносят удовлетворение, когда они полностью реализованы, но не вызывают разочарования, когда они не реализованы.

4) Безразличные желания: эти характеристики относятся к характеристикам, которые не являются ни отличными, ни плохими и не приводят ни к удовлетворению, ни к недовольству.

5) Обратные желания: Эти характеристики относятся к высокому уровню успеха, который приводит к недовольству, а также к тому, что нет двух одинаковых потребителей.

QFD — это комплексная система качества, направленная на преобразование желаний клиента в корректирующие действия. Матрица "Дом качества» (HOQ), которая состоит из двух частей: ЧТО и КАК,

является наиболее важным аспектом QFD. ЧТО - это данные, которые указывают на потребности клиентов, а КАК - это данные, которые дают средства защиты, также известные как корректирующие действия. Наиболее важным аспектом внедрения QFD является определение и осмысление ЧТО (желания потребителей) и КАК (корректирующие мероприятия).

Этапы исследования.

В данном исследовании используется стратегия QFD в сочетании с анализом Кано и КРММ для улучшения качества услуг больницы, не выходя за рамки бюджета. Этапы исследования описаны ниже. На рисунке 1 представлена блок-схема процесса исследования.

Шаг 1: определите, чего хотят потребители. Комментарии экспертов, обзоры литературы и интервью с потребителями помогают определить эти желания.

Шаг 2: определите корректирующие действия, необходимые для удовлетворения потребностей потребителей.

Шаг 3: определите матрицу взаимоотношений. По крайней мере, одно из желаний потребителей удовлетворяется каждым коррекционным мероприятием. Для демонстрации и упрощения этих взаимодействий используется матрица отношений НОQ. Строки и столбцы матрицы НОQ представляют желания потребителей и корректирующие действия, соответственно.

Шаг 4: оцените важность желаний клиента. Вторая анкета помогает определить важность желаний потребителей. Чем выше важность желания, тем больше внимания ему должно уделять руководство.

Шаг 5: используя анализ Кано, определите вид желаний.

Используя вторую анкету, желания потребителей классифицируются по пяти категориям: обязательные, одномерные, привлекательные, безразличные и обратные желания.

Шаг 6: определите важность желаний потребителей. Значения степени приоритета каждого потребителя умножаются на его вид, чтобы вычислить конечный вес желания каждого потребителя.

Шаг 7: определите важность и вес коррекционных упражнений. Ценность коррекционных упражнений не одинакова. Некоторые коррекционные задания требуют большего внимания, чем другие.

Шаг 8: Рассчитайте стоимость каждого корректирующего действия.

Шаг 9: Используйте КРММ для выбора оптимального набора корректирующих мероприятий. КРММ используется для определения наилучшего набора корректирующих мероприятий.

Использованные источники:

1. Мурумба Дж., Мичени Е (2017) Анализ больших данных в высшем образовании:

2. Минько, Э.В. Менеджмент качества: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — СПб.: Питер, 2016. — 272 с.
3. Караим Р. (2011) Расширение высшего образования. CQ Globe Res 5 (22):525-572
4. Всемирный банк /ЮНИСЕФ (1996) Сенегал: пилотный проект по ликвидации неграмотности среди женщин. Отчет об оценке персонала. № 15517-SE. Всемирный банк, Вашингтон, округ Колумбия

УДК 005.6

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация: Важность контроля качества в менеджменте. Основы менеджмента. Как производится контроль качества, задачи специалиста. Рассматриваются основные этапы системы менеджмента, как они регламентируются.

Ключевые слова: Экономика. Менеджмент. Контроль за качеством. Специалист. Продукция. Услуги. Качество. Этап. Анализ. Система. Структура. Организация. Предприятие.

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

QUALITY CONTROL IN THE MANAGEMENT SYSTEM

Annotation: The importance of quality control in management. Fundamentals of management. How quality control is carried out, tasks of a specialist. The main stages of a management system and how they are regulated are discussed.

Keywords: Economics. Management. Quality control. Specialist. Products. Services. Quality. Stage. Analysis. System. Structure. Organization. Enterprise.

В современном мире ситуация на рынке экономики очень нестабильна и изменчива. То есть всегда появляются новые моменты и особенности ведения рыночной экономики и удовлетворение потребностей жителей всего мира. Так как это является основой.

Всем известно, что основной задачей экономической системы является удовлетворение потребностей людей, то есть прямых и косвенных потребителей. Следовательно, без остановок должны проводиться мероприятия по улучшению качества всей производимой продукции и услуг. Это составляет основу.

На эту тему работают в эффективной совокупности 2 категории работников:

1. Система менеджмента
2. Система контроля качества

Эта совокупность сфер дает полную картину о работе производства. Так как система менеджмента обеспечивает организацию эффективного процесса производства и управленческие структуры. А система контроля за качеством обеспечивает комплексный контроль за производимыми услугами и продукцией.

Однако, можно сказать, что контроль качества входит в масштабную систему менеджмента. Рассмотрим суть. Менеджмент – это свод мероприятий, направленный на организацию наилучшего процесса производства и изготовления «ТРУ», то есть в него входят и мероприятия по улучшению качества управления организацией, и сам контроль за качеством производимой продукции, и организация производства, обучение и анализ работы всех специалистов, проведение мероприятий по улучшению производства и внедрению новых моментов, которые улучшат процесс изготовления.

Следовательно, из прошлого абзаца мы поняли, что контроль за качеством производимой продукции является составляющей частью комплексного менеджмента. То есть без эффективного устройства работы отдела качества невозможно говорить об успехах отдела менеджмента. То есть все имеет прямую зависимость и связь между собой. Один отдел не может функционировать без другого. Так и осуществляется эффективная работа предприятия и организации товаров и выпуска продукции.

Итак, рассмотрим основные этапы контроля качества:

1. Проведение комплексного анализа о состоянии предприятия, об организации процесса производства, о функционировании каждого отдела работников.
2. Приобретение информации об основных технологических показателях и проведение анализа, на основе этих данных.
3. Приобретение следующей группы информации, то есть получение данных о существующих отклонениях производства от

плана, намеченного отделом менеджмента и в совокупности отдела качества продукции.

4. Сверка соответствия фактических показателей с планом и выявление слабых сторон организации.

5. Разработка свода информации для организации управления и воздействий на наиболее эффективную работу всех составляющих предприятия.

6. Разработка плана по устранению дефектов и предотвращению их в будущем, контроль за производством.

Контролю могут подвергаться не только сами производимые товары и услуги, но также и специалисты, производящие данные товары, технологическое оборудование, отделы работников, линии станков, исправность оборудования, орудий производства и прочее.

Этот набор для комплексной проверки позволяет наладить наиболее эффективную работу предприятия и позволит наиболее тщательно относиться к производству товаров и услуг, что несомненно понравится всем потребителям и покупателям.

Использованные источники:

1. Епишкина И.А., Никитина В.Н, Шапиро С.А, Современные проблемы экономики труда и пути их решения – И.DirectMEDIA – 2019г – 492с.
2. Бернанд Марр, Ключевые показатели эффективности – Бином, Лаборатория знаний – 2016г – 340 с.
3. Хейг Пол, Управленческие концепции и бизнес-модели – Издательство Альпина Паблишер – 2019г – 365с.
4. Эванс Вирджиния, Ключевые стратегические инструменты – БИНОМ – 2021г – 456с.

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: Как организуется деятельность предприятия? Основы и планы развития организации. Производство товаров и услуг, проблемы актуальные и их решения. Дополнительные средства и финансы соответствий нормативным правилам.

Ключевые слова: Организация. Услуги. Средства. Финансы. Предприятие. Правила. Количество. Товары. Проблемы. План. Работник. Приобретение. Деятельность.

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE ORGANISATION OF THE COMPANY'S ACTIVITIES

Annotation: How is the business organised? The basics and plans for the development of the organisation. Production of goods and services, problems of relevance and solutions. Additional means and finances of compliance with regulations.

Keywords: Organisation. Services. Facilities. Finance. Enterprise. Regulations. Quantity. Goods. Problems. Plan. Employee. Acquisition. Activity.

Тема производства товаров и услуг является достаточно распространенной в современной экономической среде. Количество и объемы потребляемых товаров и услуг с каждым годом растут и показатели стремительно идут вверх. Качество жизни граждан практически единогласно стремится к увеличению показателей. То есть появляются дополнительные средства и финансы на приобретение все большего количества товаров и услуг.

Из этого можно сделать вывод, что процесс организации работы предприятий с каждым промежутком времени изменяется в лучшую сторону. Следовательно, идет разработка новых нормативных правил и соответствий, которым должны следовать компании производители. Происходит усовершенствование процессов, что позволяет вывести экономическую структуру на более высокий уровень и эффективно функционировать предприятиям, производящим товары и услуги разной категории.

Также для этого существует некоторое количество методов организации производства, следуя которым можно добиться успеха своего предприятия.

Рассмотрим эти методы:

1. Поточное производство

Для него характерно четкое следование плану, графикам и нормативам. То есть происходит полное согласование всех операционных действий, которые происходят в процессе технологической среды. Существуют даже признаки поточного производства:

- Существование каждой единицы места работника под работу определенного специалиста и деятельности операции.
- Установление порядка, где будут находиться технологические места под определенного рода работы и определенного специалиста.
- Согласование всех операционных действий, подчиняющихся темпам работы определенного вида деятельности.
- Сокращение времени на переход на следующий шаг производства, то есть быстрая передача полуфабриката с одного технологического места на другое.

Этим способом часто пользуются именно большие, масштабные предприятия, у которых налажен немаленький объем производства, имеют множество поставщиков, филиалов, рабочих мест и структурных норм. Так как это является удобным методом организации производства на таких масштабных предприятиях.

2. Непоточное производство

Оно характеризуется обычно использованием на серийных производствах. То есть все процессы происходят без особой связи друг с другом. Одна операция происходит независимо от предыдущей или

последующей. То есть создаются непростые, как на других производствах, маршруты следования полуфабрикатов и готовой продукции.

Признаки непоточного производства:

- технологические места располагаются обычно без определенной последовательности, то есть нет связи между собой и нет особой разницы, как и где будет располагаться рабочее место какого-либо специалиста или другого работника данной среды.

- Создаются ощутимые паузы между переходом продукта от одного места производства к другому, что существенно затягивает процесс производства, что и характеризует использование именно на малых серийных производствах или предприятиях.

- также замедляется процесс обработки орудий труда и производства продукции, так как этот процесс также осуществляется с перерывами и партиями.

Обычно данный метод применяется на маленьких предприятиях, так как для больших и масштабных производств это будет неудобный процесс, так как производство занимает много времени и сил.

Использованные источники:

1. Солдатова Л.А., Гербеева Л.Ю., Чигрова Н.В., Бизнес-контроллинг Ж.Книги по экономике, МОиН РФ – 2013г – 150с
2. Епишкина И.А., Никитина В.Н, Шапиро С.А, Современные проблемы экономики труда и пути их решения – И.DirectMEDIA – 2019г – 492с.
3. 2. Ф.А.Каирова, Л.Б.Лазарова – Основы функционирования малого бизнеса. Учебное пособие для бакалавриата – 2019г – 258с.
4. Экономика и управление: проблемы, решения №02 – 2013, Ж. «Экономика и управление»

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВА

Аннотация: Что такое малый бизнес. Как происходит его существование. Основные особенности, преимущества и плюсы ведения малого бизнеса в государстве. На что влияет существование и развитие малых предприятий. Какую роль играет для системы экономики и экономического развития государства в целом.

Ключевые слова: Экономика. Бизнес. Малый бизнес. Предприятие. Компания. Предприниматель. Система. Государство. Эффективность. Налоги. Преимущества. Изменения. Организация. Популярность. Развитие. Дело.

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE ROLE OF SMALL BUSINESSES IN THE STATE SYSTEM

Annotation: What is a small business. How its existence takes place. The main features, benefits and advantages of running a small business in the state. What is the impact of the existence and development of small businesses. What role it plays for the system of economy and economic development of the state as a whole.

Keywords: Economy. Business. Small business. Enterprise. Company. Entrepreneur. System. State. Efficiency. Taxes. Benefits. Change. Organisation. Popularity. Development. Business.

В современном мире стали быстрее происходить некоторые моменты развития во многих сферах и отраслях. Так, в экономической сфере претерпеваются множество нововведений и изменений, что позволяет достичь нового уровня развития в государствах.

Все больше возможностей становится для создания определенного дела, которое повлияет также на развитие экономики государства. Стало очень популярно понятие «малый бизнес».

Малый бизнес – это совокупность средств для выполнений какого-либо дела. Это организация, которая в едином реестре отмечается как малое предприятие. Доход такого рода бизнеса не превышает 800 миллионов в год. То есть это возможность открыть свое дело не глобальных масштабов и относится и уплачивать определенные упрощенные налоги.

Какую же роль играют данные организации в структуре экономики?

Создание и существование малых организаций определенно позволяет развиваться экономике на различных уровнях, это дает изобилие товаров и наиболее значимое удовлетворение граждан необходимыми товарами и услугами. Рассмотрим основные плюсы создания малого бизнеса в системе государства:

- увеличение ассортимента товаров и услуг для граждан
- увеличение экспорта
- увеличение количества используемых ресурсов государства
- ускорение решений государственных социально-экономических проблем
- и прочие значимые плюсы.

Также, стоит отметить, что существование и ведение малого бизнеса включает в себя ряд преимуществ, которые активно реализуются в Российской Федерации, которые также стоит взять в счет при изучении данной темы:

1. Для малого бизнеса предусмотрены государственные субсидии и инвестиции.

Это происходит для того, чтобы дать большой толчок развитию малым предприятиям и распространить эту отрасль. Финансирование происходит из средств субъектов и местных бюджетов России.

2. Деятельность малого бизнеса происходит по упрощенной системе налогообложения.

Для поддержки этой сферы в государстве принято решение, что малый бизнес может вести свою деятельность по упрощенной системе налогообложения.

3. Иное отношение к проверкам.

Для малого бизнеса не предусмотрены плановые проверки, то есть они освобождены от них и происходит убыстренная иная проверка, сроки уменьшаются.

4. Льготный учет.

Льготы по налогам, льготы в системе бухгалтерского учета и прочее.

Развитие малого бизнеса идет ускоренными темпами, так как предприниматели видят в этом хорошую возможность открытия своего дела. Существуют очень выгодные условия ведения бизнеса, что также сильно подкупает предпринимателей и подталкивает к открытию дела и развитию своего бизнеса.

Подводя итоги, можно сказать, что малый бизнес имеет большое влияние на экономику государства и развитие страны в целом, то есть малый бизнес создает некие инструменты развития, которые также помогают усовершенствовать систему и принести наиболее хороший финансовый результат.

Стоит отметить, что с каждым годом эта тема становится все больше распространенной и популярной, так как набирает обороты и предприниматели понимают полезность и эффективность ведения деятельности.

Использованные источники:

1. Майкл Э.Гербер – Малый бизнес. От иллюзий к успеху – И.Олимп-Бизнес – 2018г – 240с.
2. Ф.А.Каирова, Л.Б.Лазарова – Основы функционирования малого бизнеса. Учебное пособие для бакалавриата – 2019г – 258с.
3. Е.Коваленко, Т.Полушкина, О.Якимова, Ю.Акимова - Региональная экономика и управление. Учебное пособие – И.Питер – 2018г – 224с.

УДК 005.64

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

РОЛЬ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОНТРОЛЮ ЗА КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: Какую роль играет специалист по контролю за качеством на различных производствах и организациях? Контроль за качеством, эффективные решения по организации процесса и прочие аспекты в данной сфере.

Ключевые слова: Качество. Процесс. Контроль. Специалист. Товар. Производство. Комплексный анализ. Учет. Аудит. Темп. Норма. Аспект. Эффективность. Инспекция. Разработка. Нормы. Решения. Работник. Отдел. Прогресс.

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

THE ROLE OF THE QUALITY CONTROL SPECIALIST IN THE ENTERPRISE

Annotation: What is the role of the quality control specialist in various industries and organisations? Quality control, effective process organisation solutions and other aspects in this field.

Keywords: Quality. Process. Control. Specialist. Product. Production. Integrated analysis. Accounting. Audit. Tempo. Norm. Aspect. Efficiency. Inspection. Development. Norms. Solutions. Employee. Department. Progress.

В нынешнее время, как никогда важно соблюдать нормы и увеличивать темпы роста производств и предприятий. Для этого очень важным моментом и фактором будет являться контроль за качеством на предприятии, то есть значимо то, как будут производиться товары, правильно ли соблюдены нормы и прочее.

Как же производится процесс контроля за качеством?

Для того, чтобы предприятие функционировало эффективно, очень важно иметь грамотного специалиста, который сможет понять слабые стороны в организации процесса производства и найти решения этих проблем, предложив своё качественное и эффективное решение.

Рассмотрим основные полномочия и обязанности специалиста по управлению, контролю качества на предприятии:

- Анализ всех составляющих производства. В это входит: как проведения анализа качества сырья, полуфабрикатов, материалов, так и контроль за качеством комплектующих изделий.

- Контроль за способами производства. То есть специалист проводит комплексную проверку по выявлению методики производства и дает свое заключение – эффективно ли это будет для производства. То есть работник смотрит и анализирует методы контроля по линии технической сферы производства.

- Контроль именно за совокупной системой контролирующего отдела. То есть как происходит комплексный анализ и учет.

- Инспекционные действия за системой процесса учета и иных отделов. То есть данный специалист также имеет полномочия выявлять слабые стороны в таких отделах, как: маркетинговый, коммерческий, отдел рисков, рыночного анализа, бухгалтерии и прочих отделов, связанных с учетом и сбытом продукции после самого процесса производства.

- Выявление слабых сторон, дефектов и отклонений в процессе производства, нарушений технологии, которые могут появиться в процессе производства товаров и услуг, которые в дальнейшем будут реализованы в сторону потребителей.

- Разработка плана-стратегии по устранению выявленных дефектов на предприятии, раздача нормативных советов сотрудникам.

- Разработка плана по улучшению качества выпускаемой на предприятии продукции.

- иные обязательства, связанные с контролем за качеством продукции.

Также интересным вопросом является состав отдела контроля качества, так как привлекает внимание вопрос: «Один человек справляется с этими обязанностями или же работает целый штат?»

Отвечая на данный вопрос, можно отметить, что на разных предприятиях ситуация складывается по-разному, то есть в маленьких условиях – сотрудник в большинстве случаев будет один справляться со своими обязанностями, однако же на больших предприятиях с внушительными оборотами и объёмами производства в большинстве случаев работает целый отдел сотрудников, отвечающих за качество продукции, производимой на данном предприятии/заводе или тому подобное.

Итак, в отдел контроля за качеством входят: руководитель отдела (человек, выстраивающий всю систему работы и контролирующей специалистов в своём подчинении), работники, менеджеры, стратегические менеджеры и прочие специалисты, которые имеют отношение к системе контроля качества производимой продукции.

Подводя итог, можно сказать, что роль сотрудника специалиста по контролю за качеством является неотъемлемо важной и значимой в процессе производства продукции и товаров.

Использованные источники:

1. Епишкина И.А., Никитина В.Н, Шапиро С.А, Современные проблемы экономики труда и пути их решения – И.DirectMEDIA – 2019г – 492с.
2. Бернанд Марр, Ключевые показатели эффективности – Бином, Лаборатория знаний – 2016г – 340 с.
3. Хейг Пол, Управленческие концепции и бизнес-модели – Издательство Альпина Пабlishер – 2019г – 365с.
4. Эванс Вирджиния, Ключевые стратегические инструменты – БИНОМ – 2021г – 456с.

*Федоров М.Е.
студент 4 курса
Институт, финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

*Зуева Е.С.
студент 2 курса магистратуры
Институт химии и энергетики
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г.Тольятти*

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: Как основывается система менеджмента. Как происходит система управления и организации рабочего процесса. Основные моменты и работа организации, предприятия.

Ключевые слова: Система. Менеджмент. Термин. Процесс. Производство. Организация. Работа. Успех. Компания. Комплекс. Руководство. Развитие. Анализ. Учет.

*Fedorov M.E.
4th year student
Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

*Zueva E.S.
2nd year graduate student
Institute of Chemistry and Power Engineering
Togliatti State University
Russia, Togliatti*

ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

Annotation: How the management system is based. How the management system and workflow is organised. The main points and workings of the organisation, the enterprise.

Keywords: System. Management. Term. Process. Production. Organization. Work. Success. Company. Complex. Management. Development. Analysis. Accounting.

Организационная структура организации была и остается неотъемлемо-важной составляющей частью работ предприятия. Если

система менеджмента будет работать не слаженно и иметь свои недочеты, то успеха от компании придется ждать долго.

Рассмотрим, что же означает термин «система менеджмента».

Система менеджмента – это совокупность управленческих инструментов, направленных на контроль и эффективную организацию работы предприятия, персонала и всей системы в целом. Это большой комплекс действий, который направлен на разработку стратегий, анализ деятельности и увеличения прибыли предприятия. Стоит также отметить, что данная система является внутренней для компании.

О том, что данной системе уделяется большое внимание, можно также понять по международным составленным стандартам и созданным нормам. Для более корректной работы всех систем был создан определенный свод правил и разработаны нормативные документы, которые должны введены в работу и обеспечивать эффективное функционирование предприятия.

Итак, система менеджмента включает в себя следующие документы:

1. Стандарт «Качество»
2. Стандарт «Успешное руководство по документам и записям»
3. Стандарт «Аудиты внутренней среды»
4. Стандарт «Руководство по действиям с продукцией, которая не соответствует нормам и имеет отклонения
5. Стандарт «Действия, направленные на предупреждения»
6. Правила и нормы процессов, происходящих на предприятии
7. Задачи по достижению Эффективности
8. Инструкции для персонала и прочие

Для того, чтобы компания функционировала успешно и её прибыль возрастала, существует следование определенным принципам управления качества:

- Организация должна основываться на прямые потребности клиентов, потребителей. То есть проводится комплексный анализ рыночной среды, маркетинговые исследования, чтобы выявить основные предпочтения людей, количество потребляемых продуктов, услуг, которыми наиболее часто пользуются граждане и прочее. На основе этих исследований, составляется дальнейший план работы и производства определенного производства, чтобы выявить сильные и слабые стороны и стать более клиентоориентированными.

- Слаженная работа всех сотрудников. Ни одно производство не сможет успешно работать и производить качественные товары, если сами сотрудники, штат не будет заинтересован в этом, если самим работникам не будет интересно развитие компании. То есть сотрудники составляют «душу» компании и являются основной частью развития. На сколько они

будут вкладываться в производство, показывать свою отдачу, на столько слаженно будет идти процесс и успешно развиваться организация.

- Подход процессной системы. Важно отладить все рабочие процессы и скооперировать их между собой, чтобы была составлена хорошая и правильная работа на предприятии.

- Совершенствование работы и устройства организации, опираясь на именно фактические собранные данные, то есть производится комплекс аналитических операций по прямым фактическим показателем, как работает предприятие, как производятся товары и услуги всех категорий, как реализуется товар или услуга. После этого специалист составляет и разрабатывает свод правил норм для улучшения работы производства. Составленный план внедряется в производство и для улучшения работоспособности предприятия, вершится в жизнь производства и в процесс изготовления услуг и прочего.

Подводя итог, можно сказать, что менеджмент является неотъемлемой частью работы организации, предприятия. В том плане, что эффективное производство невозможно без правильно составленной системы менеджмента и управления персоналом.

Использованные источники:

1. Вебер Юрген, Шеффер Утц, Введение в контроллинг, НП «Объединение контроллеров»– 2014г – 416с
2. Экономика и управление: проблемы, решения №02 – 2013, Ж. «Экономика и управление»
3. Горлов В.В., Сурат В.И., Управление затратами и организация внутреннего контроля на предприятии, И.Монография – 2020 – 340с.

Хайбулаева М.М.

студент

РГЭУ (РИНХ)

Поврезнюк В.В.

студент

РГЭУ (РИНХ)

Научный руководитель: Митина И.А., к.э.н.

доцент

РГЭУ (РИНХ)

Россия, г.Ростов-на-Дону

МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МАКРОУРОВНЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается механизм обеспечения экономической безопасности макроуровня, главной целью которого выступает создание комплекса оптимальных условий для жизнедеятельности и развития индивида, социально-экономической и военно-политической стабильности российского общества, сохранение целостности и государственности, противостояние воздействию внутренних и внешних угроз в сфере экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, механизм обеспечения экономической безопасности, угрозы экономической безопасности.

Khaibulaeva M.M.

student

Rostov State University of Economics

Povreznyuk V.V.

student

Rostov State University of Economics

Scientific adviser: Mitina I.A., Ph.D.

docent

Rostov State University of Economics

Russia, Rostov-on-Don

MACRO-LEVEL ECONOMIC SECURITY MECHANISM AND POSSIBILITIES FOR ITS IMPLEMENTATION

Annotation. The article presents mechanisms for ensuring economic security at the macro level, the main purpose of which is to create a set of

optimal conditions for the life and development of the individual, the socio-economic and military-political stability of Russian society, the preservation of integrity and statehood, countering the impact of internal and external threats in the field of economic security.

Key words: economic security, mechanisms for ensuring economic security, state, threats to economic security.

Механизм обеспечения экономической безопасности – это совокупность экономических, организационных, а также мер по предотвращению угроз экономической безопасности любого уровня. К ним относятся следующие процессы:

- прогнозирование социально-экономического развития государства исходя из потенциальных факторов, выявленных в прогнозном периоде;
- анализ факторов и процессов, определяющих внутренние и внешние угрозы экономической безопасности для государства, а также их мониторинг;
- разработка и реализация мер по устранению и предотвращению всех возможных угроз экономической безопасности по всем сферам макроуровня;
- выполнение экспертизы проектов законодательных и иных нормативных и правовых актов по финансовым и хозяйственным вопросам с позиции безопасности и защиты от внутренних и внешних угроз.

Главная цель механизма – это: обеспечить индивида набором оптимальных условий для его нормальной жизнедеятельности и развития, военно-политической и социально-экономической стабильностью, а также сохранение целостности государства и противостояние появляющимся внутренним и внешним угрозам в сфере экономической безопасности.

Детально цели государственной политики в сфере обеспечения экономической безопасности представлены в Стратегии экономической безопасности Российской Федерации до 2030 года – это, конкретно:

- укрепление экономического суверенитета Российской Федерации;
- повышение устойчивости экономики к воздействию внешних и внутренних вызовов и угроз;
- обеспечение экономического роста;
- поддержание научно-технического потенциала развития экономики на мировом уровне и повышение ее конкурентоспособности;
- поддержание потенциала отечественного оборонно-промышленного комплекса на уровне, необходимом для решения задач военно-экономического обеспечения обороны страны;
- повышение уровня и улучшение качества жизни населения.

Основными направлениями государственной политики в сфере обеспечения экономической безопасности являются:

- развитие системы государственного управления, прогнозирования и стратегического планирования в сфере экономики;
- обеспечение устойчивого роста реального сектора экономики;
- создание экономических условий для разработки и внедрения современных технологий, стимулирования инновационного развития, а также совершенствование нормативно-правовой базы в этой сфере;
- устойчивое развитие национальной финансовой системы;
- сбалансированное пространственное и региональное развитие Российской Федерации, укрепление единства ее экономического пространства;
- повышение эффективности внешнеэкономического сотрудничества и реализация конкурентных преимуществ экспортно ориентированных секторов экономики;
- обеспечение безопасности экономической деятельности;
- развитие человеческого потенциала.

Механизм обеспечения экономической безопасности осуществляет ряд особо важных функций, к которым относят превентивную (предупредительную), защитную, социальную, регулятивную и инновационную функции. Раскроем эти функции более подробно.

Основная функция механизма защиты в обеспечении экономической безопасности – это ограждение экономики страны как от внешних, так и от внутренних угроз, и связь с наличием достаточно ресурсным капиталом. Для того чтобы защитная функция существовала и работала необходимы четыре условия:

- наличие социально-экономических ресурсов страны и их эффективное использование;
- рациональное потребление имеющихся природных ресурсов государства, а также комплекс охранных мер;
- существенное изменение кадровых и управленческих ресурсов на федеральном и региональном уровнях;
- реализация комплекса мер по сохранению безопасности национальной экономики от внешнего воздействия и нейтрализация внешних рисков.

Регулятивная функция механизма обеспечения экономической безопасности предполагает два варианта нейтрализации угроз - регулирование «сверху вниз»(механизм государственного регулирования) и регулирование «снизу вверх»(механизм рыночного саморегулирования).

Превентивная функция механизма обеспечения экономической безопасности направлена на предвидение и последующее предупреждение возникновения внутренних и внешних угроз, рисков, критических ситуаций в социально-экономических процессах. Наиболее важными из них являются мероприятия, обеспечивающие защиту экономической

системы страны, а также формирование информационной системы экономической безопасности.

Инновационная функция механизма обеспечения экономической безопасности основывается на выработке и последующем применении инновационных решений и мероприятий с целью преодоления возникающих и уже действующих угроз. Реализация данной функции непосредственно связана с действием, так называемого, компенсационного потенциала экономики, представленного в двух формах: форме государственного регулирования и форме рыночного саморегулирования по аналогии с регулятивной функцией.

Социальная функция механизма обеспечения экономической безопасности направлена на решение следующих главных целей: реализация прав и свобод граждан страны и достижение наиболее высокого уровня и качества жизни населения путем взаимного партнерства хозяйствующих субъектов, общества и различных социальных групп, и удовлетворения их различных потребностей.

Для того, чтобы обеспечить экономическую безопасность государства необходимо разработать и реализовать основные направления экономической политики на федеральном и региональном уровнях.

В современных реалиях механизм обеспечения экономической безопасности должен быть направлен на предотвращение и внутренних, и внешних экономических угроз Российской Федерации. Для этого необходимо осуществление следующих процессов:

1. Мониторинг факторов, которые обеспечивают угрозы экономической безопасности государства.

2. Разработка параметров и критериев экономической безопасности государства. Необходимо максимально тщательно разработать качественные и количественные параметры (пороговые значения) состояния экономики, выход за пределы которых вызывает угрозу экономической безопасности государства.

3. Экспертиза решений по финансовым и хозяйственным вопросам с позиции экономической безопасности Российской Федерации.

4. Активизации комплекса мероприятий по недопущению и преодолению существующих угроз экономической безопасности макроуровня.

Следует отметить, что в век инновационных технологий необходимо создание наиболее эффективных механизмов, которые не просто препятствуют незаконному проникновению в страну финансовых средств, но и борются с нелегальным утечкам ресурсов из государства. Кроме того, необходимо иметь ввиду, что одним из наиболее популярных и привлекательных каналов для отмыwania «грязных денег» является банковская сфера, так как через неё можно транспортировать капитал по незаконным путям во всем мире. Именно поэтому, мероприятия,

направленные на обеспечение экономической безопасности, в первую очередь, должны касаться и решать возникшие угрозы в банковской сфере.

Использованные источники:

1. Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»// URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41921>
2. Митина И.А., Пономарева М.А. Национальная и региональная экономическая безопасность: Текст лекций, - Ростов н/Д: Издательство РГЭУ (РИНХ). 2013. -47 с.
3. Скрипко В. И. Современные угрозы для экономической безопасности Российской Федерации // Молодой ученый. 2016. № 8.8 (112.8). С. 32-35.
4. Шафиева А.Р. Экономическая безопасность. Факторы, представляющие угрозу экономической безопасности РФ // Вестник современных исследований. 2019. № 1.5 (28). С. 325-328.

Оглавление

Андреев Г.О., Максимова Е.С., ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ПОСЛЕ КРИЗИСА.....	3
Андреев Г.О., Максимова Е.С., ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМЫ.....	7
Андреев Г.О., Максимова Е.С., ОСОБЕННОСТИ ВВЕДЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ.....	11
Андреев Г.О., Максимова Е.С., СПЕЦИФИКА РАБОТЫ БИЗНЕС-АНАЛИТИКА	15
Андреев Г.О., Максимова Е.С., ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ СТАТИСТИКИ.....	19
Блонская А.А., Глашкина В.С., СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА	23
Блонская А.А., Глашкина В.С., ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВОМ	28
Блонская А.А., Глашкина В.С., ЗНАЧИМОСТЬ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ	33
Блонская А.А., Глашкина В.С., КОММУНИКАЦИИ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ.....	37
Блонская А.А., Глашкина В.С., ОЦЕНКА СТАБИЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЁ УЛУЧШЕНИЮ	41
Бобишоева А.У., Майкова П.Н., УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ	45
Бобишоева А.У., Майкова П.Н., РАСШИРЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОДДЕРЖКИ ЦИФРОВЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ЗА СЧЕТ УПРАВЛЕНИЯ АРХИТЕКТУРОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	49
Бобишоева А.У., Майкова П.Н., ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ.....	54
Бобишоева А.У., Майкова П.Н., ОРГАНИЗАЦИОННАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ И АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ	58
Бобишоева А.У., Майкова П.Н., ВЛИЯНИЕ РОЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	63
Будагова С.П., Ламонова И.Г., ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	67

Будагова С.П., Зуева Е.С., ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ	71
Будагова С.П., Ламонова И.Г., ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ИНВЕСТИЦИЙ И ЕГО УЧАСТНИКИ	75
Гапченко Е.Н., Майкова Е.Н., СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	79
Гапченко Е.Н., Майкова Е.Н., ИЗУЧЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КОРПОРАТИВНОЙ СРЕДЕ	83
Гапченко Е.Н., Майкова Е.Н., ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ МАШИНЫМ ОБУЧЕНИЕМ И ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ В КРУПНЫХ БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ	88
Гапченко Е.Н., Майкова Е.Н., ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКВИВАЛЕНТНЫХ СКЛАДОВ В ГУМАНИТАРНОЙ ЛОГИСТИКЕ ПУТЕМ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАПАСОВ НЕСКОЛЬКИХ ВИДОВ ТОВАРОВ.....	93
Гапченко Е.Н., Майкова Е.Н., ДВИЖЕНИЕ К «МОБИЛЬНОМУ СКЛАДУ».....	97
Глашкина В.С., Блонская А.А., СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ. ФУНКЦИИ И ИНСТРУМЕНТЫ СМИ	101
Глашкина В.С., Блонская А.А., СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ.....	105
Глашкина В.С., Блонская А.А., МЕДИАПСИХОЛОГИЯ	108
Глашкина В.С., Блонская А.А., ДОСУГОВЫЕ ПРАКТИКИ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	111
Глашкина В.С., Блонская А.А., ВЛИЯНИЕ НА НАСТРОЕНИЕ И ВОЗДЕЙСТВИЕ В СМИ.....	115
Давыдова Э.И., Тишина А.О., ИНВЕТОРЫ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ	119
Давыдова Э.И., Тишина А.О., БЮДЖЕТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВА.....	122
Давыдова Э.И., Тишина А.О., ОСОБЕННОСТИ ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРИИ.....	125
Давыдова Э.И., Тишина А.О., ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИИ	128
Давыдова Э.И., Тишина А.О., ЗНАЧИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ	132

Додонова К.В., Ламонова И.Г., НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО РОЛЬ В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ РФ	136
Додонова К.В., Ламонова И.Г., CRM-СИСТЕМЫ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	139
Додонова К.В., Ламонова И.Г., ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОМПАНИЕЙ.....	142
Додонова К.В., Ламонова И.Г., ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ.....	145
Додонова К.В., Ламонова И.Г., ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ	148
Зуева Е.С., Федоров М.Е., ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ: СВЯЗЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТА. ЧАСТЬ 1	151
Зуева Е.С., Федоров М.Е., ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ: СВЯЗЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТА. ЧАСТЬ 2	155
Зуева Е.С., Федоров М.Е., ОТВЕТНЫЕ МЕРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ НА COVID-19, УСТОЙЧИВОСТЬ И ВОССТАНОВЛЕНИЕ ТУРИЗМА.....	159
Зуева Е.С., Федоров М.Е., РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ ПОТРЕБЛЕНИЕМ ЭНЕРГИИ И РЕГИОНАЛЬНЫМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ РОСТОМ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СРЕДЕ	164
Зуева Е.С., Федоров М.Е., ВИРТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ПОВЫШАЮТ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ ЧЕЛОВЕКА	168
Зуева Е.С., Будагова С.П., ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПЕРФОРМАНС ВЕНЧУРНОГО КАПИТАЛА В НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ: НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ.....	172
Каймакова Я. С., Чернованова Н.В., РЕКОМЕНДАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО АУДИТА В РОССИИ	176
Кац Д.Е., ФОРМИРОВАНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕЧИ У УЧАЩИХСЯ МЛАДШИХ КЛАССОВ С ЗПР В УСЛОВИЯХ ЛОГОПЕДИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ.....	180
Кеткина В.А., Галимова С.А., СУДЬБА СОТРУДНИКА ПРЕДПРИЯТИЯ, ПРИЗНАННОГО БАНКРОТОМ	184
Кеткина В.А., Галимова С.А., ОЗДОРОВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ-БАНКРОТОВ В РОССИИ – ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ	189

Крушинский Н.К., ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В УСЛОВИЯХ ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ	193
Кузнецова В.И., Коваленко Т.С., АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ФИКТИВНОЕ БАНКРОТСТВО	198
Ламонова И.Г., Додонова К.В., ВНЕДРЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (КПЭ)	205
Ламонова И.Г., Додонова К.В., СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ, КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	209
Ламонова И.Г., Додонова К.В., СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ТОВАРА С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ И ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ	213
Ламонова И.Г., Додонова К.В., ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ ПОСТАВОК (SCM).....	216
Ламонова И.Г., Додонова К.В., ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА КАК МЕТОД ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ.....	221
Ламонова И.Г., Будагова С.П., БЕРЕЖЛИВОЕ И ГИБКОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК КОНТРОЛЬ НЕЗАВЕРШЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА	225
Ламонова И.Г., Будагова С.П., ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА КАК МЕТОД ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ.....	229
Майкова Е.Н., Гапченко Е.Н., РОЛЬ ПРОСМОТРА ВЕБ-СТРАНИЦ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ КРЕДИТНОГО РИСКА	233
Майкова Е.Н., Гапченко Е.Н., ВЛИЯНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ ПО ДОСТАВКЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	238
Майкова Е.Н., Гапченко Е.Н., РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ БАЗОВЫМИ ПРОЕКТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТРАНСПОРТНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ	244
Майкова Е.Н., Гапченко Е.Н., ВНЕДРЕНИЕ МОДЕЛИ ВЫБОРА КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАК ЧАСТИ МОДЕЛИ АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ	250
Майкова Е.Н., Гапченко Е.Н., ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ И УЛУЧШЕНИЕ СЕРВИСА С ПОМОЩЬЮ ОНЛАЙН-ОТЗЫВОВ	256
Майкова П.Н., Бобишоева А.У., ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН.....	261

Майкова П.Н., Бобишоева А.У., ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	265
Майкова П.Н., Бобишоева А.У., ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В ПОВЕДЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРИОРИТЕТНОСТИ ПОТРЕБНОСТЕЙ НА РОЗНИЧНУЮ ТОРГОВЛЮ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19.....	269
Майкова П.Н., Бобишоева А.У., ВАЖНОСТЬ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ И ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКСПОРТА, СВЯЗАННЫХ С ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ИННОВАЦИЯМИ.....	275
Майкова П.Н., Бобишоева А.У., СВЯЗЬ МОТИВАЦИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ С ОРГАНИЗАЦИОННЫМ КЛИМАТОМ.....	281
Майорова Т.А., ДИАГНОСТИКА ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТОВ К ОСВОЕНИЮ КУРСА «ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ» (МОДУЛЬ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ») НА ОСНОВЕ ПРОЕКТА ПРОФСТАНДАРТА.....	286
Максимова Е.С., Андреев Г.О., К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ НАВЫКОВ СТУДЕНТОВ ВУЗА В УСЛОВИЯХ ПРИМЕНЕНИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ.....	290
Максимова Е.С., Андреев Г.О., ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ.....	295
Максимова Е.С., Андреев Г.О., ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ-ПЕДАГОГОВ.....	299
Максимова Е.С., Андреев Г.О., РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ.....	303
Максимова Е.С., Андреев Г.О., ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ.....	307
Тагоева С.М., Шарифбадалов Б.И., ЛЕКСИКО - СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА СЕМЬЯ.....	312
Тишина А.О., Давыдова Э.И., УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА.....	317
Тишина А.О., Давыдова Э.И., КОНСТРУКЦИЯ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И СБОРКИ (DFMA).....	321
Тишина А.О., Давыдова Э.И., МОДУЛЬНОСТЬ В ПРОДУКТАХ.....	325
Тишина А.О., Давыдова Э.И., КАЧЕСТВО В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: ПРОБЛЕМЫ С БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ.....	329

Тишина А.О., Давыдова Э.И., ВНЕДРЕНИЕ ФУНКЦИЙ КАЧЕСТВА (QFD) И АНАЛИЗ KANO ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА БОЛЬНИЧНЫХ УСЛУГ	333
Федоров М.Е., Зуева Е.С., КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА	337
Федоров М.Е., Зуева Е.С., ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	340
Федоров М.Е., Зуева Е.С., РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВА	343
Федоров М.Е., Зуева Е.С., РОЛЬ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОНТРОЛЮ ЗА КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	346
Федоров М.Е., Зуева Е.С., СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	349
Хайбулаева М.М., МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МАКРОУРОВНЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ.....	352

Научное издание

НАУЧНАЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Материалы международной
научно-практической конференции
23 ноября 2022

Статьи публикуются в авторской редакции
Ответственный редактор Зарайский А.А.
Компьютерная верстка Чернышова О.А.