



ГОРИЗОНТЫ НАУКИ

Выпуск 4

Киров
2020



ГОРИЗОНТЫ НАУКИ

Выпуск 4

Сборник трудов
IV Студенческой научно-практической конференции
(15 мая 2020 г., г. Смоленск)

Киров
2020

УДК 001.38
ББК 72.5
Г69

Рецензенты:

Володченков Александр Михайлович,

к. ф.-м. н., доцент, доцент кафедры естественнонаучных
и гуманитарных дисциплин Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова;

Новикова Наталья Ефимовна,

к. э. н., доцент кафедры экономики и торгового дела
Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова;

Лучкин Андрей Геннадьевич,

к. с-х. н., доцент, заведующий кафедрой менеджмента и таможенного дела
Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова

Редакторы:

Мельников Валерий Анатольевич,

к. ф. н., директор Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова;

Можаяева Руфина Анатольевна,

к. ф. н., заместитель директора по учебно-методической работе Смолен-
ского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова

Г69 Горизонты науки [Электронный ресурс]: сборник трудов IV Студенческой научно-практической конференции (15 мая 2020 г., г. Смоленск). Вып. 4 / [под ред. В. А. Мельникова, Р. А. Можаяевой]. – Электрон. текст. дан. (2,8 Мб). – Киров: Изд-во МЦИТО, 2020. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования: PC, Intel 1 ГГц, 512 Мб RAM, 2,8 Мб свобод. диск. пространства; CD-привод; ОС Windows XP и выше, ПО для чтения pdf-файлов. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-907293-47-2

Научное электронное издание

В сборник включены материалы участников IV Студенческой научно-практической конференции «Горизонты науки», отражающие актуальные вопросы в сфере экономических, управленческих и гуманитарных наук.

Ответственность за достоверность фактов, цитат, заимствований, собственных имен и других сведений несут авторы.

ISBN 978-5-907293-47-2

УДК 001.38
ББК 72.5

Оформление и верстка Е. Сунцова

Дата подписания к использованию: 20.05.2020

Объем издания: 2,8 Мб. Комплектация: 1 электрон. опт. диск (CD-R)

Тираж 8 экз.



Издательство АНО ДПО «Межрегиональный центр
инновационных технологий в образовании»
610047, г. Киров, ул. Свердлова, 32а, пом. 1003
Тел.: 8-800-222-30-98
<https://mcito.ru/publishing>; e-mail: book@mcito.ru

Содержание

Атрохов Игорь Ильич	
КОКНИ: РОЛЬ ЛОНДОНСКОГО ДИАЛЕКТА В ЯЗЫКЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ	6
Бабков Андрей Олегович	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	10
Васильева Анастасия Владимировна	
ПСИХОЛОГИЯ КОРРУПЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	16
Ермаков Егор Юрьевич	
СОСТОЯНИЕ РЫНКА БЫТОВЫХ УСЛУГ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ	20
Иванова Елизавета Романовна	
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА КАК ЭЛЕМЕНТ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	27
Корягина Виктория Владимировна	
ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	32
Костикина Александра Сергеевна	
РОЛЬ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В СИСТЕМЕ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ	39
Логутенкова Дарья Алексеевна, Цыбалова Ирина Сергеевна	
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЕГМЕНТА ТЕАТРА	45
Мартынова Алена Алексеевна	
СОВРЕМЕННЫЕ МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ	50
Машкова Валерия Владимировна	
ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ПСИХОЛОГОВ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ	55
Михайлова Юлия Евгеньевна	
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ	60
Михеева Анастасия Алексеевна	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ФОРМЫ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ	65
Очеретько Александра Александровна	
РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	70
Полякова Наталья Алексеевна	
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТАМОЖЕННОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РФ	76
Ремешевская Любовь Петровна	
ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ	80
Снопков Никита Владимирович	
ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА МОЛОКА, РЕАЛИЗУЕМОГО В Г. СМОЛЕНСКЕ, НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДУЕМЫХ ОБРАЗЦОВ	85
Тимофеев Владислав Евгеньевич	
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА	90
Шпакова Надежда Андреевна	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ	96
Авторы	101

Атрохов Игорь Ильич

1 курс, Таможенное дело, Смоленский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова, Смоленск

Научный руководитель: **Жебрунова Людмила Александровна**

к. филол. н., доцент кафедры естественнонаучных и гуманитарных наук,

Смоленский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова, Смоленск

latr36417@gmail.com

КОКНИ: РОЛЬ ЛОНДОНСКОГО ДИАЛЕКТА В ЯЗЫКЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся одного из популярных диалектов английского языка «кокни», описывается его возникновение, развитие, актуальность использования в современном мире. Кокни предстает как элемент культурно-языкового экспорта на международной арене. Одновременно это указывает на всестороннюю экспансию английского языка, который является универсальным для международной бизнес-коммуникации.

Ключевые слова: диалект, кокни, культурно-языковой экспорт, глобализация

Atrokhov I.I.

1st year, Customs

Smolensk Branch of PRUE

*Scientific adviser: Zhebrunova L.A., PhD in Linguistics,
assistant professor, chair of sciences and humanities*

ludmila.888@mail.ru

SIGNIFICANCE OF COCKNEY IN THE WORLD BUSINESS LANGUAGE

Abstract. The article discusses issues relating to one of the popular dialects of the English language, discusses the issues of its occurrence, development, relevance of use in the modern world. Cockney is viewed through the cultural exchange paradigm that proves the expansion character of the English language.

Keywords: dialect, cockney, culture and linguistics export, globalization.

Каждый человек является членом того или иного этноса, который предстает как наиболее универсальная модель существования людей, как естественно-исторически сложившаяся устойчивая общность людей в противопоставлении другим аналогичным общностям. Согласно наиболее популярному в европейской культурологии мнению, под этносом понимается этническая общность, которая состоит из индивидуумов, имеющих общий язык, традиции и обычаи, религиозные верования, историю и территорию.

Современные этнические общности у американского антрополога М. Мид представлены кофигуративными культурами, то есть такими, которые не имеют истинных устоев и стабильной картины общества, многочисленные компоненты которых расплываются [1]. Молодое поколение стремится к прогрессу. Формируются новые идеалы, вкусы, обычаи и так далее. Но, несмотря на научно-техническую революцию, нововведения и креативность культуры, человечество обязано сохранять традиции, обычаи и связь поколений, чтобы самовоспроизводиться и саморегулироваться. При этом единство передачи информации, стабильность самовоспроизведения этноса гарантируется кодифицирующей функцией языка, посредством которого осуществляется передача основных концептов-понятий культуры. Отметим, что понимание значимости языка как вместилища богатейшего опыта нации, как важнейшей компоненты этнокультурной среды, даже привело к появлению нового типа словарей, которые

описывают концепты, то есть основополагающие понятия культуры, например, «Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования» Ю. С. Степанова (как указывает Л. А. Жебрунова в своей работе «Метафоризация как модель терминообразования в рамках семантического поля «страхование» (на материале русского и английского языков)» [2].

На данный момент мировой истории глобализация стала основополагающим явлением для культуры многих стран. Культура – явление синкретичное, синтез материальных (вещественных) и духовных (внутренних) ценностей, основное условие сбалансированных отношений с находящимся вокруг миром и обеспечения цивилизованного будущего. Понятия «культура» и «нация» неразрывно связаны. Нация – высшая ступень социально-этнической лестницы, в которой синтезированы этническое и общественные начала. К этническому относятся язык, устное народное творчество, нравы, устои, традиции, а социальное содержит общественно-классовую структуру, концепцию общественных взаимоотношений, общественно-политические институты. Мнения В. Г. Бабакова и В. М. Семенова очень схожи относительно термина «нация», помимо собственно этнического, интерес представляют процессы, важнейшим из которых является стремление к удовлетворению политических интересов государства [1]. Еще пару веков назад страны увеличивали свою значимость за счет усиления экономики, продажи товара за рубеж. Одним из основных торговых гигантов всегда была Великобритания. Сейчас, в эпоху глобализации, Британия нашла новые объекты для экспорта. Эти своеобразные «товары» продаются на мировом рынке прямо или косвенно, экспортируясь на уровне культуры, языка, моделей поведения и проч. Один из них – лондонский диалект кокни, наречие простых рабочих лондонцев – стал объектом нашего исследования.

Сегодня любая страна, которая хочет увеличить свое влияние в мире, старается выиграть культурную гонку, вследствие чего самые активные из них прибегают к экспорту, навязыванию другим нациям своей культуры. Великобритания, находясь на острие, сумела приобрести свой особый «островной» менталитет, однако и это еще не все. Будучи сначала феодальной, а затем капиталистической страной, Великобритания всегда сохраняла общественное расслоение, независимо от того, как рассматривалось социальное устройство – с точки зрения сословного или классового деления.

Таким образом, для Великобритании характерно и значительное разделение общенационального языка. В то время, пока элита Великобритании использовала для общения королевский английский язык, который и по ныне является нормой, идеалом, кодифицирующим языковую культуру нации; средняя прослойка (пролетариат, рабочий люд) широко применяла для общения свои собственные диалекты и наречия (с обилием субстандартной, сниженной лексики). Одним это помогало найти общий язык, ведь диалекты причисляли людей к какой-то конкретной группе, другим позволяло без зазрения совести обсуждать среди бела дня незаконные схемы – диалекты обеспечивали защиту от нежелательных ушей, кому надо, тот поймет, что ты хочешь сказать.

Однако среди всей кучи диалектов всегда выделялся «кокни» (cockney). Если мы попытаемся связать вышеуказанный культурный экспорт и феномен кокни, то заметим, что именно последний стал визитной карточкой лондонского обывателя. Оно проникло в музыку (преимущественно ныне популярный жанр «грайм» – «grime»), другие культурно значимые произведения искусства, например, оно раскрывается в пьесе Бернарда Шоу «Пигмалион», знаменитом сериале недавних лет «Острые козырьки». В связи с развитием науки и техники и повышением скорости обмена информацией, диалект проникает в другие страны вместе с приезжими и быстро приживается, благодаря воздействию носителей, которые используют его (или его элементы) вместо литературной нормы английского языка в повседневном общении [3].

Кроме этого, популярности диалекту добавили и некоторые другие характерные для него особенности и связанные с ним обычаи. Раньше носители диалекта надевали

праздничные наряды, отличительной чертой которых были платья и костюмы, расширенные перламутровыми пуговицами. Это помогало различать в толпе “своих”, за это их прозвали “жемчужными королями и королевами” («Pearly Kings and Queens»). Так, известен следующий факт: в конце XIX века сирота Генри Крофт расшил свой костюм с головы до ног перламутровыми пуговицами, такая заметность позволила ему успешно собирать пожертвования для сирот и нуждающихся. Культурное движение “жемчужных королей и королев” и в наше время неразрывно связано с благотворительностью.

Что касается истории развития кокни, то диалект появился в 1840-ых годах в среде жителей восточного Лондона. В буквальном переводе «cockney» – «петушиное яйцо». Так сельские жители насмешливо прозвали городских рабочих за незнание деревенских обычаев и традиций. Но кто же сейчас является полноправным носителем кокни? Согласно нынешним представлениям, истинный носитель кокни это человек, который живет в Лондоне, при этом родился в районе Сити в пределах слышимости колоколов англиканской церкви Сент-Мэри-ле-Боу (Bow-Bell Cockneys). Исходя из этого, с 1941 до 1961 года не родилось ни одного настоящего носителя кокни, потому что в мае 1941 года в церковь попала бомба, сброшенная немецким самолетом, большая часть церкви была разрушена, а колокола разбиты. Только в 1961 году церковь окончательно отреставрировали и колокола зазвучали вновь [3].

Диалект кокни на сегодняшний день относится к культурным стереотипам, характеризующим «настоящих» лондонских жителей. Стереотип – это стабильный познавательный облик, сформированной культурой общества, опережающий сознание человека, полностью попадает во власть «карты в голове», выступает в качестве конкретного социального образа людей конкретного этноса. Термин «стереотип» в трудах социологов, этнографов, специалистов в психологии, этнопсихолингвистов и лингвистов, с одной стороны, является часто применяемым [1].

Большую роль в процессе развития стереотипа играет то, насколько часто один объект встречается с другими конкретными объектами, явлениями в жизни людей. Эта частота встречаемости выражается именно в более продолжительных контактах именно с данными объектами, из чего следует их дальнейшая стереотипизация. Каждому новому явлению необходимо найти место в уже имеющейся картине мира, включить его в систему ментально-лингвального комплекса. При этом обстоятельство этого включения обуславливается принадлежностью к определенному этносу, то есть приобретается в ходе социализации личности или в ходе ее жизнедеятельности (о том, что англичане консервативны, знают ранее, нежели имеют то или иное общение с жителями Англии).

Из-за своего нестандартного звучания, кокни становится объектом пародий, в свою очередь диалект-пародия получила название “мокни” (mockney, to mock – насмехаться). В тоже время, «мокни» – это название языка, на котором говорит человек, пытающийся имитировать кокни, дабы казаться ближе к рабочему люду. Таким занимаются некоторые публичные личности, к примеру Джейми Оливер (знаменитый английский шеф-повар), Мик Джаггер (вокалист группы «Rolling Stones») или Деймон Албарн из группы «Blur».

Кокни обладает своими индивидуальными особенностями. Самые явные из них [4]:

- Вокализация буквы L. Если эта буква заставляет при произношении заднюю спинку языка приближаться к мягкому нёбу, то данный звук заменяется гласным. Например, millwall=[miowɔ].

- Использование дифтонга [əi], вместо монофтонга [i] в конце слов. К примеру, busy=[bizəi].

- Проглатывание звуков. В английской фонетике существует такой звук, как гортанная смычка (glottal stop). Гортанная смычка работает в том случае, когда произносится звук, но при этом сами связки остаются в покое, либо готовятся к произнесению

следующего звука. Гортанная смычка в диалекте кокни выполняет роль заместителя некоторых звуков (чаще всего это звук [t]).

- Пропускание звука [h]. К примеру, hunter (хантер) будет произноситься как “антер”.
- Произношение звука th(θ) как [f] (thousand), th(ð) как [v] (then).
- Использование “ain’t” вместо “isn’t” или “am not”
- Двойное отрицание. You want some money? I ain’t got none. (Хочешь денег? У меня ничего нет.)
- Использование вместо [r] звука [v]. Данный звук губно-зубной и на слух напоминает [w]. Пример: recently=wesently.
- Окончание -er произносится как [ə]

Также стоит упомянуть дифтонги. В кокни множество из них претерпевает превращения:

- /i:/ → [əi~eɪ]
- /eɪ/ → [æɪ~aɪ]
- /aɪ/ → [aɪ] или [ɔɪ]
- /ɔɪ/ → [ɔɪ~oɪ]
- /u:/ → [əʊ] или монофтонг [ɜ:], возможно, с небольшим округлением губ, [i:] или [ʊ:]
- /əʊ/ → этот дифтонг типично начинается в районе лондонского [ʌ], [æ~e]. Конечной точкой может быть [ʊ], но чаще встречается [ɥ]. Таким образом, наиболее частыми вариантами являются [æɥ, æɥ, eɥ] и [eɥ], варианты [æʊ] и [eʊ] также возможны. Наиболее просторечный вариант приближается к [aʊ]. Есть также вариант, который используется только женщинами, а именно [eø ~ øø]. В дополнение, существуют произношения [l̥:], как в «по, пап» и [œ], которое используется в малоизвестных вариантах кокни.

- /ɪə/ и /eə/ → [iə], [ɛə]
- /ʊə/ → /ɔ:/ ~ /ɔə/
- /aʊ/ → [æʊ], [æə] или [æ:]
- /ɪə/, /eə/, /ʊə/, /ɔə/ и /aʊ/ могут произноситься как монофтонги [ɪ:], [ɛ:], [ʊ:], [ɔ:] и [æ:] ~ [a:]
- /iə, eə, ə, æʊ/ могут реализовываться как трифтонги [ɪiə, eɪə, əiə, æiə]

Особенности произношения – это первое отличие диалекта кокни от других, однако, не самое важное. Glottal Stop употребляется и в других языках, превращения дифтонгов могут происходить даже без знания кокни. Но именно диалект кокни сумел стать распространенным, известным за рубежом. Во многом это объясняется тем, что кокни имеет тенденцию рифмовать слова, заменять их в речи на аналогичные, рифмующиеся с ними (Rhyming Slang) [5]. В основе сленга кокни лежит замена слова рифмованной фразой, состоящей из 2-3 слов. Впоследствии рифма опускается, и значение оставшегося слова не имеет ничего общего с первоначальным. Поэтому значение слова очень тяжело понять даже коренным англичанам, если они не знакомы со свойственным кокни сленгом. Примеры:

- Auntie Ella = umbrella – зонт
- You and me = tea – чай
- Apple and pears = upstairs – лестница

Помимо этого, существует также явления “обратного слэнга”, представляющего собой слова, которые пишутся и читаются наоборот [6]. Например, сленговое слово «uob» – это обратный вариант слова «boy». Слово «uob» имеет значение “молокосос”, “паршивец”.

Однако, кроме рифмованного и обратного слэнга, существуют еще и самостоятельные сленговые наименования некоторых реалий и явлений:

- Endz/Beats – район проживания
- Landlord – арендодатель квартиры

- Fam – близкий человек
- WagOne – привет

Сегодня кокни идет в ногу со временем. Диалект пополняется новыми современными словами, например wind and kite = website. Также география использования этого наречия больше не ограничивается лондонским Ист-Эндом. Все это означает, что диалект развивается и живет. Изучающие английский язык не могут обойти своим вниманием такое яркое, динамичное и живое явление, как кокни. Таким образом, они добавляют в свою иноязычную речь элементы, присущие истинным англичанам, и полагают, что это делает их речь более понятной и современной. Тут нужно быть крайне осторожным. Да, отдельные заимствованные слова или особенности произношения можно обнаружить и в речи официальных лиц, дикторов радио, телевидения, то есть тех, кто должен являть собой эталон английского языка. Но это скорее дань моде, и отдельные заимствования встраиваются в кодифицированную систему, являясь элементом ее развития, а не деградации.

Ссылки на источники

1. Панькин А.Б. Формирование этнокультурной личности. – Московский психолого-социальный институт, 2006. – 200 с.
2. Жебрунова Л.А. Метафоризация как модель терминообразования в рамках семантического поля «страхование» (на материале русского и английского языков). – Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. Выпуск 2. Серия Филологические науки. – Издательство Российского государственного университета им. И. Канта, Калининград, 2010. – С. 62.
3. Кокни // Лингвотек – бюро переводов [электронный ресурс]. – URL: <http://lingvotech.com/cokney>
4. Емельянов А.А.. Английский рифмованный сленг: теоретико-экспериментальное исследование: Дис. ... к. филол. н. – 2006. – URL: <https://www.dissercat.com>
5. Что такое диалект кокни // Блог о Великобритании «Англomania» – URL: <https://www.anglomania.org/2015/11/ockney-rhyming-slang.html?m=1>
6. Fowler, H. W. Modern English Usage. – Oxford University Press, 1926, Wordsworth Edition reprint, 1994.

Бабков Андрей Олегович

5 курс, Таможенное дело, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск

Научный руководитель: Березняк Ирина Сергеевна

к. ф.-м. н., доцент, кафедра менеджмента и таможенного дела, Смоленский

филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Смоленск

andrycond@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. *Сегодня мировая глобализация вызывает особый интерес среди политиков, экономистов, различных научных деятелей. Являясь геополитическим процессом, она охватывает все без исключения области общественной жизни, в том числе экономику, политическую деятельность, культуру, экологию, безопасность и т. д. В статье рассмотрены основные направления экономической глобализации, её последствия, а также положение России в условиях глобализации мировой экономики.*

Ключевые слова: *мировая глобализация, геополитический процесс, государственная стратегия экономической безопасности Российской Федерации в условиях глобализации, экономическая и национальная безопасность.*

ECONOMIC SECURITY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Abstract. *Today globalization is of particular interest among politicians, economists, and various scholars. Being a geopolitical process, it covers all areas of public life without exception, including economics, political activity, culture, ecology, security, etc. The article considers the main directions of economic globalization, its consequences, as well as the situation of Russia in the context of globalization of the world economy.*

Keywords: *world globalization, geopolitical process, state strategy of the economic security of the Russian Federation in the context of globalization, economic and national security.*

Значимой характерной чертой формирования современного мира является усиление влияния глобализации, затрагивающей все сферы государственной деятельности: экономику, политику, идеологию, культуру и т. д. Особый интерес к процессу и проблемам глобализации появился в 1990-е годы, что связано с разрушением основной части мировой социалистической системы и активизацией антиглобализма.

Исследование многочисленных трудов, приуроченных к данной теме, позволяет понять, что среди ряда ученых, исследователей существуют значительные расхождения в определении и трактовке содержания глобализации мировой экономики. В дискуссиях принимают участие представители практически всех наук. Главными предметами обсуждений считаются, непосредственно, сам предмет глобализации, его содержание, основные субъекты, формы, временные рамки, последствия для мировой экономики, регионов, стран и их отдельных субъектов [4]. В ходе этих дискуссий сформировалась следующая характеристика глобализации:

- глобализация – процесс объективный, закономерный и неизбежный, предполагающий в дальнейшем формирование единого мирового хозяйственного комплекса;

- глобализация – процесс неоднозначный, и, по распространенному мнению, имеет больше отрицательных сторон, чем положительных;

- субъектами глобализации являются международные организации разных уровней (экономические группировки, военные блоки, ТНК, отдельные государства и их субъекты);

- объектами глобализации являются отношения (базисные и надстроечные), которые реализуются и преобразуются субъектами глобализации (интеграция, кооперация, воспроизводство, МРТ и т. д.);

- глобализация в разной степени управляемый процесс (современная модель глобализации предполагает чрезмерно высокую роль капиталов развитых стран и их ГК).

Данный процесс охватывает разнообразные области и сферы мировой экономики, такие как мировая торговля, интернациональное движение факторов производства, финансово-кредитные и валютные операции, производственное, информационное, научно-техническое сотрудничество и т. п. Глобализация означает не столько усиление экономических связей и взаимопроникновений, сколько создание экономических отношений, обеспечивающих выживание и развитие человека и природы [5].

Известно, что существует множество подходов к определению понятия «глобализация». Вот некоторые из них:

- глобализация – это процессы объединения или сближения экономических, социальных и культурных норм и принципов в странах, где прежде экономика и общество имели ярко выраженные национальные черты;
- тенденция в развитии мировой экономики, состоящая в движении к объединению отдельных государств в единый хозяйственный комплекс, развивающийся по унифицированным социально-экономическим законам;
- усиление взаимозависимости национальных экономик, взаимовлияния и взаимопереплетения различных сфер и процессов в мировом хозяйстве и формирование на этой основе экономик открытого типа.

Исходя из всего вышесказанного, можно дать следующее определение глобализации мировой экономики [6].

Глобализация – это процесс формирования и развития системы международных отношений, прежде всего экономических, предполагающий объединение всех сфер государственной деятельности стран, основывающийся на: международном разделении труда; мировой миграции труда, рабочей силы, капитала; формировании единой организационной структуры управления; НТП и т. п.

Глобализация, как говорилось раньше, имеет ярко выраженный противоречивый характер. Ученые расходятся во мнениях: глобализация – это «хорошо», или «плохо»? Попробуем разобраться.

Положительную роль глобализации трудно переоценить: увеличиваются возможности человечества, создаются условия для улучшения жизни и гармонизации в обществе, появляется основа для совместного решения глобальных проблем.

Итак, положительными сторонами глобализации являются:

- усиление конкуренции и, как следствие, расширение рынков (углубление специализации и МРТ);
- снижение цен и сокращение издержек за счет экономии на масштабах производства;
- стимулирует развитие новых технологий, ускорение НТП;
- стимулирует повышение производительности труда за счет рационализации труда на глобальном уровне;
- формирует базу для решения глобальных проблем человечества, в первую очередь природоохранных;
- расширение доступа к информации;
- формирование социокультурного единства, сближение наций;
- увеличение разнообразия товаров на мировом рынке.

Несмотря на все вышеописанные положительные черты, глобализация проявляется в ущемлении интересов широких слоёв населения многих стран, а именно не входящих в «золотой миллиард». Современная модель глобализации экономики вызывает нарастание конфликтов и противоречий между участниками международных отношений той или иной сферы [1].

К отрицательным сторонам логично отнести следующие:

- неравномерность распределения преимуществ глобализации, рост технологического разрыва (как следствие, увеличивается разрыв между «элитой» и периферией);
- активное нарастание экономизации политики и политизации экономики;
- снижение государственного суверенитета отдельных стран, усиление их зависимости от ТНК;
- господство на международной арене более сильных в экономическом плане государств, тормозящее развитие слабых;
- обострение глобальных проблем;
- ухудшение состояния экологии;

- увеличение масштабов миграции;
- потеря части суверенитета стран.

Также, можно сказать, что в условиях глобализации страны начинают в какой-то степени терять свою индивидуальность. Это связано с тем, что местные сообщества начинают взаимодействовать с новым мировым порядком, происходит переплетение культур. Негативным моментом в этом смысле становится то, что происходит размывание границ национально-культурной идентичности. Жители отдельных государств начинают утрачивать характеристики принадлежности к своей культуре, своему государству, и всё реже связывают своё будущее с будущим Родины.

Экономическая безопасность страны представляет собой сложный комплекс мероприятий и инструментов по созданию таких экономических отношений, которые будут способны создать стабильность во всех сферах деятельности населения и государства в целом. Практика показала, что только надежная, стабильная и эффективная политика обеспечения экономической безопасности может служить гарантом стабильного социально-экономического развития страны.

Вопросы, проблемы и направления экономической безопасности продолжительный период не рассматривалась как опасность, влияющая на стабильность и развитие. Исследования ее содержания и возникающих в результате ее воздействия проблем стал подниматься только во времена перестройки. В 90-х годах 20 века в работах ученых-экономистов, а также, СМИ впервые появился термин «экономическая безопасность». Первые работы, полностью посвященные вопросам экономической безопасности, были опубликованы в 1994 году. Более подробно теоретическую сторону вопроса рассмотрели в журнале Вопросы экономики № 12 за 1994 год Л. Абалкин, А. Архипов и др. Позже в полемику по этому вопросу вступили и другие крупнейшие отечественные экономисты.

Важнейшим элементом государственной безопасности России является экономическая безопасность. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года», экономическая безопасность России – это защищенность экономических интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз, основанное на независимости, эффективности и конкурентоспособности экономики страны. Объектами экономической безопасности Российской Федерации, в соответствии с Указом, являются личность, общество, государство и основные элементы экономической системы, включая систему институциональных отношений [2].

Государственная стратегия экономической безопасности включает:

- характеристику внешних и внутренних угроз экономической безопасности России как совокупности условий и факторов, создающих опасность для жизненно важных экономических интересов личности, общества и государства; определение и мониторинг факторов, подрывающих устойчивость социально-экономической системы государства, на краткосрочную и среднесрочную (3-5 лет) перспективу;
- определение критериев и параметров, характеризующих национальные интересы в области экономики и отвечающих требованиям экономической безопасности России;
- формирование экономической политики, институциональных преобразований и необходимых механизмов, позволяющих устранить или смягчить воздействие факторов, подрывающих устойчивость национальной экономики.

Меры и механизмы, используемые для осуществления предлагаемой стратегии, должны разрабатываться с учетом состояния социально-экономического развития на настоящее время и прогнозов на будущее [1]. К ним относятся:

- мониторинг динамики факторов текущих и прогнозируемых угроз и рисков экономической безопасности;
- разработка предельных значений безопасности;

– конкретная направленная работа государственных институтов по обеспечению экономической безопасности государства.

Россия, будучи субъектом мировой экономики, каждый день встречается с положительными и отрицательными сторонами процесса глобализации, которые стали заметно ощутимы с вступлением России в ВТО.

Интернационализация хозяйственной деятельности началась в Российской Федерации с этапа разрушения СССР. В 90-е годы была ликвидирована государственная монополия на проведение операций с валютой, международную торговлю, сняты многочисленные ограничения, затрагивающую внешнеэкономическую деятельность. Примерно в это время Россия начала активно развивать внешние связи, сотрудничать с международными организациями. Однако, быстро вписаться в международные отношения России не удавалось: о себе давала знать многолетняя самоизоляция страны. Распад СССР оставил России негативные последствия, такие как спад производства, падение жизненного уровня в стране, резкое снижение конкурентоспособности отраслей – не самые лучшие стартовые возможности для страны. Всё это способствовало развитию отношения недоверия к стране, незаинтересованности иностранных инвесторов. Россия понесла огромные потери, включая утечку «мозгов», капитала, потерю передовой науки, разрыв хорошо налаженных экономических связей.

В результате приватизации 90-х годов Россия потеряла значительную часть (около 80%) энергетики, водоснабжения и других сфер, которые теперь принадлежат таким странам, как Италия, Германия, Франция, Испания и другие.

Страны Запада (ВТО, НАТО, G7, ЕС и др) всё решительнее требуют от России уступок во многих сферах общественной жизни и деятельности страны. В. В. Путин утверждает, что политика, проводимая странами Запада в отношении России, является политикой неоимпериализма [1].

Кроме того, военно-технический потенциал России после распада СССР значительно ослабел, и Россия оказалась практически неспособной защитить себя. Правда, в последние годы Правительство всё активнее увеличивает затраты на финансирование военно-технической промышленности. Так, в 2015 году Россия потратила около 21% бюджетных средств на развитие ВПК.

В 2007 году Госдума ратифицировала соглашение между НАТО и другими странами, участвующими в программе «Партнерство ради мира», что фактически создает условия для практически свободного ввода войск НАТО на территорию России под предлогом борьбы с различного рода конфликтами, в том числе социальными.

В процессе глобализации, в России резко открылись границы для мигрантов. По официальным данным 2010 года Россия заняла 2 место по количеству мигрантов в мире. Рост количества мигрантов, несомненно, ведет к таким последствиям, как рост безработицы, обострение социальных конфликтов, рост преступности [3].

Глобализация также создает условия для нанесения потерь малому и среднему бизнесу. На международном уровне некоторые категории российских товаров обладают довольно низкой конкуренцией, что затрудняет рост и развитие предпринимательства в стране [6].

Между тем, глобализация несет в себе и положительные последствия для нашей страны. Россия вкладывает денежные средства в развитие наукоемких производств, что вызывает развитие этой отрасли и привлекает инвесторов. Увеличение объемов инвестиций обуславливает в перспективе рост занятости, реальных доходов населения, ВВП и национального дохода. Усиление конкуренции на мировом рынке вызывает повышение качества и конкурентоспособности российских товаров, снижение внутренних цен.

Важно помнить, что глобализация несет в себе не только положительные, но и негативные последствия, о влиянии которых стали говорить всё чаще. Одним из таких

последствий, наверное, самым важным, является вопрос об ослаблении и подрыве национальной безопасности стран.

Экономическая безопасность, являясь частью системы национальной безопасности, затрагивает почти каждую сферу жизнедеятельности общества и государства, а значит государство должно сформировать такую политику, чтобы максимально снизить негативные последствия внутренних и внешних угроз для создания благоприятной, стабильной обстановки в стране [7]. В России основными проектами, посвященными достижению этих целей, являются Государственная стратегия экономической безопасности и Стратегия национальной безопасности до 2020 года [1, 2].

Но, несмотря на то, что Правительством определены основные направления деятельности по укреплению экономической и национальной безопасности, показатели состояния безопасности в основном отрицательные, что признают даже высшие руководители и лидеры государства. Это говорит о том, что безопасность в России всё еще подвержена внутренним и внешним угрозам, поэтому возникает необходимость в определении дополнительных теоретических и практических направлений решения представленных проблем.

Россия богата различными ресурсами, и вполне может выдержать натиск со стороны мировых экономических держав в условиях глобализации. Главное – правильно определить стратегию развития экономики, и научиться рационально использовать имеющийся в стране потенциал, что, в свою очередь, поможет повысить уровень экономической и национальной безопасности в целом.

Ссылки на источники

1. «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683.
2. «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208.
3. Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. N 390-ФЗ «О безопасности».
4. Мировая экономика: учебное пособие / В.И.Дерен; Смол.гос.ун-т. – 5-е изд., перераб. и доп. – Смоленск: Изд-во СмолГУ, 2016. – 428 с.
5. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / под ред. Под ред. Погорлецкого А.И., Сутырина С.Ф. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2019. — 499 с.
6. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник / под ред. В.К. Поспелова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 370 с.
7. Можаяева Р.А., Новикова Н.Е. Проблема бедности в современной России как угроза национальной безопасности. // Актуальные проблемы взаимосвязи регионального развития и экономической безопасности: материалы II Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 56-61.
7. Афанасьева Н.А., Легошина Н.Д. Обеспечение устойчивого развития приграничных городов на примере Смоленской области в условиях экономических санкций. / Редакция: Ю.Ф. Азаров, Н.Г. Дупленко (отв. ред.) [и др.]. // Анализ состояния и тенденции развития приморских регионов России Казань, 2017. С. 8-11.
8. Афанасьева Н.А., Лучкин А.Г. Роль таможенных органов в защите экономических интересов страны. // Современный взгляд на науку и образование: сборник научных статей. – Москва, 2020. – С. 177-180.
9. Мельников В.А., Соколова М.Г., Морозова О.А. Мероприятия Смоленской таможни по обеспечению мер экономической безопасности. // Актуальные проблемы взаимосвязи регионального развития и экономической безопасности: материалы II Международной научно-практической конференции. 2018. С. 50-56.

Васильева Анастасия Владимировна

2 курс, таможенное дело, Смоленский филиал РЭУ им Г. В. Плеханова

Научный руководитель: **Березняк Ирина Сергеевна**

к. ф.-м. н., доцент, Смоленский филиал РЭУ им Г. В. Плеханова

mnastasia67@gmail.com

ПСИХОЛОГИЯ КОРРУПЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. В статье рассматривается психологический аспект науки и практики в отношении коррупции и борьбы с ней. Обозначены факторы негативного воздействия коррупции. Предложены возможные пути изменения отношения к коррупции в обществе, психологический мониторинг законопроектов, внедрение специальных психологических методик и т. д.

Ключевые слова: коррупция, психологическая наука и практика, нетерпимость к проявлению коррупции, законопроекты.

Vasilyeva. A. V.

2nd year, customs service, Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of

Economics, Smolensk

Scientific adviser: Bereznyak I.S.

Ph. D., associate Professor, associate Professor of the Department of management and customs services

Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of

Economics, Smolensk

mnastasia67@gmail.com

PSYCHOLOGY OF CORRUPTION IN MODERN RUSSIA

Abstract. The article considers the psychological aspect of science and practice in relation to corruption and the fight against it. The factors of the negative impact of corruption are indicated. Possible ways of changing attitudes towards corruption in society, psychological monitoring of bills, the introduction of special psychological techniques, etc.

Keywords: corruption, psychological science and practice, intolerance to corruption, political projects.

Сегодня феномен возрастания уровня коррупции является одной из актуальных проблем современной России. С этим явлением люди сталкиваются лично или косвенно. Каждый день тема коррупции освещается в СМИ, что говорит о том, что тема актуальна и никого не оставляет равнодушным. Поэтому в изучении коррупции и её последствий участвуют несколько дисциплин. Психология только начинает присоединяться к этим научным дисциплинам.

Однако «без психологически рациональных подходов» здесь вряд ли можно что-либо сделать, потому что коррупция не является лишь юридической и экономической проблемой, а изначально носит чисто психологический и человеческий характер.

Изучение коррупционных проблем в современном мире является необходимым, потому что данный процесс становится всё более распространённым в современных мировых условиях. Современные психологи выделяют несколько видов различных аспектов проблемы: как теоретические, так и практические. В изучении данных проблем отдаётся предпочтение исследованию структурных, содержательных и процессуальных факторов коррупции.

Так, психологические особенности личности коррупционера достаточно подробно освещены научных трудах Ю. М. Антоняна, Ю. Ю. Болдырева, О. В. Ванновской, В. Л. Васильева, Е. Е. Гавриной, С. П. Глинкиной, С. Г. Добротворской, А. И. Долговой, Л. М. Закировой, Т. В. Мальцева, В. Е. Петрова, Г. С. Помаза, А. В. Полякова, М. М. Решетникова, Е. П. Тавокина, Т. А. Тереховой, Л. В. Уваровой и др. [2].

Одними из известных российских психологов, работающих в области исследования коррупции, являются: А. П. Лиферов, А. В. Юревич, А. Л. Журавлев (психологи, изучающие психологию коррупционных отношений); Е. Е. Гаврина, Д. В. Сочивко (российские психологи, изучающие особенности коррупционного поведения у госслужащих); Ю. А. Антонян, Т. А. Симакова (психологи, работающие в сфере изучения психологических методов, противодействующих коррупции); Ю. М. Антонян (психолог, занимающийся исследованием психологических причин коррупционного поведения) [3].

Также можно выделить новую развивающуюся область изучения коррупции: сферу ценностных потребностей личности человека.

Очень часто в научных статьях термин «коррупция» сравнивают с аддитивным поведением, поэтому Р. Р. Гарифулин в своей работе рассматривает коррупцию с точки зрения «взяточности» и разделяет её на четыре этапа. Первый этап – носит характер уникальной награды. На втором этапе появляется определённая зависимость (чиновник ждёт этого события, просматривая варианты и место получения взятки). Третий этап характеризуется депрессивными симптомами, на этой стадии приоритет отдаётся сумме взятки, после которой человек испытывает чувство комфорта. Последний этап характеризуется потерей радости и сочувствия, человек, получающий взятку, больше не чувствует удовольствия. Р. В. Гарифуллин считает, что такого человека вернуть к реальности поможет только тюремное заключение [2].

Каждый год проблема коррупции приобретает всё большую значимость и социальный отклик в жизни общества, поскольку это явление, к сожалению, проникло во все сферы жизни общества. По общему рейтингу уровня коррупции Россия занимает 138 из 180 возможных позиций. Рейтинг ежегодно устанавливается международной неправительственной организацией Transparency International.

На представленном рисунке 1 рассмотрена структурная модель отношения к коррупции [4]. Из приведенного рисунка видно, что и склонность к коррупции, и антикоррупционная устойчивость формируются на различных уровнях, таких как уровень смыслов и ценностей, когнитивный уровень и эмоционально-волевой. Причем для каждого из этих уровней может быть сформировано как отчуждение, так и идентификация. Если на каждом из уровней происходит отчуждение, то формируется устойчивая склонность к коррупции, идентификация же приводит к антикоррупционной устойчивости.

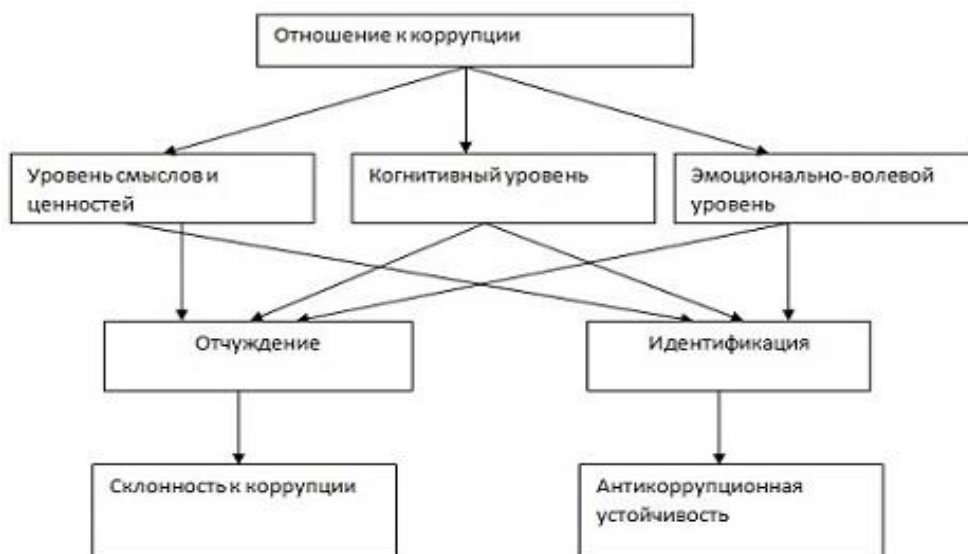


Рис. 1. Структурная модель отношения к коррупции

Следует отметить, что уровень коррупции в России увеличивается с каждым годом. А антикоррупционные меры Российской Федерации становятся менее эффективными. Надо действовать не только по правовым нормам с применением соответствующих мер, их, как показывает практика, оказывается недостаточно. Борьба с коррупцией должна осуществляться скоординированным образом, включающим не только правовые методы, но и социальные, а также использовать психологические методы воздействия на должностных лиц.

Борьба с коррупцией должна осуществляться не только силовыми структурами страны или отдельно взятыми должностными лицами, но и при помощи привлечения внимания к данной проблеме населения нашей страны. Но, важно понимать, что термин «борьба» носит локальный характер, необходимо, как можно больше привлекать людей в борьбе с данным процессом и опираться в данной борьбе на поведенческие практики.

Данный процесс можно радикально искоренить при помощи изменения отношения населения к коррупции, путём формирования крайне негативного отношения к этому явлению в обществе.

Влияние коррупции на все жизненные аспекты с каждым годом становится сильнее, поэтому необходимо, подходить к преодолению коррупции радикально. Вопросы повышения уровня коррупции и путей её преодоления должны быть введены в образовательные программы высших заведений.

Коррупция затрагивает практически все сферы профессиональной деятельности. Уровень профессиональной коррумпируемости по материалам средств массовой информации представлен на рисунке 2 [4]. Из приведенного рисунка видно, что наибольшую долю составляют чиновники (65%), все остальные виды деятельности, согласно материалам СМИ, не так сильно коррумпированы.



Рис. 2. Профессиональная коррумпируемость по материалам СМИ

Кроме того, было бы полезно создать массовое антикоррупционную компанию с участием СМИ. Стоит отметить, что данные компании должны нести в себе психологический аспект. Для разработки данных программ необходимо привлекать психологов и социологов, так как важно не только учесть все психологические факторы, способствующие развитию коррупции, но и предварительный анализ различных социальных групп населения, насколько те или иные группы готовы принять данную программу и участвовать в ней.

Данная компания должна быть направлена на два аспекта: первый – это изменение отношения к коррупции в обществе, вторым аспектом данной программы должно

быть изменение поведенческих практик, которые лежат в основе социальных стереотипов населения.

Важным направлением в борьбе с преодолением коррупции должно быть такое психологическое участие, как своевременный анализ антикоррупционных законов с точки зрения современной психологии, и возможность внесения в них своих коррективов, но, к сожалению данное действие на данном момент могут осуществлять, только юристы. На данном этапе мониторинг законов в Российской Федерации является довольно актуальной проблемой. Поскольку в законодательной практике встречаются «малозффективные» законы, некоторые из которых являются просто не осуществимыми в силу тех или иных факторов. Поэтому многие законопроекты порождают общественное недоверие не только к данным законам, но и к законодательной деятельности в целом. Также, иногда встречаются ситуации, когда законы носят спорный и неоднозначно трактуемый в обществе характер, что порождает общественное недовольство. Этого можно было бы избежать, если бы законы предварительно подвергались тщательной проверке и корректировке не только самих законодателей, но и специалистов-психологов.

Среди психологических проблем, связанных с коррупцией, следует отметить особые психологические методы воздействия на их разрешение, среди таких методов можно отметить такой метод как полиграф. Необходимо осуществлять проверку на «подкуп» как самих должностных лиц, так и лиц, претендующих на руководящие должности. Этот вопрос находит своё отражение во многих научных и репортажных статьях и встречает горячий отклик в обществе. В некоторых регионах Российской Федерации уже вводится данный метод воздействия по инициативе местной администрации [1, с. 26].

Но в этом вопросе важно подчеркнуть, что использование данного метода должно применяться только на добровольной основе с согласия госслужащих, что приводит к тому, что использование полиграфа вообще теряет какой-либо смысл.

Следует отметить, что рассмотренные психологические аспекты не исчерпывают весь потенциал психологической науки и практики борьбы с коррупцией. Самое главное, что в современном мире есть такие возможности, и психологическая наука должна активно принимать участие в решении данной проблемы, которую стоит признать, как одну из главных проблем России, ставящей под угрозу национальную безопасность и наносящую серьёзный ущерб экономическому развитию страны.

Таким образом, коррупция в современном обществе является сложной и многоплановой проблемой, которая требует её всестороннего изучения и выработки возможных путей решения. Проблемы коррупции и борьбы с ней широко освещены в современной научной литературе. Описанные меры не исчерпывают возможных путей борьбы с коррупцией, важно понимание того, что эта проблема является многоплановой и требует всестороннего решения. Психология должна активно помогать решать эту проблему, в том числе путём формирования общественного неприятия коррупции и всех её проявлений.

Ссылки на источники

1. Ванновская, О. В. Обоснование концепции коррупционного поведение госслужащих // Вестник Московского государственного областного университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. / О.В. Ванновская – 2009. – № 3-2. С. 54 – 62.
2. Хаванова, и.с. исследование феномена коррупции в рамках психологии // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. LVI-LVII междунар. науч.-практ. конф. № 9-10(56). / И.С. Хаванова – Новосибирск: СибАК, 2015.
3. Юревич, А. В. Нравственное состояние современного российского общества // Психология нравственности / под ред. А. Л. Журавлева, А. В. Юревича. / А.В. Юревич, Д.В. Ушаков М. : Ин – т психологии РАН. С. 177–208.
4. Решетников М.М. Психология коррупции: утопия и антиутопия. – СПб.: Восточно-Европейский институт психоанализа, 2018. – 128 с.

Ермаков Егор Юрьевич

2 курс, Экономика, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Смоленск

Научный руководитель: **Лукашева Ольга Леонидовна**

к. э. н., доцент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Смоленск

egorermakov91@gmail.com

СОСТОЯНИЕ РЫНКА БЫТОВЫХ УСЛУГ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается текущее состояние и динамика рынка бытовых услуг Смоленской области, а именно стоимость бытовых услуг, оказываемых населению региона в целом и по видам. Проводится анализ проблем, тормозящих развитие рынка услуг, в числе которых несовершенство системы классификации услуг и их статистического учета, отсутствие финансовой поддержки со стороны государства, трудности в оценке качества услуг по причине отсутствия системы сертификации бытовых услуг и другие. По результатам проведенного анализа предлагается комплекс мер организационно-экономического характера, направленных на совершенствование структуры рынка бытовых услуг, которые послужат фактором развития потребительского рынка региона и позволят сбалансировать спрос и предложение.

Ключевые слова: рынок бытовых услуг, потребительский рынок, качество услуг, спрос, предложение.

Ermakov E. Y.

2nd year, Trading economy,

Smolensk branch of Russian University of Economics. G. V. Plekhanova, Smolensk

Scientific adviser: Lukaseva O.L., PhD in Economics, associate Professor,

Smolensk branch of Russian University of Economics. G. V. Plekhanova, Smolensk

egorermakov91@gmail.com

STATE OF THE MARKET OF HOUSEHOLD SERVICES OF THE SMOLENSK REGION, PROBLEMS AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT

Abstract. The article examines the current state and dynamics of the Smolensk region's public services market, namely, the cost of public services provided to the population of the region as a whole and by type. An analysis is made of the problems hindering the development of the market for services, including the imperfection of the classification system of services and their statistical accounting, the lack of financial support from the state, difficulties in assessing the quality of services due to the lack of a certification system for household services, and others. Based on the results of the analysis, a complex of organizational and economic measures is proposed aimed at improving the structure of the consumer services market, which will serve as a factor in the development of the regional consumer market and will allow balancing supply and demand.

Keywords: consumer services market, consumer market, quality of services, supply and demand.

В современных условиях трудно представить экономику без сферы услуг. Одной из составляющих данной сферы экономики выступает рынок бытовых услуг, который занимает важное место в обеспечении потребностей населения [1]. Сфера бытовых услуг как составная часть сферы услуг играет одну из важных ролей в удовлетворении

общества, а ориентация на потребление тесно связывает ее с уровнем экономического развития государства и личными доходами граждан. Таким образом, сфера бытовых услуг, помимо прочего, имеет и экономическое значение.

Анализ рынка бытовых услуг Смоленской области целесообразно начать с рассмотрения объема бытовых услуг населению. Для этого воспользуемся данными рисунка 1.

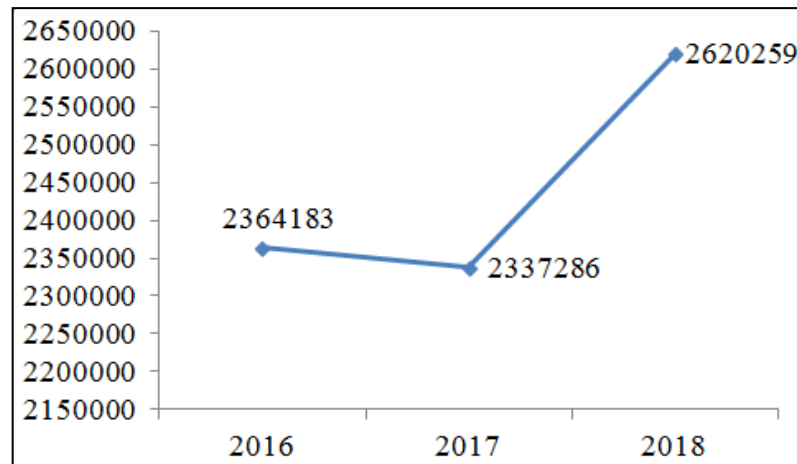


Рис. 1. Объем бытовых услуг населению Смоленской области, млн руб. [2]

Динамика показателя в рассматриваемом периоде, в целом, положительна. При рассмотрении по годам видно, что в 2017 году произошло снижение объема показателя на 26897 миллионов рублей, которое в процентах к предыдущему году составило 98,9%, но уже в 2018 году показатель достаточно сильно увеличился на 282973 миллионов рублей (110,8% в процентах к предыдущему году).

Из данных таблицы 1 видно, что в 2018 году на душу населения было оказано услуг на 34698 рублей, что выше уровня 2016 года на 3,4%. В 2016 году в структуре платных услуг населению бытовые услуги занимали 7,4% к итогу, а в 2018 году уже 8% к итогу. В 2017 году объем бытовых услуг на душу населения уменьшился на 0,6%, в 2018 году напротив вырос на 12,7%. Всего за рассматриваемый период рост показателя по бытовым услугам составил 12%.

Таблица 1

Объем платных услуг на душу населения по видам, рублей

Годы	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Относительное отклонение		
				2017 г. к 2016 г., %	2018 г. к 2017 г., %	2018 г. к 2016 г., %
Все оказанные услуги	33558	35264	34698	105,1	98,4	103,4
в том числе:						
бытовые	2473	2457	2770	99,4	112,7	112,0

Далее рассмотрим объем бытовых услуг населению по видам. Для этого будем использовать статистические данные таблицы 2.

На первом месте в структуре бытовых услуг населению находятся услуги в сфере технического обслуживания и ремонта транспортных средств, машин и оборудования [3]. Динамика их объема хорошо прослеживается на рисунке 2. Стоимость оказанных бытовых услуг данного вида в 2016 и 2017 годах не сильно различается, а именно составляет 805568 и 806580 тыс. руб. соответственно.

Объем бытовых услуг населению по видам, тыс. руб.

Бытовые услуги	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Ремонт, окраска и пошив обуви	45374	36748	44094
Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	84957	82399	77387
Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	120224	153085	137025
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	805568	806580	1144736
Изготовление и ремонт мебели	178090	170966	195322
Химическая чистка и крашение, услуги прачечных	26626	24626	18741
Ремонт и строительство жилья и других построек	259996	260795	161912
Услуги фотоателье	46031	38658	34340
Услуги бань и душевых	114926	95617	117127
Услуги парикмахерских	465701	443157	454784
Услуги предприятий по прокату	20406	24707	18094
Ритуальные услуги	149935	157753	185885
Прочие услуги	46349	42195	30812

Ростом в данной сфере бытовых услуг отметился 2018 год. Темп роста цепной по показателю составил 100,1%, 141,9%, базисный 142,1% (в 2017 к 2016 году, 2018 к 2017 и 2018 к 2016 году соответственно).

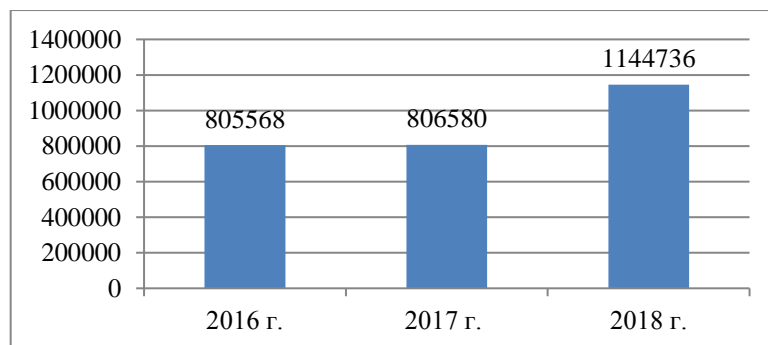


Рис. 2. Объем бытовых услуг Смоленской области в сфере технического обслуживания и ремонта транспортных средств, машин и оборудования, тыс. руб.

На втором месте по стоимости в структуре бытовых услуг находятся услуги парикмахерских. В рассматриваемом периоде они сокращались, что видно из рисунка 3. Так, в 2016 году они составили 465701 тыс. руб., в 2017 году – 443157 тыс. руб., а в 2018 году 454784 тыс. руб.

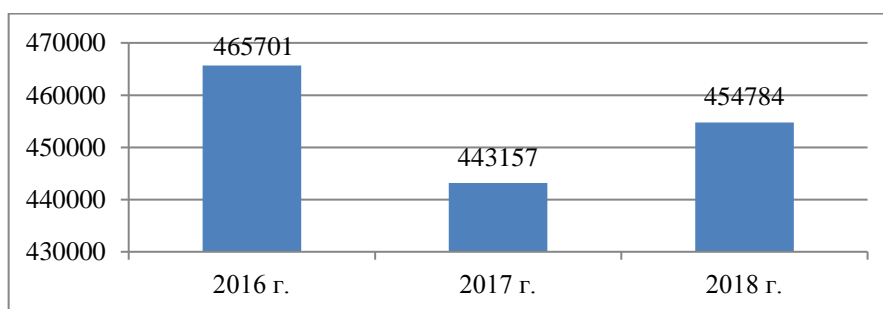


Рис. 3. Объем услуг парикмахерских в Смоленской области, тыс. руб.

Очевидно, что как по годам, так и в целом за период показатель снизился, но самое низкое значение наблюдается в 2017 году. Темп роста в 2017 году (к 2016) составил 95,2%, в 2018 году к 2017 году 102,6%.

Объем бытовых услуг в сфере ремонта и строительства жилья и других построек также занимает существенную долю в структуре бытовых услуг, оказанных населению Смоленской области (рисунок 4).

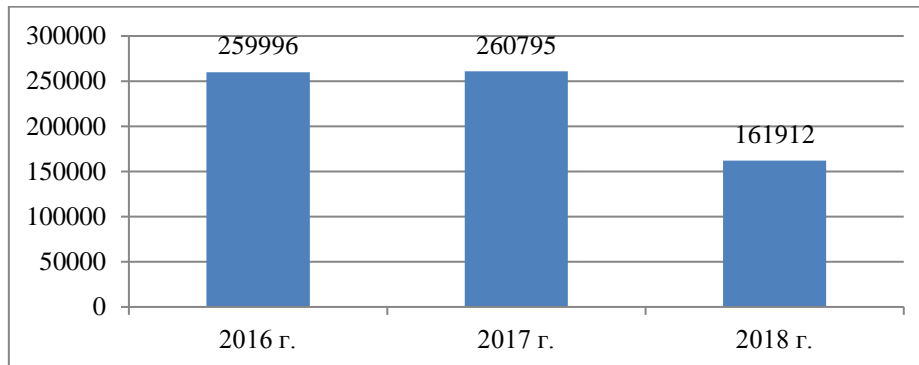


Рис. 4. Объем бытовых услуг в сфере ремонта и строительства жилья и других построек в Смоленской области, тыс. руб.

В 2016 году стоимость бытовых услуг в сфере ремонта и строительства жилья и других построек составляла 259996 тыс. руб. В 2017 году она незначительно увеличилась. Несмотря на рост предыдущего года, в 2018 году наблюдается существенное падение показателя до 161912 тыс. руб., что меньше уровня 2016 года на 98084 тыс. руб.

Анализ других видов бытовых услуг, оказанных населению Смоленской области в 2016-2018 годах, позволяет сделать следующие выводы:

- объем услуг по окраске, пошиву и ремонту обуви за рассматриваемый период снизился на 1280 тыс. руб., темп роста 97,18%;
- объем показателя бытовых услуг, оказанных в сфере пошива и ремонта швейных, кожаных и меховых изделий, снизился на 7570 тыс. руб.: темп роста в 2018 темп роста 93,9%;
- по показателю объема бытовых услуг по ремонту и техническому обслуживанию радиоэлектронной аппаратуры, абсолютное отклонение 2018 года к 2016 составляет 16801 тыс. руб., темп роста цепной в 2017 году составил 127,33%, в 2018 году 89,5%, базисный темп роста в 2018 году 113,97%;
- показатель объема бытовых услуг по изготовлению и ремонту мебели значительно увеличился с 178090 тыс. руб. до 195322 тыс. руб. Таким образом, абсолютное отклонение за рассматриваемый период составило 17232 тыс. руб.;
- услуги химчисток и прачечных ежегодно оказывались реже, сократившись с 26626 тыс. руб. в 2016 году до 18741 тыс. руб. в 2018 году;
- объем услуг фотоателье сильно сократился, показатель имеет негативную динамику: темп роста цепной в 2017 году 83,99%, в 2018 году 88,83%; темп прироста отрицательный (- 25,39%);
- анализ объема услуг бань и душевых выявил небольшое увеличение объема: темп прироста составил 1,92%;
- спрос на услуги проката в рассматриваемом периоде характеризовался ростом, но в конце периода претерпел падение. Темп роста базисный составил 88,67%, темп прироста – 11,33%;
- показатель объема оказанных ритуальных услуг в рассматриваемом периоде ежегодно рос, темп прироста составил 25,98%;
- показатель объема прочих услуг снизился на 15537 тыс. руб., имея в перспективе дальнейшую тенденцию к снижению.

Можно сделать вывод, что рынок бытовых услуг Смоленской области не характеризуется особым подъемом или спадом. По некоторым видам услуг изменения колеблются то в положительную, то в отрицательную сторону. Колебания объема оказанных бытовых услуг вызваны в том числе и проблемами, существующими в данной сфере [4].

В настоящее время в Смоленской области возникают некоторые проблемы, касающиеся статистического учета: учет на внешнем и на внутреннем рынках. Существуют также проблемы с классификацией услуг. Нет четких принципов разграничения тех или иных видов бытовых на операции импорта и экспорта, что существенно тормозит формирование и развитие деятельности предпринимательства на рынке бытовых услуг, а также является помехой в статистическом учете.

Одними из важнейших проблем при функционировании рынка бытового обслуживания в Смоленской области выступают следующие:

1. Со стороны государства наблюдается недостаток финансовых отчислений и полное отсутствие финансовой поддержки, что сильно тормозит эффективное и динамичное развитие рассматриваемой сферы (бытовых услуг), что можно обобщить как безучастная роль государства в целом в данной сфере. Стоит отметить, что в данном случае вмешательство государства является первейшим и необходимым фактором [5].

2. Второй по важности проблемой развития рынка бытовых услуг в Смоленской области выступает качество услуг, особенно это касается новых появляющихся типов. Обращаясь к специалисту, человек не может сразу определить, насколько качественно будет оказана ему та или иная услуга, и оценить это получится только после непосредственного обращения и получения услуги, и, несмотря на качество оказания, человеку придется сначала внести денежные средства в счет оплаты для ее оказания. Так, создание системы сертификации бытовых услуг было бы весьма полезно для населения как гарантия надежности удовлетворения потребностей населения.

3. Снижение численности предпринимателей в сфере оказания бытовых услуг. Такой вывод был сделан при рассмотрении удельного веса индивидуального предпринимательства в общем объеме бытовых услуг (рисунок 5).

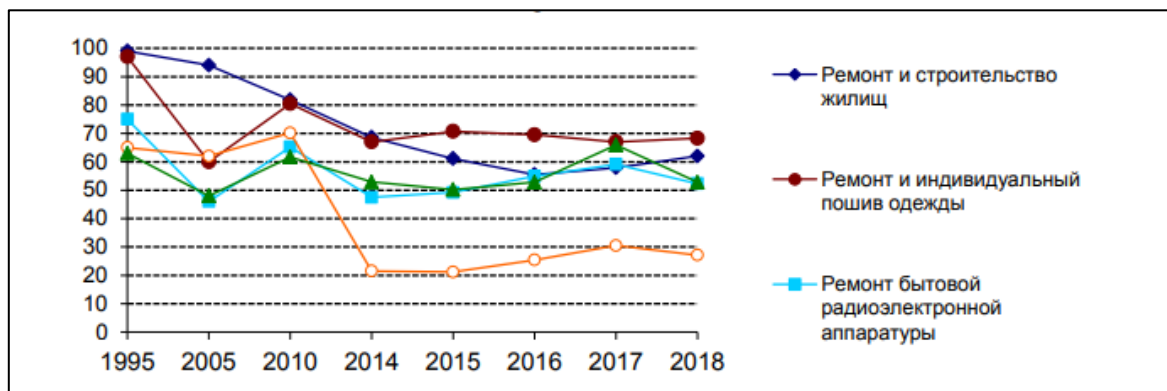


Рис. 5. Удельный вес индивидуального предпринимательства в общем объеме бытовых услуг населению по отдельным видам в Смоленской области, %

Диаграмма наглядно показывает отрицательную динамику: ежегодно количество индивидуальных предпринимателей в сфере оказания бытовых услуг снижается. Это ведет к снижению конкуренции, и как следствие, к снижению качества производителей бытовых услуг в Смоленской области, у которых нет необходимости повышать конкурентоспособность. Однако стоит отметить, что как раз эта проблема является одним из основных факторов, влияющих на развитие сектора бытовых услуг в Смоленской области.

Характеризуя данный вид деятельности, при изучении спецификации деятельности предпринимателя при создании организации, становится ясно, что в данном секторе экономики имеется полный список возможных вариантов: низкие затраты для потенциальных предпринимателей, что особенно важно для трудоемких услуг; высо-

кий уровень образования работников; способность быстро и эффективно адаптироваться к требованиям внешней и внутренней экономической среды, способность ответственно подходить к любой работе.

4. Изучение рынка бытовых услуг на данном временном этапе характеризуется низким уровнем вовлеченности всех видов исследований, тогда как исследования маркетологов, в частности, могли бы помочь открыть новые пути развития для сферы бытовых услуг, как в Смоленской области, так и в других областях России и в зарубежье.

Существует также проблема выбора, которая встает перед производителями бытовых услуг и отражается она в альтернативности использования ограниченных ресурсов и поиске наиболее рационального варианта их сочетания с целью получения максимальной прибыли. Таким образом, на первый план выходят два аспекта [6].

1. Проблема «что производить». Данная проблема отражает такие вопросы производителя услуг как выбор конкретного вида и типа, ассортимента предоставляемых услуг, их количество, качество, просчет зависимости или независимости от тех или иных факторов, возникающих в бытовой жизни населения.

Решение данных вопросов и данной проблемы видится как в объективном и независимом исследовании рынка бытовых услуг, так и в потребительском мнении, которое можно собрать через анкетирование.

Организации же, учитывая свои интересы и интересы общества, в результате создают тот продукт, который имеет спрос и способствует извлечению максимальной выручки.

2. Проблема «как производить». Рассматривая данную проблему, производитель услуг решает, какие технологии и ограниченные ресурсы будут использованы при выполнении услуг.

Решение данной проблемы заключается, помимо прочего, в популяризации среди населения необходимых для работы в сфере бытового обслуживания навыков и уровня образования, что поможет обеспечить конкурентоспособность в сфере бытовых услуг.

Следствием из всего вышесказанного является тот факт, что развитие рынка услуг, а также проблемы, возникающие в процессе этого развития, остаются актуальными вопросами в развитии экономики в целом и требуют к себе пристального внимания, как со стороны государства, так и со стороны маркетологов и других специалистов. Будучи частью рынка услуг, бытовое обслуживание оказывает влияние на экономику в целом, поэтому решение проблем в рассматриваемой нами сфере способно обеспечить рост и развитие экономики через повышение доли прибыли, приходящейся на рынок бытовых услуг. Однако, несмотря на важность этих проблем и достаточно хорошие перспективы в сфере при их решении, вопросы в данной сфере не решаются, оставаясь актуальными уже длительное время, а количество их с каждым годом лишь растет.

Такое положение дел требует принятия определенных мер, которые послужат фактором развития рынка бытовых услуг в Смоленской области, а именно:

1. Привлекательность условий открытия бизнеса в сфере бытовых услуг, а именно помощь со стороны государства, разнообразные выплаты, помощь во входе на рынок.

2. Возникновение новых видов услуг, которые будут отражать интересы общества, и соответствовать постоянно усложняющимся потребностям населения (например, в последнее время актуальной стала проблема грамотной утилизации бытовых отходов населения, разделение мусора, сдача в пункты переработки).

3. Рост сферы ремонта и обслуживания пропорционально росту имущества населения, требующего ремонта и обслуживания.

4. Способствование развитию конкуренции на рынке бытовых услуг.

5. Просвещение населения о существовании организаций, оказывающих бытовые услуги, широкое распространение рекламных кампаний, акции, дисконтные системы, персонализация услуг.

Как уже было сказано, в целом, сфера бытовых услуг имеет хорошие перспективы. Одним из направлений развития данной сферы выступает создание сервисных центров (СЦ), которые по своей сути будут современным аналогом советским домам быта. Расположение таких центров, включающих в себя совокупность мелких бытовых услуг, целесообразно в крупных торговых центрах, супер- и гипермаркетах, то есть в местах с большой проходимостью и регулярным совершением покупок, что делает оказание бытовых услуг быстрым и удобным для населения.

Также возможно оказание бытового обслуживания на дому. Такие сервисы как «Муж на час», «Жена на час» хоть и существуют и функционируют в Смоленской области, но широкого распространения, как и конкуренции, не имеют. Для входа в данный бизнес не требуются огромных вложений капитала, но за счет возрастающих потребностей населения и небольшой конкуренции на рынке такой вид бизнеса может принести немалую прибыль.

Важнейшим направлением развития рассматриваемого рынка услуг на уровне регионов выступает повышение объемов реализации бытовых услуг не только в областных центрах, но и в сельской местности. Это необходимо, потому что потребность населения в бытовых услугах существует повсеместно, но мнение о неплатежеспособности населения области обуславливает низкий уровень предложения услуг бытового обслуживания.

Подводя итог, можно сделать выводы, что на текущем этапе предприниматели уходят с рынка, что говорит о нерентабельности бизнеса на рынке бытовых услуг и столкновении его с проблемами, критически влияющими на деятельность. Глобальное решение проблемы видится только в заинтересованности государства в развитии рынка данного вида услуг.

Это объективно предполагает формирование институционального механизма регулирования рынка бытовых услуг, который должен включать систему мер организационно-экономического характера, направленных на совершенствование структуры рынка бытовых услуг в целях сбалансированности спроса и предложения. К таким мерам относятся методы, содействующие реорганизации структуры рынка бытовых услуг с использованием государственных рычагов для ускорения прогрессивных изменений на социальном уровне.

Ссылки на источники

1. Лукашева, О.Л. Особенности среды функционирования потребительского рынка России и их влияние на формирование модели потребительского поведения / О.Л. Лукашева // Экономический журнал. 2019. – №3. – С. 42.
2. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. – 1999-2019 // [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru>.
3. Smolensk region: economic and social aspects / A. Uskov, N. Novikova, E. Yarotskaya, O. Lukashева, T. Savchenko, L. Kovaleva, Ju. Okorokova, E. Kovaleva, A. Zhukova, I. Denisova, G. Potekhin, A. Luchkin. – Yelm, WA, USA: Science Book Publishing House, 2019. – 96 p.
4. Новикова, Н.Е. Потребительский рынок как индикатор уровня жизни населения региона / Новикова Н.Е., Лукашева О.Л. // Московский экономический журнал. – 2016. – №2. – С. 29.
5. Савченко, Т.К. Инвестиционная привлекательность Смоленского региона / Т.К. Савченко, О.Л. Лукашева. – Beau Bassin, 2019. – 109 p.
6. Лукашева О.Л. Особенности среды функционирования участников потребительского рынка Смоленской области, факторы и перспективы их развития в современных условиях / О.Л. Лукашева, Ю.П. Скакунова // Теория и практика коммерческой деятельности: сб. XIX Международной научно-практической конференции, электронное издание. Сибирский федеральный университет, Харбинский университет коммерции. – 2019. – С. 471-475.

Иванова Елизавета Романовна
4 курс, Экономика, СФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
Научный руководитель: **Ковалева Людмила Федоровна**
к. э. н., доцент кафедры экономики и торгового дела
СФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
elizaveeeeetaaa@yandex.ru

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА КАК ЭЛЕМЕНТ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы оплаты труда в организации: порядок начисления заработной платы, начисления и уплата НДФЛ в бюджет и страховых взносов, а также вопросы кадровой стратегии, благодаря которой осуществляется воздействие на многие функции заработной платы, что может упростить порядок ведения учета.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, налогообложение, заработная плата, удержания из заработной платы, страховые взносы.

Ivanova E.R.
4 year, economics, Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics,
Smolensk
Scientific adviser: Kovaleva L.F., PhD in Economics, Associate Professor, chair of
Economics and Trade
Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
elizaveeeeetaaa@yandex.ru

ACCOUNTING AND TAXATION OF PAYMENTS FOR LABOR PAYMENT AS AN ELEMENT OF PERSONNEL STRATEGY OF THE ORGANIZATION

Abstract: This article discusses the issues of remuneration in the organization: the procedure for calculating wages, accrual and payment of personal income tax to the budget and insurance premiums, as well as issues of personnel strategy, due to which many functions of wages are affected, which can simplify the accounting procedure.

Keywords: accounting, taxation, wages, deductions from wages, insurance premiums.

В системе бухгалтерского учета каждой компании учет работы и его оплаты по праву занимает одно из основных зон. В условиях хозяйствования основными вопросами бухгалтерского учета работы и заработной платы считаются: за определенный период осуществлять расчеты с персоналом фирмы согласно оплате работы (начисление заработной платы и иных выплат, сумм к удерживанию и выдаче на руки); своевременно и грамотно относить на себестоимость продукта (работ, услуг) суммы начисленной заработной платы, страховых взносов в соответствии с неотъемлемыми видами страхования; составлять и классифицировать характеристики согласно труду и заработной плате для целей своевременного управления и формирования необходимой отчетности.

В настоящее время данная проблема остается актуальной. Проявляется она в том, что число небольших компаний каждый год возрастает, в условиях неустойчивой экономики и конкуренции правильно поставленный бухгалтерский учет и налогообложении помогают руководителям каких-либо учреждений вовремя исследовать экономическое положение компании, сформировать прибыльное производство и безболезненно реагировать на перемены в экономике государства.

Целью изучения считается исследование компании учета расчетов согласно оплате труда и ее налогообложения.

Задачи:

- рассмотреть оплату труда и ее правовое регулирование в РФ;
- рассмотреть вопросы учета и налогообложения оплаты труда в РФ;
- рассмотреть учет начислений и удержаний из заработной платы в организации.

В соответствии со ст.135 Трудового кодекса РФ заработная плата работнику устанавливается трудовым договором в соответствии с действующими у работодателя системами оплаты.

Работодатель способен самостоятельно подобрать более оптимальную для его компании концепцию оплаты труда – в связи от специфики производства, категорий сотрудников.

Прежде чем осуществить оплату работы, следует сформировать локальные нормативные документы в компании. Таким важным документом считается положение об оплате труда и материальном стимулировании работников компании. Положение вводится для того, чтобы увеличить материальный интерес сотрудников в совершенствовании производственных и финансовых итогов работы.

При этом в одной компании могут одновременно использоваться различные концепции оплаты труда к разным сотрудникам. Системы оплаты труда устанавливаются коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами (ч.2 ст.135 ТК РФ).

Оплата работы может быть повременной, если оплачивается отработанное время, или сдельной – за произведенный объем работ. В любой из этих концепций на практике имеются разнообразные виды. Под системой оплаты труда понимается способ исчисления размеров вознаграждения, подлежащего выплате работникам в соответствии с произведенными ими трудовыми затратами.

Существуют следующие виды выплат:

1. Основная заработная плата (тарифный, сдельный, оклад).
2. Надбавка с основной заработной платой.
3. Доплата к основной заработной платой.
4. Компенсационные выплаты.
5. Текущее ежемесячное премирование.

При простой повременной оплате труда заработная плата начисляется покладу или тарифной ставке за фактически отработанное время. Премирование не предусматривается.

При такой системе работникам устанавливаются:

- оклады;
- дневные тарифные ставки;
- часовые тарифные ставки.

Если работнику установлен оклад (помесячная оплата), он выплачивается в полном размере при условии, что тот отработывает все рабочие дни в календарном месяце. Если же работник отработывает не весь месяц, то заработная плата начисляется только за фактически отработанные дни.

Если работнику установлена дневная тарифная ставка (поденная оплата), то заработная плата рассчитывается исходя из количества отработанных им дней в месяце по формуле:

Заработная плата = Количество отработанных дней × Дневная тарифная ставка.

В случае если работнику определена часовая тарифная ставка (почасовая оплата), заработная плата рассчитывается, отталкиваясь из количества отработанных им часов согласно формуле:

Заработная плата = Количество отработанных дней × Часовая тарифная ставка.

Надбавка – ежемесячное стимулирующая выплата индивидуального характера, установленная работнику в соответствии с характером, особенностями работы и профессиональной квалификацией работника.

Доплата – выплата стимулирующего характера, устанавливается работнику за выполнение им с его письменного согласия работы, непредусмотренной трудовым договором по запрещаемой им главной должности либо многофункциональными обязанностями сотрудника, должностной инструкцией или осуществление работ в обстоятельствах, отклоняющихся от обычных и других ситуации, предусмотренных настоящим положением либо законодательством РФ.

Компенсационные выплаты акцентируются за вредоносные и серьезные условия труда рабочим – сдельщикам и повременщикам включены в часовую тарифную ставку, расценку также составляют от 4% до 12%.

Вредоносные и серьезные условия работы согласно ст.147 ТК РФ формируются сотрудникам на основе результата аттестации рабочих зон либо специальной оценке условий труда и стандартных отраслевых перечней работ с тяжелыми, вредоносными, особо серьезными и особенно вредоносными критериями работы [1].

Текущее премирование работникам начисляется согласно установленным трудовым договорам.

Заработная плата платится 2 раза в месяц путем выплаты аванса текущего месяца и основной доли заработной платы последующего месяца, за который она начислена. При совпадении для выплаты с выходным либо нерабочим праздничным днем выплаты заработной платы производится в преддверии этого дня [2].

При прекращении действия трудового договора окончательный расчет по причитающейся ему заработной плате производится в последний день работы, оговоренной в приказе об увольнении работника.

Оплата отпуска работником производится не позднее, чем за три дня до его начала.

Выплата пособия по временной нетрудоспособности производится в ближайший день выдачи заработной платы.

Заработную плату перечисляют на банковскую карту, если это предусмотрено трудовым или коллективным договором, и от работника получено заявление с реквизитами карты. В остальных случаях заработная плата выплачивается наличными из кассы организации.

Бухгалтерские проводки по начислению и выплате заработной плате, отражаемые в учете организации, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Бухгалтерские проводки по начислению и выплате заработной плате

Наименование операции	Корреспонденция счетов	
	Дебет	Кредит
Начислена заработная плата	20 (26, 44)	70
Начислены страховые взносы	20 (26, 44)	69
Удержан НДФЛ из заработной платы работника	70	68
Выплачена зарплата работнику на карточку (из кассы)	70	51 (50)

Все суммы начисленной заработной платы и удержанной фиксируются в расчетной ведомости (ф. 03010101) или расчетно-платежной ведомости (ф. 0504401). Когда заработная плата начислена в межрасчетный период (например, при уходе сотрудника в отпуск или увольнении), сумму, подлежащую выдаче, отражают в платежной ведомости по ф. 0504403 (0301011), начисленная заработная плата при этом включается в расчетно-платежную ведомость текущего месяца (ф. 0504401). На сотрудников, которые получают заработную плату на банковскую карту, расчетно-платежная и платежная ведомости не заполняются [3].

Данные о заработной плате (справочные сведения о зарплате), начисленные сотруднику в течение календарного года отражаются в карточке-справке (ф. 0504417), которая заполняется ежемесячно. В ней указываются все начисления и удержания по оплате труда каждого сотрудника (по видам выплат, удержаний) по всем источникам финансового обеспечения (средства бюджета, субсидий, внебюджетные источники).

Карточки-справки заполняются на основании расчетно-платежных ведомостей, расчетный ведомостей.

Начисления заработной платы страховых взносов производятся каждый месяц. Все страховые взносы – на ОПС (обязательное пенсионное страхование), ОМС (обязательное медицинское страхование), ВНиМ (страхование временной нетрудоспособности и в связи с материнством) и травматизм считаются на последнее число месяца отдельно по каждому работнику и каждому виду взносов (п.1 ст.421, п.1 ст.431 НК РФ):

Взносы за месяц = База по взносам × Тариф – Взносы начисленные

Тариф взносов на ОПС – 22%, на ОМС – 5,1%, на ВНиМ – 2,9% (ст.426 НК РФ). Тариф взносов на травматизм зависит от основного вида деятельности. В базу включаются выплаты, начисленные работнику с начала года. Заработок по предыдущему месту работы в базе не учитывается (Письмо Минтруда от 12.11.2015 №17-4/ООГ-1569). В базу для расчетов взносов на ВНиМ включаются все облагаемые выплаты, не превышающие предельной величины.

В основу для расчетов взносов на ОПС включают все облагаемые выплаты. Но выплаты, превышающие максимальное значение, облагаются по тарифу 10%.

В базу для расчетов взносов на ОМС и на травматизм включают все облагаемые выплаты. Максимальная базы по ним отсутствует.

Взносы на ОПС, ОМС и по ВНиМ уплачиваются во внебюджетные фонды в ПР РФ, в ФФОМС и ФСС РФ. На каждый вид взносов составляется отдельная платежка. Уплачиваются ежемесячно – не позднее 15 числа месяца, следующего за месяцем начисления выплат в пользу физических лиц.

Также с заработной платы работника – налогового резидента РФ удерживается НДФЛ по ставке 13% (п.1 ст.224 НК РФ). К доходам сотрудника, которые не имеет такого статуса, как правило, применяется ставка 30% (п.3 ст.224 НК РФ), либо с них вообще не платится налог. Ведь по ст.209 НК РФ объектом обложения НДФЛ является доход, полученный:

- от источников в России и за ее пределами – для налогового резидента РФ;
- только от источников в России – для того, кто не является налоговым резидентом РФ.

К доходам от источников в РФ относится вознаграждение за выполнение трудовых или иных обязанностей, выполненную работу, оказанную услугу, совершение действия в Российской Федерации (подп.6 п.1 ст.208 НК РФ). Если работа, трудовые или иные обязанности выполнялись, услуги оказывались, действия совершались за пределами России, то соответствующее вознаграждение является доходом, полученным от источников за пределами РФ (подп. 6 п. 3 ст.208 НК РФ). Значит, с вознаграждения не имеющего статуса налогового резидента РФ сотрудника за выполненные трудовые или иные обязанности, или работу, оказанные услуги, совершенные действия за рубежом НДФЛ удерживать не нужно. Ведь оно не является объектом обложения этим налогом. Об этом, в частности, говорится в Письме Налогового ведомства от 24.01.2017 №03-04-06/3270.

Для того чтобы обеспечить взаимосвязь базовой и кадровой стратегии необходима реализация следующих положений:

- строгий отбор персонала;
- развитая система тренингов;
- гарантия долгосрочной занятости сотрудников;
- зависимость оплаты труда от его результатов;
- использование командного метода работы;
- наличие нематериальной мотивации;
- отлаженная система обучения;
- предоставление своевременной информации коллективу;
- поощрение инициативы сотрудников.

Кадровые технологии являются не менее важным фактором при выборе стратегии, чтобы кадровая стратегия была эффективна, необходимо применять современные

кадровые технологии, которые позволят объективно оценивать сотрудников, заниматься их обучением и переподготовкой. Разработка и реализация кадровой стратегии представляет собой непрерывный процесс, что связано с решением стратегических задач компании на разных сроках планирования. Кадровая стратегия описывается в стратегическом плане организации. В нем указывается список задач и способы их решения, которые выражены в конкретных мероприятиях, а также указаны лица, ответственные за выполнение определенной задачи и указаны сроки их исполнения [4].

Благодаря кадровой стратегии осуществляется воздействие на следующие функции:

- распознавание и использование потенциала сотрудников, их способностей к развитию, самовыражению, которые используются для достижения целей компании;
- повышение конкурентоспособности компании за счет эффективной работы персонала и динамического развития каждого сотрудника;
- формирование компетентного, ответственного и высококвалифицированного персонала;
- повышение конкурентоспособности организации на рынке труда, что позволяет наиболее эффективно использовать свои слабые и сильные стороны.

Главным вопросом при разработке кадровой стратегии является анализ сильных и слабых сторон управления персоналом организации. Выявляя проблемы в данной сфере, очень важно оперативно их устранить, так как от этого зависит дальнейшая работа организации. При этом необходимо решать грамотно вопросы оплаты труда в организации, порядок начисления заработной платы, начисления и уплаты НДФЛ в бюджет и страховых взносов в государственные внебюджетные фонды.

Следовательно, для того, чтобы выполнять все эти задачи, специалист должен знать положения трудового законодательства, в области приема на работу, оформления трудового договора либо гражданско-правового договора с работниками, порядок ведения документов по учету личного состава. Однако, существует проблема, она проявляется в том, что приходится вести двойную бухгалтерию, так как бухгалтерский и налоговый учет отличаются друг от друга, что совершенно нецелесообразно и требует дополнительных временных и материальных затрат. Именно из-за этого возникает необходимость упростить налоговый учет, максимально приблизить его показатели к системе бухгалтерского учета, этот момент является значимым в отношении повышения контролируемости операций и предупреждения уклонений от налогообложения.

Ссылки на источники

1. Луговой В.А. Оплата труда: бухгалтерский учет и расчеты / В. А. Луговой. – М.: Бухгалтерский учет, 2017. Библиотека журнала «Бухгалтерский учет». ISBN 5-85428-047-7
2. Шевелев А.Е., Шевелева Е.В. Бухгалтерский учет расчетов: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2015. 314 с.
3. Павленко А.П., Суетина Л.М. Организация нормирования труда на предприятиях в современных условиях. – М.: Альфа, 2018. 167 с.
4. Кадровая стратегия организации как важнейший элемент системы устойчивого развития экономики региона. В сборнике: Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы XI международной научно-практической конференции. 2018. С. 253-255.
5. Яроцкая Е.В. Управленческий учет – информационная база управления. // Проблемы современных экономических, правовых и естественных наук в России сборник статей II Международной научно-практической конференции. – 2014. – С. 103-105.

Корягина Виктория Владимировна,
2 курс, Экономика, СФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
Научный руководитель: **Ковалева Людмила Федоровна,**
к. э. н., доцент кафедры экономики и торгового дела
СФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
victoriyakoryagina@yandex.ru

ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В данной статье проведен анализ внешней торговли Смоленской области, рассмотрена статистика внешнеторгового оборота в регионе и в целом по России, исследована структура экспорта и импорта Смоленской области за 2014-2019 год. Также, в статье описаны некоторые недостатки внешней торговли региона и пути их устранения.

Ключевые слова: внешняя торговля, торговые партнеры, внешнеэкономическая деятельность, внешнеторговый оборот, сальдо торгового баланса, экспорт и импорт.

Koryagina V.V.
2nd year, Economics, Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
Scientific adviser: *Kovaleva L.F.,*
Ph.D., associate professor, Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
victoriyakoryagina@yandex.ru

ECONOMIC AND STATISTICAL ANALYSIS OF TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN THE SMOLENSK REGION

Abstract: This article analyzes the foreign trade of the Smolensk region, examines the statistics of foreign trade turnover in the region and in Russia as a whole, and examines the structure of exports and imports of the Smolensk region for 2014-2019. Also, the article describes some of the shortcomings of foreign trade in the region and ways to eliminate them.

Keyword: foreign trade, trade partners, foreign economic activity, foreign trade turnover, trade balance, exports and imports.

Внешняя торговля представляет собой важную часть экономической сферы деятельности государства или отдельного его региона, а также является неотъемлемой частью международных отношений. Такой вид торговли представляет собой обмен различными товарами и услугами между странами, областями.

Данная тема исследования является очень актуальной в настоящее время, так как внешняя торговля имеет большое значение как для экономики всего государства, так и для экономики его отдельно взятого региона, в том числе и для Смоленской области. Внешняя торговля представляет собой мощный фактор экономического роста, способствует повышению конкурентоспособности продукции страны или ее отдельно взятого субъекта, помогает перераспределять необходимые товары между хозяйствами. Кроме того, она обеспечивает появление новых рабочих мест из-за увеличения экспорта, а также способствует повышению эффективности производства за счет введения и использования новых технологий и ресурсов, что в дальнейшем способствует переходу экономики Российской Федерации на новый технологический уровень [1].

Владея большим количеством квалифицированных трудовых ресурсов, огромным запасом энергетических ресурсов, полезных ископаемых (нефти, газа, угля), Россия занимает важное место в системе международной торговли. Однако в последние годы в нашей стране наблюдаются несколько отрицательные тенденции в динамике внешнеторгового оборота: за пять лет, начиная с 2014 по 2018 годы его показатели снизились на 111,6 млрд. долл., что представлено в таблице 1. Это можно объяснить

прежде всего падением цен на нефть и прочие ресурсы, которые экспортирует Россия, а также осложнением отношений с некоторыми странами, с которыми наше государство ведет торговлю. За рассматриваемый отрезок времени наблюдается положительное сальдо торгового баланса, так как отмечается ежегодное превышение экспорта над импортом.

Также, стоит отметить сокращение объема экспорта и импорта: экспорт сократился на 52,8 млрд долл. (с 496,8 млрд долл. в 2014 году до 444 млрд долл. – в 2018), а импорт сократился на 58,8 млрд долл. за этот период времени.

Таблица 1

Внешняя торговля Российской Федерации, в млрд долл.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Внешнеторговый оборот	804,7	534,4	473,2	591,7	693,1
Экспорт	496,8	341,4	281,7	353,5	444,0
Импорт	307,9	193,0	191,5	238,1	249,1
<i>В том числе: со странами дальнего зарубежья</i>					
экспорт	428,1	292,1	241,7	303,4	387,7
импорт	271,9	170,6	170,8	212,8	222,5
<i>со странами СНГ</i>					
экспорт	68,7	49,3	40,0	50,2	56,3
импорт	36,0	22,4	20,7	25,4	26,5

Исходя из данных таблицы 1, можно заметить, показатели экспорта и импорта и в страны дальнего зарубежья и в страны СНГ снижаются. При этом большая часть экспорта и импорта России приходится на страны дальнего зарубежья (Нидерланды, Германия, Финляндия и другие). Так, в 2018 году экспорт в эти страны был больше экспорта в страны СНГ на 331,4 млрд долл., а импорт – на 196 млрд долл.

В соответствии с официальными статистическими данными, основу экспорта России составляют минеральные продукты: на их долю приходится более 64% всех экспортируемых товаров. Также видное место в структуре экспорта занимают металлы и драгоценные камни (12,1% от всех товаров), машины, оборудование и транспортные средства (6,5%) и продукция химической промышленности. Среди импортируемых в нашу страну товаров следует выделить машины, транспортные средства и оборудование (их доля равна 47,3% от всей продукции), продукцию химической промышленности (18,3%), продовольственные товары (12,4%) и так далее.

Динамика показателей, характеризующих внешнюю торговлю в Смоленском регионе, несколько отличается от общероссийских тенденций. Смоленская область представляет собой одну из областей Центрального федерального округа. Располагаясь на западе Российской Федерации, область граничит с такими субъектами нашей страны, как Калужская и Московская области – на востоке, Тверская и Псковская области – на севере, с Брянской – на юге, а также с некоторыми областями Белоруссии имеет границы на западе. Смоленский регион имеет выгодное экономико-географическое положение: по его территории проходит множество железнодорожных и автомобильных магистралей, соединяющих Москву с западной границей России, а также нефте- и газопроводы [2]. В области достаточно хорошо развиты такие отрасли промышленности, как машиностроение, электроэнергетика, ювелирная и химическая промышленность, пищевая промышленность, металлообработка.

Таким образом, Смоленский регион имеет потенциал в развитии импорта и экспорта различных товаров и услуг. В соответствии с официальными статистическими данными, в 2019 году область вела внешнюю торговлю со 110 странами.

На рисунке 1 представлен внешнеторговый оборот в Смоленской области за период с 2014 по 2018 годы.

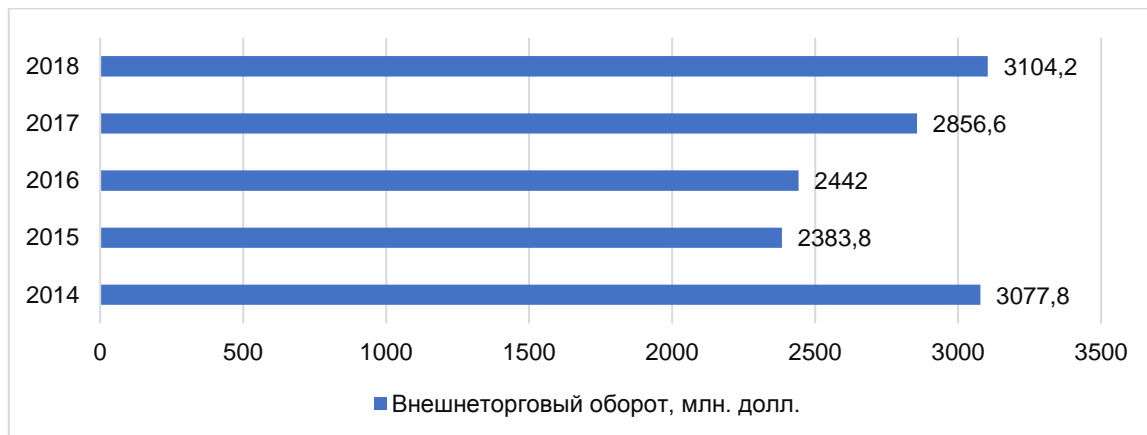


Рис. 1. Внешнеторговый оборот Смоленской области в 2014- 2018 гг., млн долл.

Исходя из данных рисунка 1, можно говорить о том, что внешнеторговый оборот, в отличие от общероссийских тенденций, увеличился к 2018 году на 26,4 млн долл.: с 3077,8 млн долл. – в 2014 году до 3104,2 млн долл. – в 2018 году.

При этом в 2015-2016 годах заметно значительное сокращение внешнеторгового оборота, что можно объяснить ситуацией, сложившейся в эти годы в нашей стране. Одной из причин является падение цен на нефть, девальвация рубля, а также сокращение производства в этот период времени.

Рассмотрим динамику экспорта и импорта в Смоленской области за 2014-2018 годы (рис. 2).

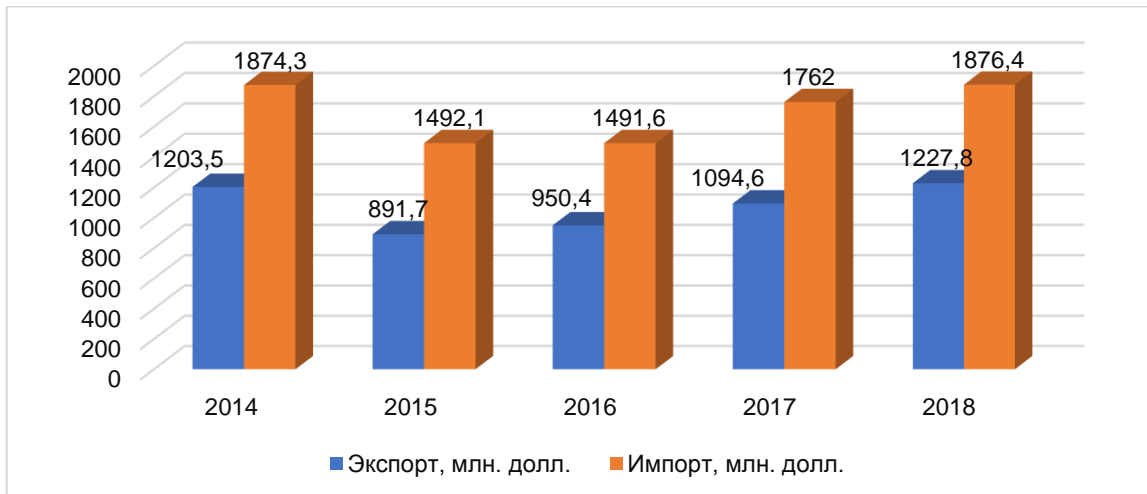


Рис. 2. Динамика экспорта и импорта в Смоленской области в 2014 – 2018 гг., млн долл.

Как видно из данных диаграммы, изображенной на рисунке 2, в Смоленской области заметно увеличение показателей экспорта и импорта к 2018 году: экспорт возрос на 24,3 млн долл. по сравнению с 2014 годом, а импорт – на 2,1 млн долл.

Важно отметить, что в Смоленской области ежегодно прослеживается значительное превышение импорта над экспортом, что свидетельствует об отрицательном сальдо торгового баланса. Это может быть обусловлено тем, что в регионе за этот период также наблюдается отрицательная динамика индекса оборота розничной торговли, индекса промышленного производства.

За январь-сентябрь 2019 года заметно значительное сокращение импорта и экспорта Смоленского региона по сравнению с 2018 годом, в первую очередь, из-за сокращения экспортных поставок в страны СНГ и страны дальнего зарубежья. Кроме того, в 2019 году стали заметны отрицательные тенденции внешнеторгового оборота области, который сократился более, чем на 8% по сравнению с тем же периодом времени в 2018 году.

Также для того, чтобы изучить основные тенденции в развитии внешней торговли Смоленской области, важно рассмотреть динамику экспорта и импорта товаров по группам стран-партнеров, представленную в таблице 2.

Так, в отличие от ситуации во всей России в целом, в которой преобладает импорт и экспорт в страны дальнего зарубежья, Смоленская область ведет внешнюю торговлю в большей степени со странами СНГ. Это может быть объяснено, прежде всего, особым экономико-географическим положением региона, который расположен на границе России.

При этом, за январь-сентябрь 2019 года оборот внешней торговли региона со странами СНГ стал больше торговли со странами дальнего зарубежья почти в два раза [3].

Таблица 2

Динамика экспорта и импорта товаров Смоленской области по группам стран-партнеров, в млн долл.

Годы	Экспорт			Импорт		
	Всего	со странами дальнего зарубежья	со странами СНГ	Всего	со странами дальнего зарубежья	со странами СНГ
2014	1203,5	577,5	626,0	1874,3	609,6	1264,7
2015	891,7	375,3	516,5	1492,1	526,9	965,2
2016	950,4	402,3	548,1	1491,6	473,5	1018,0
2017	1094,6	412,2	682,4	1762,0	427,6	1334,4
2018	1227,8	618,3	609,5	1876,4	480,6	1395,8

Кроме того, как видно из таблицы 2, импорт со странами СНГ увеличивается к 2018 году более, чем на 131 млн долл. относительно того же показателя в 2014 году, однако экспорт в эти страны имеет отрицательные тенденции. Импорт в страны дальнего зарубежья сократился с 609,6 млн долл. в 2014 году до 480,6 млн долл. в 2018 году, а экспорт, наоборот, возрос на 40,8 млн долл.

Беларусь является основным торговым партнером Смоленской области, на долю этой страны приходится более 63% от всего товарооборота региона в 2019 году. В Беларусь из Смоленской области экспортируются в основном машины и оборудование (23,8%), продукция химической промышленности (более 20% всех товаров), а также металлы, продовольственные товары и так далее.

К товарам, которые участвуют в импорте из республики Беларусь в наш регион относятся прежде всего продовольственные товары (более 40% от всех товаров), а также машины (17,7%), текстиль и обувь (около 8%) и многое другое.

Кроме Беларуси, Смоленская область ведет активную внешнюю торговлю с Германией (4,7% от всего товарооборота региона), с Турцией (3%), с Китаем (2,9%), с Бразилией (2,2%) и со многими другими странами мира.

Рассмотрим структуру экспорта Смоленской области за последние годы, которая представлена на рисунке 3.

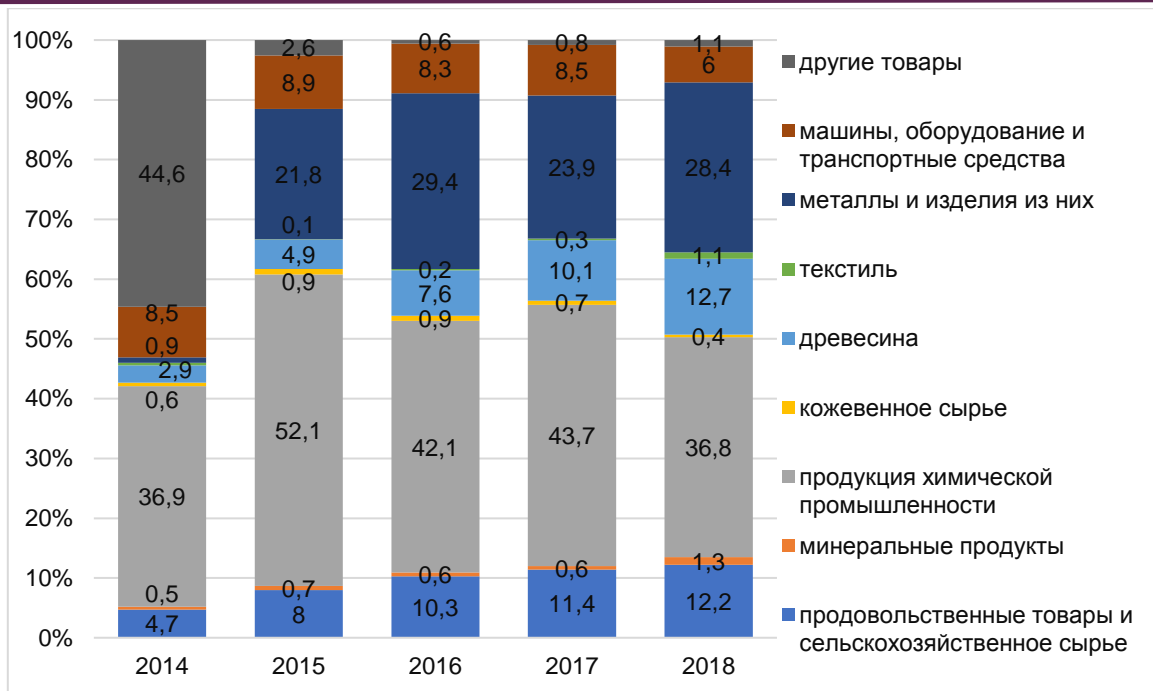


Рис. 3. Структура экспорта в Смоленской области в 2014–2018 гг., в %

Так, можно заметить, что ежегодно большую часть всех экспортируемых регионом товаров составляет продукция химической промышленности. Также видное место в структуре экспорта занимают продовольственные товары (их объём экспорта в 2018 году выше экспорта 2014 года на 61,4 млн долл.), машины и оборудование (6% товаров в 2018 году), текстиль и так далее.

Второе место среди всех экспортируемых товаров занимают металлы и изделия из них: в 2018 году их доля составила 28,4%, что больше доли в 2014 году на 27,5%.

На третьем месте в структуре экспорта Смоленской области – древесина и целлюлозно-бумажные изделия: они занимают 12,7% от всех экспортируемых товаров в 2018 году, что больше показателя 2014 года на 9,8%.

Это может быть обусловлено тем, что лесная и деревообрабатывающая промышленность получила широкое развитие в регионе и является одной из самых перспективных отраслей.

При этом, согласно данным Смоленской таможни, в области в 2019 году в структуре экспорта лидирующие позиции сохранила продукция химического производства (более 23% от всех экспортируемых товаров), далее – металлы и изделия из них (22,8%), потом – продовольственные товары (16,8% в структуре экспорта, т. е. выше значений 2018 года на 4,6%).

В структуре импорта в 2019 году преобладали продовольственные товары (34,8% от всей продукции), машины и оборудование (24,6%), продукция химического производства (15,6%).

Структура импорта в Смоленской области в 2014-2018 гг. представлена на рисунке 4.

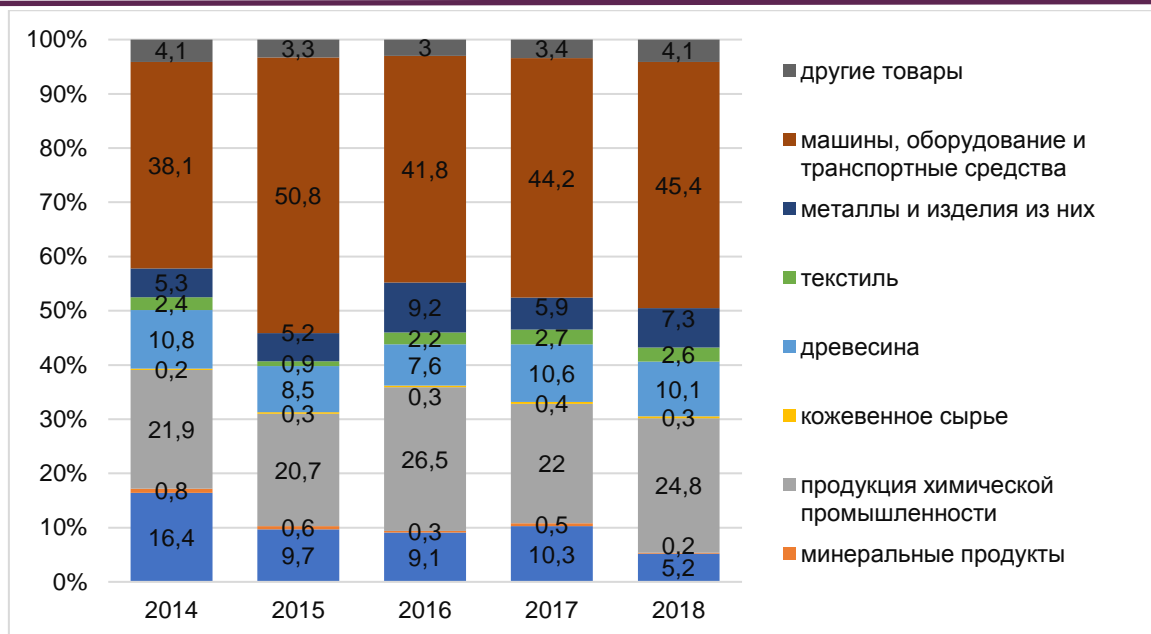


Рис. 4. Структура импорта в Смоленской области в 2014–2018 гг., в %

В структуре импорта в Смоленской области преобладают машины, оборудование и транспортные средства, которые в 2018 году составили 225,1 млн долл. или 45,4% от всех импортируемых в область товаров.

Также в Смоленскую область импортируется продукция химической промышленности (ее доля увеличилась на 2,9% в 2018 году по сравнению с 2014 годом), древесина (10,1% в 2018 году), продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (их доля сократилась к 2018 году на 11,2%), металлы и изделия из них, текстиль и многое другое.

Итак, проанализировав показатели внешней торговли в Смоленской области, можно говорить о том, что тенденции, наблюдающиеся во внешней торговле региона, отличаются от общероссийских тенденций. Так, в Смоленской области преобладает торговля со странами СНГ, в то время как во всей России в целом – со странами дальнего зарубежья. Кроме того, наибольшую долю в структуре экспорта нашего региона ежегодно имеет химическая продукция, в то время как во всей стране – минеральные продукты.

В Смоленской области, в отличие от ситуации во всей стране в целом, ежегодно прослеживается превышение импорта над экспортом, то есть отмечается отрицательное сальдо торгового баланса. Некоторые проблемы внешней торговли нашего региона можно объяснить причинами, носящими общероссийский характер. Среди проблем в развитии внешней торговли Смоленской области и всей внешнеэкономической деятельности региона можно выделить следующие:

- во-первых, несколько отрицательные тенденции внешней торговли могут быть связаны с демографическим и территориальными диспропорциями экономического развития региона [5];

- во-вторых, в области нет действующего аэропорта, что делает невозможной воздушную транспортировку товаров;

- в-третьих, некоторые товары, производимые в Смоленской области, имеют низкую конкурентоспособность и вытесняются продукцией других стран;

- в-четвертых, низкий объем инновационного производства, слабо развитый рынок инновационных технологий могут оказывать влияние на внешнеэкономическую деятельность региона.

Кроме того, слабо развитая инвестиционная инфраструктура и недостаток трудовых ресурсов в области, несоответствие качества подготовки работников требованиям рынка также могут негативно отражаться на внешней торговле Смоленского региона.

Одной из задач администрации Смоленского региона является создание более мягкого климата для предприятий малого бизнеса. Объективно возможности роста коммерческого комплекса малого предпринимательства Смоленского региона обусловлены приграничным характером, удобным территориальным расположением области, близким расположением к столичному региону и концентрацией транспортных артерий, связывающих Россию со странами ближнего и дальнего зарубежья [4]. Это позволит улучшению внешней торговли Смоленской области.

Для того, чтобы сделать внешнюю торговлю и всю внешнеэкономическую деятельность Смоленской области более совершенной, устранить имеющиеся недостатки нужно, в первую очередь, осуществлять контроль за выполнением государственных программ, которые направлены на улучшение экономической деятельности.

Также, среди способов улучшения внешней торговли Смоленского региона нужно выделить следующие способы:

- принять активные меры по усилению конкурентоспособности продукции области;
- повысить эффективность рекламирования товаров, производимых в нашей области, с целью привлечения внимания к ним и увеличения продаж;
- улучшить транспортную инфраструктуру Смоленского региона, для того чтобы обеспечить потребность экспортных и импортных перевозок;
- создать новые рабочие места в области, чтобы уменьшить миграцию населения;
- усилить инвестиционную привлекательность региона, увеличить количество иностранных инвестиций и привлечь дополнительные средства в бюджет области;
- дальнейшее уменьшение количества импортных товаров на рынках региона и увеличение объема собственной продукции [6].

Таким образом, проанализировав показатели, характеризующие внешнюю торговлю Смоленской области, можно сделать вывод о том, что регион ведет активную внешнеэкономическую деятельность, участвует в обмене товарами со многими странами мира, при этом основным торговым партнером является Беларусь, на долю которой приходится больше половины всего товарооборота. Несмотря на некоторые отрицательные тенденции, наблюдающиеся во внешней торговле области, такие как ежегодное превышение импорта над экспортом, внешнеторговый оборот Смоленского региона возрос к 2018 году.

В соответствии с прогнозом социально-экономического развития Смоленской области на 2020 и плановый период 2021-2022 годов, внешняя торговля нашего региона будет успешно развиваться [6,8, 9]. Внешнеторговый оборот в период с 2020 по 2022 год будет расти со среднегодовыми темпами 104,2%, экспорт за этот отрезок времени будет увеличиваться со среднегодовыми темпами 103%, а импорт – 105%.

Ссылки на источники

1. Агаева К.М., Артёмочкина А.А. Роль внешней торговли в экономике России // Личность и общество в современной культуре. – 2017. – С. 116-122. // «Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29990163&> (дата обращения: 14.02.2020).
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. – 1999-2019. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 10.10.2019).
3. Миркина О. Н. Тенденции развития внешнеэкономической деятельности Смоленской области // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 45. – С. 38–45. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/76351.htm>.
4. Ковалева Л.Ф. Расширение сферы участия региональных институтов поддержки малых предприятий и его основные формы // В сборнике: Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации. 2015. С. 89-96.

5. Можаяева Р.А. Философский анализ современной демографической проблемы в России: диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. – Москва, 2006. – 136 с.
6. Смоленская таможня. Статистические данные за январь-сентябрь 2019 года. – URL: – <https://docviewer.yandex.ru/view/757878112/?page=1> (дата обращения: 12.02.2020).
7. Прогноз социально-экономического развития Смоленской области на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов [Электронный ресурс]: утвержден распоряжением Администрации Смоленской области от 11 ноября 2019 года №1963. – Режим доступа: <https://econ.admin-smolensk.ru/socialno-ekonomicheskoe-razvitiye/prognoz-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya/> (дата обращения 12.02.2020).
8. Иванова К.О., Лукашева О.Л. Торговый сервис и современные маркетинговые технологии как инструмент повышения конкурентоспособности организации в сфере розничной торговли. // Теория и практика коммерческой деятельности Материалы XIX Международной научно-практической конференции, электронное издание. Сибирский федеральный университет, Харбинский университет коммерции. – 2019. – С. 633-639.
9. Яроцкая Е.В. Современные тенденции развития торговли в Смоленской области // Торговля в XXI веке материалы XIII Международной научно-практической конференции. Редакционная коллегия: Ю.Н.Клещевский (ответ.редактор), Е.Г. Казанцева, И.А. Кудряшова, О.С.Габинская, И.В. Корсакова, Т.В. Долгих, Е.А. Филимонова, Т.В. Фролова, И.Д. Кузьмина, Е.М. Гунин, Е.М. Ренц. 2015. С. 229-233.
10. Ковалева Л.Ф., Морозов А.Н. Оценка стратегии конкурентных преимуществ как элемента экономической безопасности организации. // Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2019. С. 152-157.

Костикина Александра Сергеевна

4 курс, Экономика, РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск

Научный руководитель: **Лукашева Ольга Леонидовна**

к. э. н., доцент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск

kostickina@yandex.ru

РОЛЬ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В СИСТЕМЕ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема страхования жизни при заключении банковского договора. Исследуются показатели заявленных случаев о страховке и выплаченных сумм. Также анализируется количество жалоб в отношении кредитных организаций на навязывание услуг страхования при оформлении кредитных продуктов.

Ключевые слова: страхование жизни, кредит, рассрочка, банкострахование, заемщик.

Kostikina A.S.

4th year, Trading economy, Russian University of Economics G.V. Plekhanov, Smolensk

Scientific adviser: *Lukasheva O. L., Candidate of Economics, associate professor,*

Russian University of Economics G.V. Plekhanov, Smolensk

kostickina@yandex.ru

THE ROLE OF LIFE INSURANCE IN THE BANK LOAN SYSTEM

Abstract. This article discusses the problem of life insurance when concluding a banking agreement. The indicators of reported insurance cases and amounts paid are examined. It also analyzes the number of complaints against credit organizations about the imposition of insurance services when applying for loan products.

Keywords: *life insurance, credit, installment plan, bank insurance, borrower.*

Для приобретения дорогостоящего товара или услуги не всегда получается накопить или занять денежные средства, поэтому зачастую логичным решением данной проблемы является кредитование.

Потребительский кредит – это кредит, выданный банком заемщику, на приобретение предметов или услуг для личного пользования [1]. Процедура кредитования является неотъемлемой частью розничного рынка, так как она способствует покрытию возникших существенных расходов на приобретение необходимых товаров или услуг. Все что нужно сделать для получения кредита – это оставить заявку на предоставление займа либо непосредственно находясь в банке, либо на сайте этого банка.

В последнее время, при заключении договора на получение кредитных денежных средств, люди все чаще сталкиваются с проблемой «навязывания» такой услуги как страхование данного вида займа. В ряде случаев заемщики могут обнаружить, что страховка уже включена в стоимость кредита, при заключении кредитного договора. Люди не всегда знают о том, что от этой услуги можно отказаться, так как сотрудники преподносят данное условие как обязательное для получения кредита. Если все же потребитель изъявляет желание отказаться от страховки, то зачастую, банк может отказать в выдаче кредита или увеличить процент по нему. С ростом популярности такого вида услуг как рассрочка, количество «навязанных» страховок не уменьшается, а только растет, что подтверждает актуальность выбранной темы.

Если разбираться в сущности данного финансового продукта, то кредитное страхование – это вид страхования от рисков, возникающих в результате кредитных отношений. Данное страхование является дополнительным условием для заключения договора на предоставление потребительского кредита (т. е. данное страхование не является обязательным) [1]. При кредитном страховании объектом является защита интересов клиента связанных с возникновением форс-мажорных обстоятельств, влияющих на возможность погашения займа в установленный срок.

По данным Центрального банка РФ величина выданных кредитов, за последнее несколько лет непрерывно растет, рисунок 1.

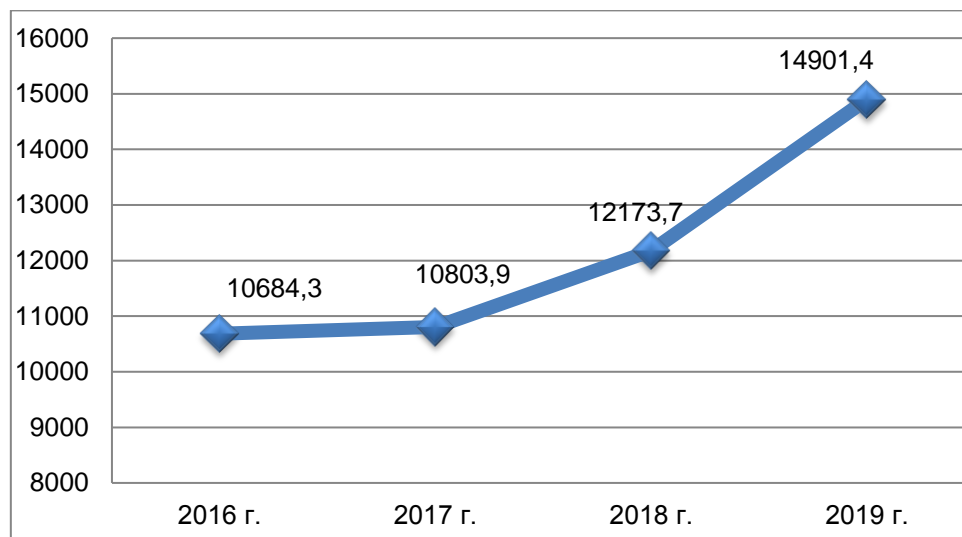


Рис. 1. Сумма предоставленных кредитов физическим лицам, млрд руб.

Рост числа выдачи кредитов, предоставленных физическим лицам, тесно связан с несколькими факторами. Одним из них является «уберизация» POS и развитие технологий, упрощающих оформление кредитов. В 2017-2018 годах многие крупные торговые сети перешли на брокерский формат работы с банками (теперь клиент может с

помощью брокерской программы-агрегатора заполнить всего одну заявку, вместо отдельного пакета документов, и через несколько секунд получить кредитные предложения и решения по кредитам сразу от всех банков, подключенных к программе).

Второй фактор, влияющий на изменение выдачи кредитных денежных средств – это рост конкуренции. Данный фактор выступает в роли катализатора для снижения ставок по кредитам, что делает его более доступным.

Третьим, наиболее значительным фактором роста займов является рассрочка, которую используют торговые сети, для увеличения доли продаж. По результатам исследования, которые были представлены директором департамента потребительского кредитования в точках продаж «Русфинанс Банка», в 2016 году доля рассрочек в общем объеме выдачи кредитов составляла в среднем 30-50%, то в 2018-2019 годах крупные сети смогли увеличить этот показатель до 80-100% практически на весь ассортимент товаров.

Популярность рассрочек обусловлена сниженной стоимостью такого кредита для потребителя – проценты не насчитываются сверх суммы, а уже включите в текущую цену. В данном случае выплату процентов банку берет на себя продавец товара, по сути сокращая свою прибыль с проданного товара, но компенсируя потери повышением общего объема продаж.

Кроме того, данный финансовый продукт чаще всего оформляется в торговых точках непосредственно рядом с товаром, то есть не требует поиска банковского офиса. В связи с такой популярностью даже возникли специальные карты лояльности, позволяющие оформлять рассрочку в ряде магазинов-партнеров (Халва, Совесть, Свобода и др). Однако, несмотря на то, что данный вид кредитования выгоден и потребителям, и продавцам и банку, из-за сниженной стоимости кредита навязывание страхования для таких продуктов происходит гораздо чаще, чем к стандартному займу.

В 2019 году аналитиками Хоум Кредит Банка было проведено исследование [3], в результате которого, выявлено, что основными целями получения кредита в стране являются: ремонт жилья (около 23%), покупка недвижимости 21% и покупка автомобиля 18,8%, рисунок 2.

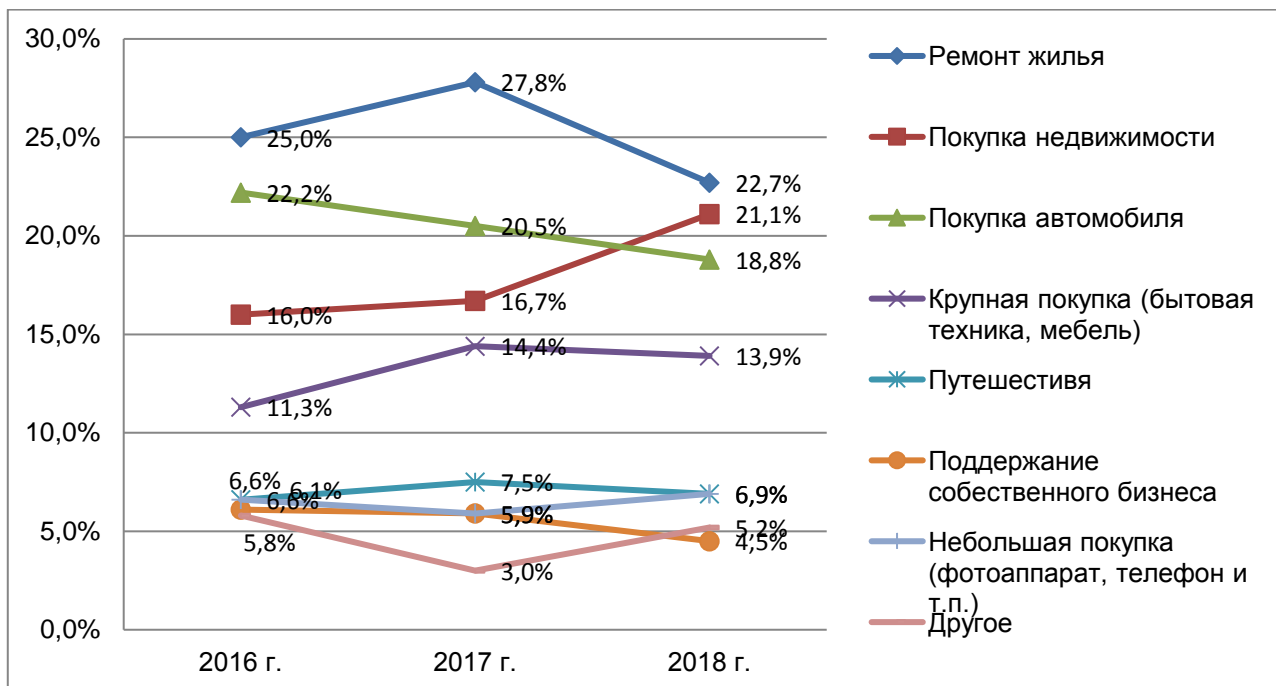


Рис. 2. Динамика целей при получении кредита за 2016-2018 гг.

Как видно на схеме, весомую долю в структуре займов занимают целевые кредиты: ремонт квартиры, ипотечное кредитование и автокредиты.

При таком виде кредитования предлагаются три типа страхования: личное, имущественное и титульное. Имущественное страхование — страхование риска утраты и повреждения объекта залога (недвижимость или автомобиль), оно заключается в обязательном порядке в соответствии с законом. Титульное страхование приобретает особое значение, когда человек покупает квартиру или автомобиль на вторичном рынке. С его помощью можно защитить себя от ущерба в случае оспаривания сделки в судебном порядке. Личное страхование подразумевает страхование жизни и здоровья заемщика (к примеру, если у заемщика диагностировали серьезное заболевание, которое требует больших расходов на лечение и не позволит в дальнейшем обслуживать кредит, то компания где он застраховался, проводит оплату банку в счёт погашения долга). Личное и титульное страхование не являются обязательными для заемщика, но при их отсутствии в большинстве банков ставка по кредиту становится существенно выше. Специалисты утверждают, что в силу длительного срока таких видов кредитования, не стоит отказываться от страховки, дабы обезопасить себя и банк от несчастных случаев.

Также вернувшись к динамике цен получения кредита за 2016-2018 гг. стоит обратить внимание на то, что доля получение кредита на такие цели как «крупная покупка» (например, покупка бытовой техники) и «небольшая покупка» (в которую включается покупка мобильных телефонов, фотоаппаратов и другие гаджеты), в общей сложности составляет около 21%.

Это именно те виды покупок, при которых срок оформления кредита минимален, так как потребителю необходимы денежные средства непосредственно в месте продажи товара. Учитывая высокую скорость и необходимость принятия решения о займе незамедлительно, потребители часто соглашаются на все предложенные услуги и дополнения, навязанные продавцом, для совершения покупки здесь и сейчас. В результате на таких продажах «наживаются» и магазины, за счет продажи дополнительного гарантийного обслуживания, и банки, за счет страховки.

На сайте Центрального банка РФ приведена статистика добровольного страхования заемщика за 2018 год и за 9 месяцев 2019 года, таблица 1.

Таблица 1

Добровольное страхование заемщика, за период январь-февраль 2018 г. и январь-сентябрь 2019 г.

Наименование показателя	2018 г. (январь-декабрь)	2019 г. (январь-сентябрь)	Абсолютн. изменение	Относительн. изменение
Страховые премии (взносы) по договорам страхования, тыс. руб.	59197067,92	286303706,6	227106638,7	483,64
Количество договоров страхования, заключенных в отчетном периоде, ед.	2607499	3709159	1101660	142,24
Страховая сумма по договорам страхования, заключенная в отчетном периоде, тыс. руб.	4887116735	10092558770	5205442035	206,5
Количество заявленных страховых случаев, ед.	118838	284504	165666	239,4
Количество урегулированных страховых случаев, ед.	109972	252316	142344	229,4
Отказ в страховой выплате, ед.	15816	31169	15353	197,07

По данным ЦБ РФ количество страховых взносов в 2019 увеличилось практически в 5 раз по сравнению с предыдущим годом, это несмотря на то, что данные за

2019 год представлены только за 9 месяцев. Количество договоров страхования возросло на 42%, что является следствием роста количества заключенных договоров на получение потребительского кредита.

О страховом случае заявили только 5% в 2018 году и 7% людей в 2019 году (в течение периода с января по сентябрь). При этом из всех урегулированных споров было отказано в выплате страховки 15% заявителей в 2018 году и 13% заявителей в 2019 году (за рассматриваемый период).

Такой низкий процент компенсации страховых случаев, говорит о том, что, даже навязывая свои услуги практически к каждому банковскому продукту, страховые компании предлагают клиентам платить за крайне узкий перечень страховых случаев. Так как условия страхования потребитель в данном случае выбирает не сам, а лишь дает согласие на заключение уже готового договора, по сути, страховая компания и банк не только диктуют свои условия, но еще и могут завесить рыночную стоимость такого вида страхования. У клиента, который намерен получить кредит «здесь и сейчас» просто не остается возможности ни изменить условия, ни сравнить стоимость аналогичной услуги с конкурентами. При этом страховая компания и получает денежные средства за страховку и снижает вероятность выплаты.

Говоря о юридической стороне вопроса в соответствии с законом «О защите прав потребителей» страхование кредитов не является обязательным, однако, несмотря на это, количество добровольных договоров страхования продолжает расти. Как показал мониторинг состояния рынка страхования заемщиков, ежегодно проводимый Международной конфедерацией обществ потребителей (КонфОП), проблема навязывания заемщикам полисов страхования не ушла в прошлое [2]. Исследование с участием «тайных покупателей» показало, что сотрудники большинства банков дают потребителям понять, что от покупки полиса зависит не только условия кредита, но и вероятность его получения. Некоторые напрямую говорят об обязательности страхования.

Так, результаты мониторинга показали, что в большинстве крупных банков, таких как: Сбербанк, ВТБ, Россельхозбанк, Альфа-банк, Газпромбанк и другие – в зависимости от региона варьируются ответы на вопрос является ли страховка обязательным условием при выдаче кредита. При этом, исследование показало, что в данных банках возможен отказ от услуги страхования, однако возможно изменение ставки по кредиту в сторону увеличения.

Так как банки по закону не могут делать наличие страховки обязательным условием получения кредита, основным способом ее навязывания является убеждение клиента, что без нее не обойтись. В частности, менеджер банка может со ссылкой на свой опыт работы предупредить, что без согласия на страховку степень одобрения кредита низка. Прямого принуждения не звучит, но заемщик делает вывод, что лучше согласиться. Это неудивительно, ведь, по словам экспертов по кредитным продуктам, размер агентского вознаграждения для банка может достигать 50—90% от суммы страховой премии.

Если заемщик принимает решение отказаться от страхования, то в этом случае, в некоторых банках практикуется система увеличения ставки по кредиту. В среднем увеличение процентной ставки по кредиту происходит на 3-9% в зависимости от условий договора и банка [2]. Надбавка может применяться как при выдаче кредита, так и в случае последующего отказа клиента от страхования.

Согласно закону «О защите прав потребителей» – отсутствие полисов страхования здоровья, жизни или рисков потери работы не должно препятствовать получению потребительского кредита, однако по результатам ежегодного исследования Международной конфедерации обществ потребителей (КонфОП), жалобы связанные с «навязыванием» дополнительных услуг (в виде страхования) при заключении договора не перестают поступать.

По данным Центрального банка РФ в 2019 году на рассмотрение в Банк России поступило 141,6 тыс. жалоб в отношении кредитных организаций, из которых 39,2% занимают жалобы потребительского кредитования [4].

При этом жалобы по поводу «навязывания услуг при заключении договора» составляют 17,4% и являются третьими по объему в общей величине жалоб, рисунок 3.

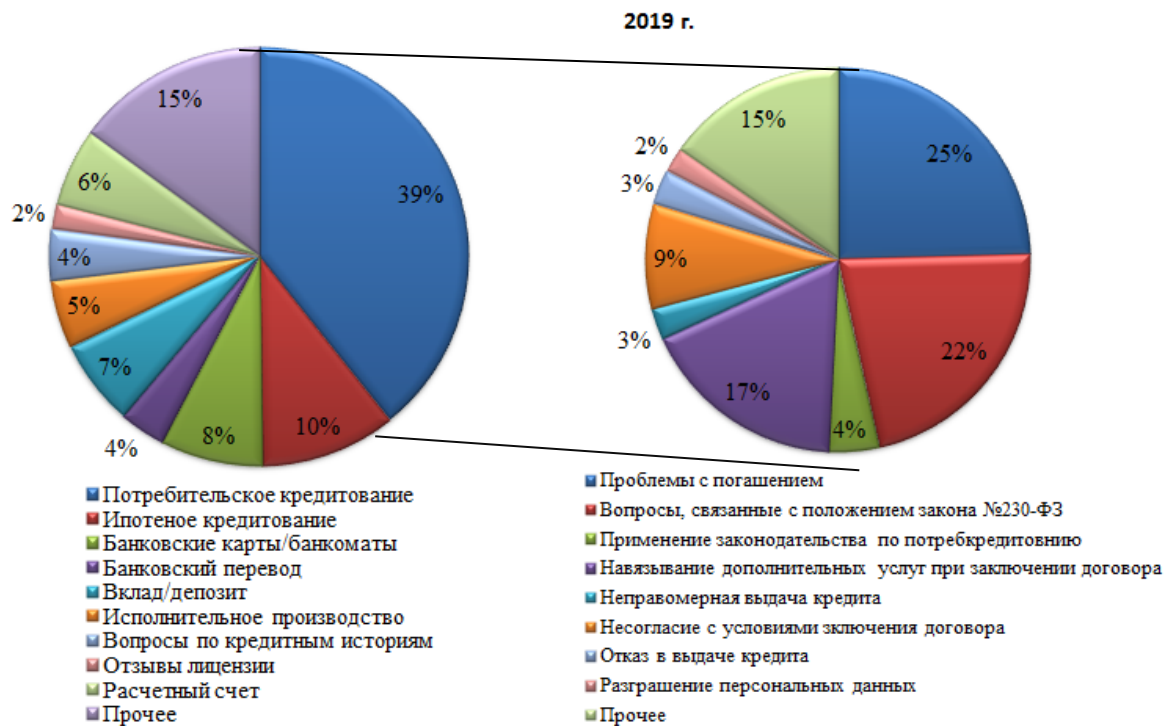


Рис. 3. Количество жалоб в отношении кредитных организаций за 2019 г.

Данная проблема, связана с тем, что страхование кредита для банка – это в первую очередь, возможность дополнительного заработка, поэтому зачастую менеджерам банка выставляют плановые показатели по количеству предоставления данной услуги заемщикам.

Для того, чтобы сэкономить средства и обезопасить себя от «навязывания» страховки при получении кредита необходимо соблюдать некоторые условия.

Во-первых, оформить письменную претензию в банк. Излагая сложившуюся ситуацию, сослаться на нормативные акты. Все бумаги составить в двух экземплярах и зарегистрировать обращение.

Во-вторых, необходимо внимательно прочитать условия договора и если избежать страховки (или повышения процента) невозможно, то необходимо самостоятельно выбрать страховую компанию, с наиболее выгодным процентом.

В-третьих, если страховку при получении кредита все-таки навязали, самый эффективный способ избавиться от нее воспользоваться «периодом охлаждения», введенным в 2016 году Банком России. При отказе от страховки в этот период страховая компания будет обязана вернуть заплаченные за полис деньги в полном объеме, если договор страхования не успел вступить в силу. Если же договор начал действовать, то страховщик будет вправе удержать при возврате средств часть премии, пропорциональную количеству дней, прошедших с начала действия договора. Срок данного периода составляет 14 календарных дней.

Со стороны государства, для решения данной проблемы необходимо увеличить размер административного штрафа, предусмотренный за навязывание дополнительных услуг. При неоднократном выявлении данного правонарушения необходимо ввести запрет на продажу страховок на определенный срок – в этом случае банки будут

терять процент от продажи страховок, а для страхования имущества при кредитовании заемщикам придется самостоятельно обращаться в страховую компанию, что не всегда удобно, и потребителям проще будет обратиться в другой банк.

Также необходимо ввести закон, в котором бы было предусмотрено то, что при заключении кредитного договора наличие страхового полиса не должно оказывать влияние на размер процента по займу.

Страховым компаниям нужно пересмотреть условия страхования в пользу расширения перечня страховых случаев, что в свою очередь обеспечит больший спрос на данные услуги и обезопасит потребителя.

Банкам, в целях обеспечения своей безопасности (чтобы изменить тенденцию роста жалоб на сайте ЦБ РФ), следует доносить до заемщика все условия страхования, за которые он будет платить, а также уточнять возможность отказа и все последствия. Указывать на то, что заемщик вправе изменить страховую компанию (если данное условие предусмотрено договором).

Таким образом, несмотря на широкую распространенность и повсеместность проблемы навязывания услуг страхования при выдаче кредитов, предложенные меры позволят значительно сократить их объем и предотвратить манипулирование потребителями.

Ссылки на источники

1. Тавасиев, А. М. Банковское кредитование: учебник / А.М. Тавасиев, Т.Ю. Мазурин, В.П. Бычков; под ред. А.М. Тавасиева. — 2-е изд., перераб. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 366 с.
2. Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП) [Электронный ресурс]: официальный сайт. —2007-2020. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://www.konfor.ru.ru/> (дата обращения: 25.02.2020).
3. Хоум Кредит Банк [Электронный ресурс]: официальный сайт. —2020. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://www.homecredit.ru/> (дата обращения: 25.02.2020).
4. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. — 2000-2020. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения: 27.02.2020).
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. — 1999-2020. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 26.02.2020)
6. Савченко Т.К., Лукашева О.Л. Инвестиционная привлекательность смоленского региона. — Beau Bassin: Palmarium Academic Publishing (Saarbrücken), 2019. — 109 с.
7. Можяева Р.А. Философский анализ современной демографической проблемы в России: диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. — Москва, 2006. — 136 с.

Логутенкова Дарья Алексеевна
Цыбалова Ирина Сергеевна

3 курс, Экономика, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск,
Научный руководитель: Ковалева Елена Николаевна,

к. э. н., доцент кафедры экономики и торгового дела

Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова

tsybalowa@yandex.ru

dashavjazma@yandex.ru

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЕГМЕНТА ТЕАТРА

Аннотация. В статье представлены результаты маркетингового исследования поведения и предпочтений молодежного сегмента потребителей рекреационных услуг, предоставляемых театрами. На основе полученных данных предложены

меры, направленные на повышение посещаемости театра и вовлечения молодежи в театральную среду.

Ключевые слова: театр, молодежь, исследование, сфера культуры.

*Tsybalova I.S.
Logutenkova D.A.*

*3rd year, Economics, Smolensk branch of Plekhanov Russian University
of Economics*

*Supervisor of studies : Kovaleva E.N., PhD in Economics, senior lecturer, chair of
Economics and trade, Smolensk branch of Plekhanov Russian University
of Economics.*

*tsybalova@yandex.ru
dashavjazma@yandex.ru*

MARKETING RESEARCH OF THE YOUTH SEGMENT OF THEATRER VISITORS

Abstract. *The article presents the results of a marketing study of the behavior and preferences of the youth segment of consumers of recreational services provided by theaters. Based on the data obtained, measures aimed at increasing theater attendance and involving young people in the theater environment are proposed.*

Keywords: *theater, youth, research, culture.*

Одним из составляющих мирового культурного наследия является театр. Ни один вид искусства не находится в такой тесной зависимости от воспринимающей и оценивающей его публики, как театр. Посредством эмоционального воздействия на зрителя театральные представления способствуют формированию личности на основе уже известных и описанных моделей поведения, позволяют путем метафоризации дифференцировать элементы своей жизни и сформировать отношение к ним. Роль и значение театра в сохранении и приумножении культурного наследия высоко оценены на государственном уровне, в том числе посредством утверждения Концепции развития театрального дела в России [1] и провозглашения 2019 года Годом театра в нашей стране.

Использование маркетинговых технологий становится все более востребованным в сфере театрального искусства. Однако прежде чем предпринимать конкретные маркетинговые действия, необходимо изучить целевую аудиторию с помощью специальных методов маркетингового исследования, иметь представление о ее потребностях [2].

Исследованием особенностей маркетинга театральных услуг занимались многие авторы. Так, например, А. В. Цветных путем проведения маркетингового исследования выявлены следующие факторы, оказывающие влияние на снижение приверженности молодого поколения к театру:

- общее снижение культурного уровня современного общества;
- развитие рынка рекреационных услуг, которые являются основными конкурентами театров, музеев;
- отсутствие знаний в маркетинге среди сотрудников учреждений культуры [2].

Цель настоящего исследования – проведение анализа востребованности театральных постановок среди молодежи и разработка рекомендаций по увеличению посещаемости театров среди потребителей молодежного сегмента г. Смоленска. Объектом данного исследования послужили театральные постановки как вид рекреационных услуг в сфере культуры. В качестве предмета исследования выступает отношение молодежи к театру как к разновидности проведения досуга.

Основные гипотезы исследования:

– молодежь не интересуется театром в результате сосредоточения интересов (хобби) в Интернет-ресурсах;

– молодежь не посещает театр в результате финансовых ограничений и нехватки времени, а также предпочитает другие учреждения досуга;

– театр как вид культурного досуга теряет популярность в молодежной среде и скоро будет вытеснен другими услугами-конкурентами в сфере досуга.

Цель и гипотезы носили поисковый характер, поэтому был выбран полевой вид маркетинговых исследований путем сбора первичной информации с применением интернет-анкетирования студентов Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова. Метод формирования выборки – неслучайный (невероятностный), вид выборки – стихийная. Было опрошено 107 человек, число девушек составило 54,2 % или 58 человек, мужчин 49 человек (45,8 %), т. е. выборку по гендерному признаку можно считать пропорциональной генеральной совокупности региона в данном возрастном сегменте. Возраст опрошенных распределился следующим образом: 52,3 % респондентов составили молодые люди в возрасте 19-23 года, 29,9 % и 17,8 % пришлось на 24 года и старше и 14-18 лет соответственно.

Большая часть опрошенных когда-либо посещала театр – 52,3% (56 человек), и 47,7% (51 человек) ответили, что не посещали театр.

Чтобы понять по своей ли инициативе большинство ответивших «Да» посещали театр, был задан следующий вопрос «Любите ли Вы театр?». 25,2% не любят посещать театр. 18,7% ответили, что равнодушны к театру и только 16,8% опрошенных респондентов дали ответ, что очень любят театр, и готовы его посещать. Большая часть респондентов не продемонстрировала приверженности театру как виду досуга (39,3%/42 человека).

Следующий вопрос предполагал выяснение частоты посещения театра. Большинство опрошенных, а именно 32,7% ответили, что посещают театр раз в год. 24,3% – не посещают театр, 22,4% – раз в 2-3 месяца и только 10,3% опрошенных посещают театр, чаще, чем раз в месяц.

На вопрос «Почему Вы редко посещаете театр?» (возможен выбор нескольких вариантов) ответы распределились следующим образом: преобладал ответ «Нехватка свободного времени», так ответило 40 человек (38,1%), 30 человек (28,6%) ответили, что у них имеется возможность посмотреть интересные постановки в интернете. У 27 человек (25,5%) имеются финансовые ограничения. Есть и те, кому не нравятся театры его города, это 24 человека. 11,3% не любят театр. Так же, можно было написать свой вариант и были даны такие ответы, 1 человек ответил, что у них нет компании для посещения театра, 1 человек ответил, что ему не интересно.

В следующем вопросе респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Какие впечатления у Вас оставил прошлый опыт посещения театра?» из 107 опрошенных 46 человек ответили, что впечатления больше позитивные, чем негативные (что в относительном выражении составило 43%), 29 человек ответили «не могу определиться» (27,1%). Так же 9 человек (8,4%) ответили, что впечатления больше негативные, чем позитивные и 23 человека (21,5) ответили «не знаю, поскольку посещение театра не было моим желанием».

На вопрос «Что Вы бы предпочли больше театра?» респонденты ответили следующим образом (рис. 1).

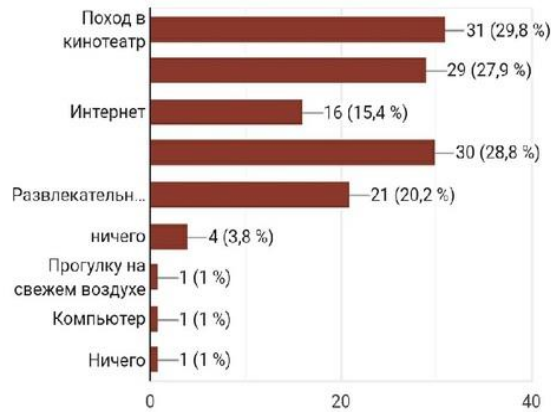


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Что Вы бы предпочли больше театра?»

Из 107 респондентов, 31 человек ответили, что предпочли бы поход в кинотеатр, 30 человек предпочли бы поход в музей или художественную галерею, 29 человек занялись бы просмотром телевизора. 21 человек предпочли бы сходить в развлекательный центр и 16 человек выбрали интернет. Так же респонденты могли дать свои ответы, и среди них были такие, 1 человек предпочел бы больше театру чтение книги или компьютер.

Далее респондентам предлагалось ответить на вопрос «Почему Вы не отдаёте предпочтение театру?». Из 100% опрошенных, 33%, выбрали второй вариант ответа (Я люблю театр, но нет возможности посетить). 29,2% ответили, что предпочитают другие культурные учреждения, 25 человек (23,6%) ответили, что больше нравится кино, 14 человекам не нравятся современные постановки и один респондент написал ответ, что у него мало свободного времени.

На вопрос, «При каких условиях Вы бы чаще стали посещать театр?» респонденты ответили следующим образом (рис. 2).

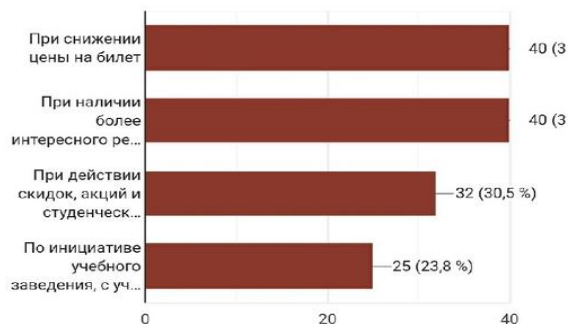


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «При каких условиях Вы бы чаще посещали театр?»

Наибольшее количество опрошенных, т. е. 38,7% ответили, что стали бы посещать театр чаще при наличии более интересного репертуара. 37,7 % респондентов выбрали первый вариант ответа («При снижении цены на билет»), а 30,2 % выбрали третий вариант, т. е. при действии скидок и акций. Наименьшее число опрошенных ответили, что посещали бы театр по инициативе учебного заведения.

В следующем вопросе респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Сколько Вы готовы заплатить за билет?». Из 107 опрошенных, 40,7% респондентов ответили, что готовы заплатить за билет от 150 до 300 рублей, 37,4% респондентов ответили, что заплатили бы за билет от 300 до 500 рублей; 21,5% опрошенных ответили, что готовы отдать за билет в театре свыше 500 рублей.

На вопрос «Зачем, по вашему мнению, необходимо посещать театр?» ответы распределились следующим образом (рис. 3).

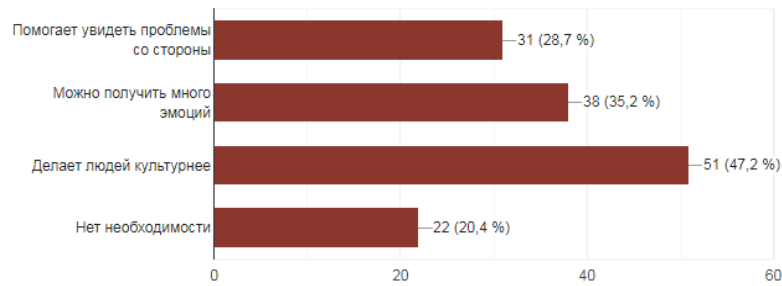


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Зачем, по вашему мнению, необходимо посещать театр?»

Наибольшее количество респондентов, а именно 46,7% считают, что театр делает людей культурнее, 34,6% опрошенных видит в театральной постановке источник эмоций. 29% опрошенных полагают, что театральная постановка помогает увидеть проблемы со стороны, 20,6% считают, что посещать театр нет необходимости.

Для того, чтобы узнать мнение опрошенных респондентов о том, что они думают о судьбе театра, был задан вопрос «Что, по вашему мнению, ожидает театр в дальнейшем?». Ответы распределились следующим образом (рис. 4).



Рис. 4. Распределение ответов на вопрос: «Что, по вашему мнению, ожидает театр в дальнейшем?»

Мнения респондентов разделились. 26,2% опрошенных выбрали ответ «Театр будет жить вечно». На втором месте у респондентов был ответ «Не задумывался над этим вопросом», что составило 23,4%. 18,7% уверены, что новые технологии вытеснят театр. 15,9% полагают, что театр потеряет свою востребованность и 10,3% респондентам безразлична судьба театра.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы.

1. Лишь около половины респондентов когда-либо в жизни посещали театр. Это свидетельствует о низкой вовлеченности детей в овладение культурным наследием региона, страны и мира. Предположительно, низкую активность проявляют родители и образовательные организации, в которых значительно сократилось число театральных кружков. Однако данный аспект требует дополнительного уточнения и новых исследований.

2. Большое число респондентов не отдает предпочтение театру как досугу, и готовы его посещать не более раза в год. Основными причинами, по мнению респондентов, является нехватка свободного времени и финансовые ограничения, а также предпочтения других форм досуга.

3. Установившаяся цена на билет в театр не является серьезным препятствием формирования спроса на посещение спектаклей, т. е. можно говорить о неценовых факторах, влияющих на посещаемость молодежью театральных представлений.

4. Основными конкурентами театру как варианту проведения культурного досуга и рекреации составляет кино. Пока кино остается более зрелищным для молодежи видом досуга, функционально замещающим театр. На наш взгляд, театру необходимо задействовать возможности off-line влияния и вовлечения зрителей в процесс (разнонаправленный, включая формирование репертуара, неформальное общение актеров со зрителем, школы актерского мастерства, формирование пула актеров-блогеров и лидеров мнений и т. д.), эмоциональное вовлечение и личное общение, которые способны дать театр в силу своей специфики.

По результатам исследования видно, что театр как вид рекреационного досуга и инструмент передачи культурного наследия и коммуникации в сфере межкультурного обмена способен сохранить свою значимость и востребованность, и при усилении его интерактивности не утратит своей потребительской силы. Современный театр может использовать практически весь маркетинговый инструментарий для привлечения молодежной аудитории, успешное использование которого требует принимать во внимание специфику этой целевой группы, учитывать присущие ей особенности в потреблении театральных услуг [2,3,4].

Ссылки на источники

1. Распоряжение Правительства РФ от 10.06.2011 № 1019-р «О Концепции развития театрального дела в Российской Федерации на период до 2020 года»
2. Цветных, М.А. Исследование востребованности театральных услуг молодежной аудиторией / М.А. Цветных // Маркетинг и маркетинговое исследование. – 2010. – №2. – С. 171-172.
3. Новикова Н.Е., Мельникова М.П. Маркетинговая стратегия – инструмент повышения конкурентоспособности организации. // Менеджмент, маркетинг, логистика XXI века: проблемы, вызовы, перспективы материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 226-230.
4. Мельникова М.П. Роль прямого маркетинга в продвижении организации на рынке. // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации: материалы VI Международной научно-практической конференции в рамках Плехановской весны и 110-летия университета. Министерство образования и науки российской федерации; Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова Смоленский филиал. – 2017. – С. 137-142.

Мартынова Алена Алексеевна

1 курс, Менеджмент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
 Научный руководитель: **Римская Лилия Павловна**
 к. ф.-м. н., доцент, СФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
kbprufa@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с изучением систем и общих подходов к их описанию, дается характеристика экономических систем, как наиболее сложных, рассматриваются уровни математического моделирования экономических систем.

Ключевые слова: система, экономическая система, математическая модель, уровень экономической системы.

Martynova A.A.

1st year, Management

*Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
 Scientific adviser: Rimskaya I.P., PhD in Physics and Mathematics, Smolensk Branch of
 Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
 kbprufa@mail.ru*

MODERN MATHEMATICAL METHODS FOR MODELING ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. The article deals with issues related to the study of systems and general approaches to their description, describes economic systems as the most complex, and considers the levels of mathematical modeling of economic systems.

Keywords: system, economic system, mathematical model, economic system level.

В практических задачах системой обычно называют любую совокупность взаимосвязанных предметов любой природы. Примерами систем могут служить: человеческое общество, завод, организм человека или животного, вычислительная машина и т. д.

Экономические системы относятся к наиболее сложным объектам, с которыми приходится иметь дело практически любому человеку. Сложность обусловлена тем, что на экономическую систему действуют факторы различной природы. Причем в подавляющем большинстве эти факторы не поддаются контролю. Разобьем эти факторы на три большие группы.

а) механические (детерминированные) факторы. Это факторы, результат действия которых можно предсказать с достаточной точностью. Более того, механические факторы в той или иной степени поддаются управлению. Как правило, для таких факторов можно подобрать непротиворечивую систему постулатов и систему утверждений (теорем), которые позволяют управлять системой.

Например, известная теорема двойственности Канторовича гласит о том, что при оптимальном управлении прибыль предприятия равна его теневой стоимости ($Z_{\max} = f_{\min}$). Эта теорема широко используется в экономике. С одной стороны, если предприятие работает неэффективно, то теневая цена на него падает.

Теоретически управление системой, находящейся под действием только механических факторов, ограничивается только мощностью вычислительной техники и численных методов. Однако, как показывает практика, управление экономической системой с учетом только механических факторов может быть эффективна при небольших колебаниях параметров и на краткосрочный период. Попытка расширить допустимые границы колебаний опасна.

Таким образом, для более широкого описания экономической системы необходим учет следующих факторов.

б) природные факторы. Природные факторы вносят в управление системой неопределенность. Влияние этой неопределенности может быть достаточно существенным, однако может быть формализовано, т. е. выражено с помощью чисел, функций и т. д.

в) человеческий фактор. Человек является главной частью любой экономической системы. Человеческий фактор наиболее труден для описания. Многие моменты человеческой деятельности являются трудно формализуемыми. Действительно, попробуйте дать численную оценку такой фразе: «С ним каши не сваришь». А ведь такая фраза во многом будет определять взаимодействие двух индивидуумов и, следовательно, работу экономической системы.

Рассмотрев основные виды факторов, вернемся к общей схеме управления и описания системы.

Важным этапом в процессе описания и управления системой является построение ее математической модели. Первым шагом к построению модели является математическое описание того, что система получает на входе и выдает на выходе. Это описание состоит в установлении двух множеств величин, связанных однонаправленной причинно-следственной зависимостью. Величины, определяющие внешнее воздействие на систему, называются входными сигналами ($x(t)$, $X(t)$, $\tilde{x}(t)$). Величины, определяющие действие системы на окружающую среду, называются выходными сигналами системы ($y(t)$, $Y(t)$, $\tilde{y}(t)$).

Множество всех возможных входных сигналов системы называется пространством входных сигналов. Множество всех возможных выходных сигналов системы – пространством выходных сигналов. Кроме входных и выходных сигналов для построения математической модели необходимо рассмотреть взаимодействие частей системы в каждый момент времени. Множество всех возможных состояний системы называется пространством ее состояний.

Три указанных пространства связаны между собой. Эта связь может быть детерминированной, стохастической, трудноформализуемой.

Таким образом, математической моделью любой системы является совокупность четырех элементов:

- 1) пространство состояний;
- 2) пространство входных сигналов;
- 3) пространство выходных сигналов;
- 4) состояния, связывающие входной, выходной сигналы и состояние системы.

Общую схему функционирования системы можно схематично представить следующим образом (рис. 1).

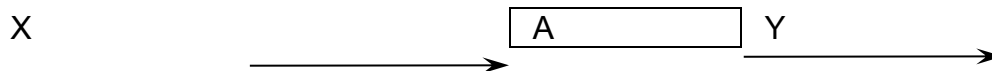


Рис. 1. Схема функционирования системы

Здесь $X(t)$ – входной сигнал, $Y(t)$ – выходной сигнал, A – оператор системы, определяемый строением и состоянием системы.

Зависимость $Y(t)$ от $X(t)$ дается формулой

$$Y(t) = A x(t). \quad (1)$$

К уравнению (1) следует добавить уравнения, описывающие поведение системы

$$z = f(z, x, t), \quad y = g(z, t). \quad (2)$$

Как говорилось выше, действующие факторы можно условно разбить на три группы. Поэтому естественно выделить три метода математического описания системы. Основной характеристикой системы является ее оператор A , определяющий механизм формирования выходного сигнала по заданному входному.

В детерминированной системе (механической) оператор A отображает пространство входных сигналов в пространство выходных сигналов. Основным аппаратом описания таких систем является классическая теория функций, дифференциальных уравнений и т. п.

В стохастической системе (влияние природных фактов) оператор системы отображает пространство входных сигналов в пространство всех возможных распределений на пространстве выходных сигналов. Основными методами описания таких систем являются теория случайных функций, математическая статистика.

Если оператор A работает под действием трудноформализуемых факторов, то такую систему в принципе можно отнести к одной из разновидностей стохастических систем, однако использование случайных функций и статистических методов могут оказаться неэффективными. В этом случае целесообразно использовать аппарат нечеткой логики и имитационное моделирование.

Экономическая система, как правило, состоит из более мелких подсистем и связана с другими системами. При составлении модели всегда возникает вопрос о том, насколько детальной должно быть описание экономической системы. Это один из важнейших вопросов, поскольку подобное описание всех составляющих может усложнить модель настолько, что анализ ее станет невозможным. С другой стороны, желание упростить модель может привести к потере ее адекватности.

Можно рассмотреть три уровня экономических систем (рис. 2).

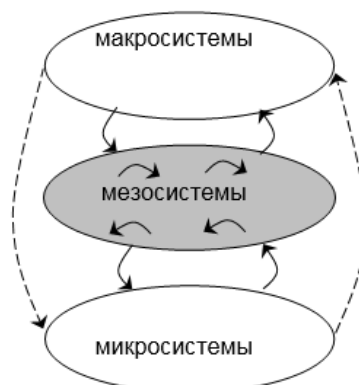


Рис. 2. Модель экономической системы

В таблице 1 приведены характеристики уровней.

Таблица 1

Уровни экономических систем

Название системы	Способность к самоорганизации	Факторы	Инерция	Прогноз
Макросистемы	слабая	в основном механические	большая	долгосрочный, среднесрочный
Мезосистемы	большая	все факторы	средняя	Среднесрочный
Микросистемы	слабая	трудноформализуемые	малая	краткосрочный

Четкое определение каждого уровня дать сложно. Приблизительно будем полагать, что системы макроуровня описывает экономические взаимоотношения на уровне государств и государственных объединений. Микроуровень – это отдельные небольшие предприятия, а также люди, как участники экономического процесса. Определить «размер» экономического объекта мезоуровня сложно. Лучше взять за основу способность объектов к самоорганизации.

Итак, мезоуровень описывает экономические объекты (системы объектов), способные к самоорганизации. Например, к построению логических цепей.

Состояние мезоуровня будет во многом определять состояние макро- и микроуровней. Например, макромоделю межотраслевого баланса Леонтьева

$$(E - A) X = Y \quad (3)$$

Описывает зависимость производства от спроса, но сам спрос можно спрогнозировать только при анализе мезоуровня, поскольку именно там формируются основные тенденции.

Математические модели экономических систем мезоуровня представляют собой системы обычных или стохастических дифференцируемых уравнений (линейных и нелинейных), коэффициенты которых определяются или на основе анализа статистических данных, либо основываясь на работе экспертных систем. При всем многообразии работы экономических систем можно рассмотреть несколько основных тенденций их функционирования.

1. Неустойчивый циклический режим (циклы Гудвина, недружественная эксплуатация, химеры и т. д.). При таком режиме параметры системы изменяются циклически. При появлении новых внешних факторов циклы разрушаются (рис. 3).

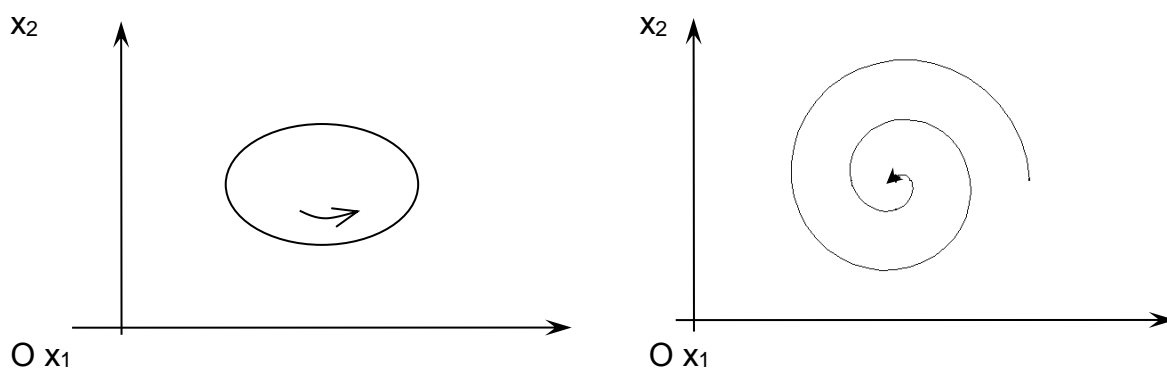


Рис. 3. Неустойчивый циклический режим

2. Устойчивый режим с фокусом (дружественная эксплуатация, содействие, конкуренция с наличием управляющего центра).

В этом случае параметры системы при внутренних и внешних воздействиях стремятся вернуться к некоторому фиксированному состоянию (рис. 4).

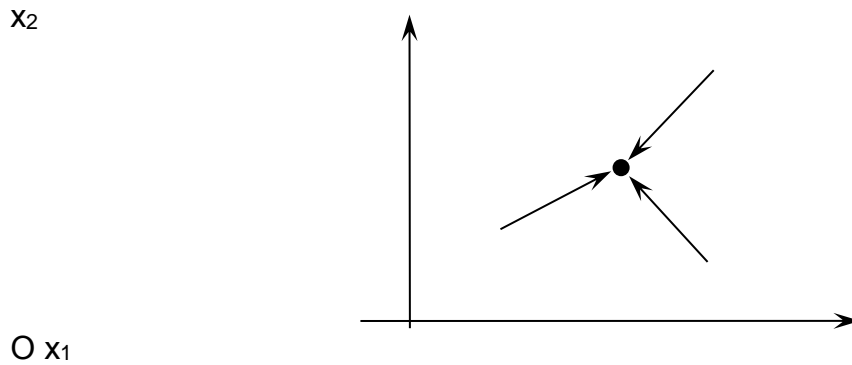


Рис. 4. Устойчивый режим с фокусом

3. Неустойчивый режим с фокусом (дикая конкуренция). Параметры системы при малейшем внешнем воздействии начинают неограниченно изменяться (рис. 5).

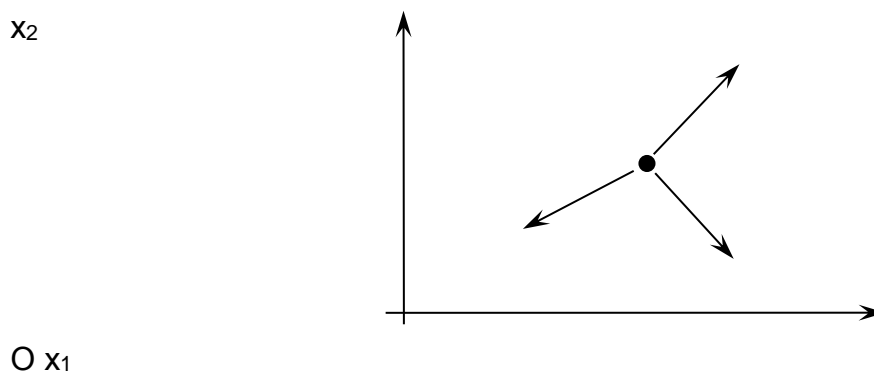


Рис. 5. Неустойчивый режим с фокусом

4. Особый случай (кризис). В некоторых случаях при решении систем дифференциальных уравнений фазовые кривые при любых начальных условиях устремляются к определенной замкнутой кривой (странному аттрактору). В таком режиме, соответствующем кризису практически невозможно сделать прогноз. В таком режиме вся энергия системы идет на ее преобразование на мезоуровне. Выход из такого состояния наступает тогда, когда происходит перераспределения энергии в системе. При этом образуется новый мезоуровень, который рано или поздно формирует новые макро- и микроуровни.

Несмотря на то, что режим странной аттракты является крайне неустойчивым и непрогнозируемым, можно утверждать, что в результате перестройки мезоуровня существенно изменится один – три параметра. Динамика изменения остальных параметров останется неизменной. То есть прогноз можно осуществить, если точно выделить причины кризиса.

Ссылки на источники

1. Юденков А.В., Дли М.И., Круглов В.В. Математическое программирование в экономике. – М.: Финансы и статистика. 2010
2. Абдикеев Н.М. Проектирование интеллектуальных систем в экономике. – М.: Экзамен. 2004.
3. Арнольд В.И. Теория катастроф. – М.: УРСС. 2007.
4. Гумилев Л.Н. Этногenez и биосфера Земли. – М.: АСТ. 2004.
5. Пригожин И., Кондепуди Д. Современная термодинамика. – М.: Мир. 2002.

Машкова Валерия Владимировна

3 курс, Психолого-педагогическое образование, психология в образовании,
СмоЛГУ, Смоленск

Научный руководитель: **Иванов Сергей Петрович**, доктор психологических
наук, профессор
кафедры общей психологии, СмоЛГУ, Смоленск
Mashkovalera2703@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ПСИХОЛОГОВ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Аннотация. В статье рассматривают вопросы по особенностям работы советских психологов в годы Великой Отечественной войны и после нее. Исследуются основные направления проводимых психологических научно-исследовательских работ и их практическое значение в помощи пострадавшим. Анализируется вклад психологической науки на разных этапах войны и особенности деятельности ученых в условиях военного времени.

Ключевые слова: психология, Великая Отечественная война, фашизм, периферическая нервная система, головной мозг, нарушения, дефекты.

Mashkova V.V

3th year, psychological and pedagogical education, psychology in education, Smolensk state University, Smolensk

Scientific adviser: Ivanov S.P., doctor of psychology, Professor of the Department of General psychology, Smolensk state University, Smolensk
Mashkovalera2703@mail.ru

PECULIARITIES OF WORK OF PSYCHOLOGISTS DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR

Abstract. The article discusses the features of the work of Soviet psychologists during the Great Patriotic War and after it. The main directions of ongoing psychological research work and their practical importance in helping the victims are investigated. The contribution of psychological science at different stages of the war and the features of the activities of scientists in wartime conditions are analyzed.

Keywords: psychology, World War II, fascism, peripheral nervous system, brain, disorders, defects.

2020 год, ровно 75 лет с момента завершения суровых испытаний, подвергавших жизнь человека смертельной опасности. 1941–1945 год оказались самыми трагичными и кровопролитными в мировой истории. Миллионы погибших, еще больше раненных – ужасный итог Великой Отечественной войны.

В советский союз война ворвалась ночью 22 июня 1941 года и коренным образом перевернула уклад жизни всего населения, перестроила все сферы жизнедеятельности общества. Теперь все силы государства были направлены исключительно на разгром врага и защиту своей страны и ее населения. Научная деятельность сыграла одну из важнейших ролей в борьбе против фашизма. В 1941 году Академией Наук было принято решение, которое подчеркивало, что теперь основной целью деятельности ученых становится практическое обслуживание нужд фронта [4].

Вследствие перевода науки на «военные рельсы» психология не стала исключением и так же подверглась значительным изменениям в общей структуре организации

и направлениях своих исследований. Теперь основной упор в них был сделан на практическую ориентированность. А главный приоритет перед учеными стал не в идеологических сражениях, а в решении основных задач, поставленных государством [6].

Вот список главных проблем, поставленных перед психологами:

- проведение научных исследований по оборонной тематике;
- работа в госпиталях по восстановлению здоровья раненых бойцов;
- обеспечение психологической подготовки солдат;
- развертывание научно-просветительской, санитарно-гигиенической и профилактической работы;
- непосредственное участие в боевых операциях (в составе кадровых частей, народного ополчения, партизанских отрядов);
- применение практических разработок и результатов исследований в решении задач, обусловленных нуждами военного времени;
- изучение негативных психологических феноменов, вызванных войной, и разработка рекомендаций по их нейтрализации;
- осуществление практической деятельности в виде консультационных работ [6].

Работа научно-исследовательской деятельности была осложнена положением о всеобщей мобилизации военнообязанных, в результате которого многие психологи 1905-1918 года рождения отправились на фронт [5].

Перед оставшимися был выдвинут ряд требований. Первое и основное заключалось в прикладной ориентированности и практической эффективности проводимых исследований, что в свою очередь было непосредственно связано с перемещением лабораторий из стен институтов в госпитали и больницы [2].

Война не дремала, она не ждала и не останавливалась, а только развивалась в своем сокрушительном стремлении уничтожить все живое на своем пути. Задачи, возникающие на фронте, требовали незамедлительных решений, практические работники, обслуживающие мирное население и военнослужащих так же нуждались в помощи. Все эти факторы обусловили возникновения второго, не менее важного, требования перед психологами – максимальное уменьшение времени, затраченного на разработку и проведение исследований [2].

Теперь от оперативности получения результатов и их практической эффективности в применении напрямую зависела жизнь людей, и замедления были недопустимой роскошью. Кроме того, перед учеными стояла проблема не только найти ответы на волнующие вопросы, но и суметь открыто и доступным для понимания каждого языком передать полученную информацию широкому кругу специалистов, борющихся с фашизмом [2].

Так как на центрально-европейской части страны происходили кровопролитные бои, эффективное осуществление исследований на этой территории было затруднено. Поэтому психологические институты и лаборатории были эвакуированы в более безопасные части страны и расположены, как правило, в провинциальных учебных и клинических заведениях.

Рассматривая исследования психологов за 1941–1945 года, можно выделить несколько направлений, в русле которых велись работы:

Особое внимание уделялось изучению психологических особенностей и возможностей человека в процессе боевой деятельности. Анализировали, какие личностные качества необходимы в военных условиях для выживания, и какими характеристиками должны обладать военачальники. Фундаментальная работа по данной теме была проделана Б. М. Тепловым. Советский психолог в своем труде «Ум полководца» не просто описал поведения и индивидуальные черты таких великих полководцев как Суворов А. В., Кутузов М. И., Наполеон Б., но и выявил ключевые особенности мышления и личностные качества, предопределяющие успешность их военной деятельности.

Работа Бориса Михайловича была оценена в годы войны и до сих пор остается актуальной при подготовке курсантов к службе [8].

Еще одно из направлений исследований заключалось в измерении чувствительности слуховых и зрительных анализаторов в различных видах военной деятельности. Благодаря полученным данным солдатам, занимающимся противовоздушной обороной удалось на 25 процентов увеличить эффективность наблюдения на большом расстоянии. Так же после изучения данного вопроса Крикором Хачатуровичем Кекчеевым был разработан метод борьбы с ослеплением глаз прожектором, а Сергеем Васильевичем Кравковым со снеговой слепимостью. Летом 1941 года Борис Герасимович Ананьев совместно с другими специалистами провел экспериментальное исследование по улучшению световой и звуковой маскировки города, результаты которого были применены в тот же год осенью [3].

Ряд психологов занимался экспериментальными исследованиями изучения формирования сложных навыков у летчиков. К. К. Платонов, Т. Г. Егоров, Е. В. Гурьянов и др. с помощью специального тренажера наблюдали за уровнем реагирования на быстро движущиеся объекты и возможность распознавания различных типов самолетов в процессе боя. Но ключевое место в данных исследованиях отводилось психологической характеристике пилотов, проблемам их утомляемости и перенапряжения в полете, а также функционированию сенсорных функций при изменении давления [5].

Другая группа советских ученых, в которую входили А. Н. Леонтьев, Б. Г. Ананьев, А. Р. Лурия, А. В. Запорожец занимались исследованием психологических последствий ранений и контузий. Они изучали, как травмы влияли на высшие психические функции человека, искали всевозможные направления и приемы их восстановления. Эта работа, занимала 90 процентов всех исследований и ей отводилось ключевое место в ходе Великой Отечественной войны. Она осуществлялась в тыловых эвакуационно-восстановительных госпиталях. Там психологи искали решение задачи по эффективному и скорейшему восстановлению психологического здоровья травмированных бойцов [4].

Основной упор делался на углубленное изучение восстановления человека после огнестрельных ранений черепа, мозга и периферической нервной системы. Грамотная помощь не обходилась без своевременной диагностики нарушенных функций, что так же составляло деятельность психологов [4].

Кроме получения знаний по оказанию помощи пострадавшим, данные исследования ценны и тем, что ученым удалось продвинуться в вопросе понимания некоторых общих проблем деятельности мозга и психики.

Большинство исследований, посвященных восстановлению деятельности раненых, можно разделить на две основные темы. Первая заключалась в проведение профилактических работ по предупреждению возможных осложнений у пострадавших. Данная работа включала в себя разработку комплекса диагностических и коррекционных мероприятий, позволяющих стабилизировать состояние человека [6].

Вторая проблема заключалась в нормализации пострадавших с психическими нарушениями. Она предполагала проведение работ по экспертизе поражений центральной нервной системы, восстановление после контузий и многое другое [6].

Необходимо отметить, что тематика по восстановлению боеспособности и трудоспособности раненых в ходе войны расширялась и конкретизировалась. При этом надо подчеркнуть рост удельного веса психологической тематики [2].

Так же не стоит оставлять без внимания, что все рассмотренные темы просто не могли быть решены без вклада психологической науки.

Травмы мозговых структур и периферической нервной системы, полученные бойцами в ходе военных действий, нарушали работу психических функций, что приводило к непригодности солдат для военной и трудовой деятельности. Преимущественно работа по восстановлению функций была областью деятельности медиков,

которые еще в довоенное время занимались этим вопросом. Однако и психологи нашли свое место в этой сфере [2].

Врачам было хорошо известно, что функции нарушенных участков головного мозга восстановить практически невозможно, а функции периферической нервной системы крайне сложно и занимает весь процесс длительное время. Медиками использовался преимущественно один путь восстановления, при котором функции перемещались в исполнения к другим органам, как правило, симметричным. На что психологами был предложен альтернативный вариант, заключающийся в функциональной перестройке нарушенных процессов.

Еще учеными довоенного времени была выдвинута гипотеза о том, что любая сложная функция представляет собой целую систему, расположенную одновременно в нескольких участках коры головного мозга, каждый из которых вносит свой определенный вклад в общее функционирование. Поэтому в результате травмы одной зоны головного мозга происходит расстройство работы всех процессов, опирающихся на данную область. Но это не исключает разнообразие особенностей протекания нарушения, которое может быть компенсировано за счет использования сохранных участков коры мозга. Именно на это и обратили свое внимания советские психологи при восстановлении деятельности солдат красной армии [2].

Ценность вклада советских психологов в годы великой отечественной войны главным образом заключалось в том, что они не просто исследовали данные вопросы, но и разрабатывали конкретные рекомендации и приемы, которые в дальнейшем успешно применялись на практике и помогали людям.

Так же важно отметить, что в исследованиях психологов 1941–1945 годов были затронуты практически все аспекты нарушения мозговой деятельности и к ним разработаны восстановительные механизмы.

Вот краткий список нарушений периферической нервной системы, с которыми работали психологи:

1. Дефекты координации движений
2. Нарушения оптического гнозиса зрительного восприятия (литерализная оптическая агнозия и вербальная алексия)
3. Поражения высших уровней кортикальной организации
4. Речевые дефекты
5. Нарушения активного мышления (деменция, изъядны спонтанного течения мысли) [5].

Кроме этого стоит отметить, что параллельно осуществления научных исследований психологи занимались практической деятельностью и проводили консультативную работу, а также диагностику и военно-врачебные экспертизы.

На втором этапе войны был изменен комплекс задач, стоящих перед исследователями. Если ранее упор делался в основном на психическое восстановление людей и возвращение их к боевой или трудовой деятельности, то теперь, начиная с 1944 года, добавились следующие проблемы: психоневрологические принципы трудового обучения и трудоустройства инвалидов, посттравматические психические изменения и трудоспособность больных при них и ряд других [7].

Так же в послевоенное время множество работ было проведено по восстановлению психологического здоровья у детей. Они все чаще становились объектами исследований, в силу своей сильной психологической уязвимостью и высокой подверженностью стрессам и переживаниям. Малыши остро нуждались в контроле их состояния и защите их развивающейся психики от возможных осложнений после пережитого кошмара. Поэтому общепсихологические аспекты в научных исследованиях военных лет были тесно связаны с психолого-педагогическими [1].

Исследования военного времени достаточно точно отражали запрос общества и государства. Это выражалось в превалировании прикладных разработок, в преобладании исследований конкретно-эмпирического характера, в отсутствии абстрактных формулировок, в фокусированности проблемного поля исследования на наиболее важных, практически значимых проблемах психологии личности.

После окончания Великой Отечественной войны Академией наук были выделены ключевые направления работы, которые преимущественно имели психолого-педагогическую окраску. К ним относились особенности воспитания детей, улучшение качества обучения, помощь пострадавшим детям пострадавшим и оставшимся без попечения родителей [7].

И во время войны и после происходило открытие психологических лабораторий и университетов. В 1943 году были открыты первые психологические отделения в Московском и Ленинградском университетах и началась вузовская подготовка квалифицированных специалистов-психологов. В этот же год по решению правительства была создана Академия педагогических наук РСФСР, в состав которой вошел и Институт психологии [7].

При этом параллельно не останавливалась и работа по совершенствованию учебных программ и учебных курсов по психологии. Так же продолжалась подготовка психологов высшей квалификации – кандидатов и докторов наук.

В годы войны советская психология понесла большие потери. Погибли или умерли в тылу А. П. Болтунов, И. И. Волков, Н. К. Гусев, А. А. Дернова-Ярмоленко, Г. Лосев, П. С. Любимов, Ф. И. Музылев, Л. И. Шварц, С. Н. Шпильрейн, О. Эфрусси.

Но, несмотря ни на что, советские психологи с честью выдержали строгий экзамен войны. Их деятельность получила высокую оценку партии, правительства и широкой общественности. Их исследования имели большой успех в период с 1941 по 1945 года. Вследствие чего возросло общественное признание и авторитет психологической науки.

Ссылки на источники

1. Военная психология и педагогика: Учеб. пос. /Под ред. П.А.Корчемного и др. – М.: Изд-во «Совершенство», 2010. – 390 с.
2. Каничева Р.А., Ярмоленко А.В. Ленинградские психологи в годы войны // Психол. журн. 1985. № 6. С.3–7.
3. Кекчеев К. Х. Психофизиология маскировки и разведки / К. Х. Кекчеев. – Москва : Советская наука, 1942. – 108 с.: ил. – Библиогр.: с. 105-106.
4. Кольцова В.А., Олейник Ю.Н. Работа советских психологов в годы Великой отечественной войны // Психол. журн. 1995. Т.16, № 3. С. 3–12.
5. Лурия А.Р. Советские психологи в годы Великой отечественной войны // Журн. невропатологии и психиатрии им. С.С. Корсакова. М., 1975. № 5. С. 757–759.
6. Психологическая наука в России XX столетия: проблемы теории и истории. Под ред. А.В. Брушлинского. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 1997. – 576 с.
7. Смирнов А.А. Развитие и современное состояние психологической науки в СССР. М., 1975.
8. Теплов Б.М. Ум полководца (опыт психологического исследования мышления полководца по военно-историческим материалам – В кн.: Теплов Б.М. Избр. труды. В 2-х т. – Т.1. – М., 1985. – С.223 – 305.)

Михайлова Юлия Евгеньевна,
2 курс, Таможенное дело, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова,
Смоленск
Научный руководитель: **Иванова Нина Михайловна,**
старший преподаватель кафедры естественнонаучных и гуманитарных
дисциплин,
Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
y.mikhaylova34@mail.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация. В данной работе рассматриваются новые лексические единицы – неологизмы, являющиеся одним из способов отражения развития языка и общества в целом. При изучении любого языка очень важно знать неологию. Статья содержит сравнительный анализ неологизмов в русском и немецком языках, в ходе которого рассматриваются основные модели и причины формирования неологизмов, а также их отличительные черты.

Ключевые слова: неологизмы русского и немецкого языков, признаки неологизмов, новообразования, словарный состав, неология, лексические инновации.

Mikhailova Y.E ,
2nd year, customs service, Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of
Economics, Smolensk
Scientific adviser: Ivanova N.M, senior lecturer, chair of natural sciences and humani-
ties,
Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
y.mikhaylova34@mail.ru

COMPARATIVE ANALYSIS OF NEOLOGISMS IN THE RUSSIAN AND GERMAN LANGUAGES

Abstract. This paper considers new lexical units – neologisms, which are one of the ways to reflect the development of the language and society as a whole. When learning any language, it is very important to know neology. The article contains a comparative analysis of neologisms in Russian and German, during which the main models and reasons for the formation of neologisms, as well as their distinguishing features, are considered.

Keywords: neologisms of the Russian and German languages, signs of neologisms, neoplasms, vocabulary, neology, lexical innovations.

В настоящее время при изучении русского и немецкого языков на первое место выводятся непрерывно появляющиеся в языке новые слова и словообразования, которые сокращённо называются неологизмами. Согласно российскому лингвисту Н. М. Шанскому, неологизмы – это «новые лексические образования, которые возникают в силу общественной необходимости для обозначения нового предмета или явления, сохраняют ощущения новизны для носителей языка» [5]. Неологизмы играют важную роль в любом из изучаемых нами языков. Раздел языкознания, изучающий неологизмы – неология происходит от греческого слова neos, которое обозначает новый и logos – учение. Неология занимается изучением новых слов, рассматривает их типы и сферы употребления.

Основной темой данного исследования являются неологизмы русского и немецкого языков, выступающие качественными и надёжными инструментами познания, распространения и дальнейшего развития языков.

Главной целью настоящей статьи является проведение сравнительного анализа неологизмов русского и немецкого языков, а также выявление их специфических черт.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что изучение любого языка невозможно без знания неологизмов. Ведь новые слова и словосочетания непрерывно продолжают появляться в языках, способствуют обновлению и расширению словарного запаса. Это связано, в первую очередь, с экстралингвистическими факторами, т. е. с параметрами внеязыковой действительности: различные мнения и цели говорящего, которые способствуют возникновению изменений в языке как глобального, так и частного характера, а также с внутриязыковыми факторами, т. е. изменениями, происходящими непосредственно в самой системе языка: в грамматике, фонетике, лексике и т. д.

Необходимо подчеркнуть, что в настоящее время всё большее внимание уделяется изучению неологизмов и неологии в целом. Именно поэтому данная тема рассматривалась уже многими современными исследователями, такими как: Н. Х. Нургалиева, С. В. Агачева, Г. Ф. Алиаскарова и многими другими.

К исследованию по данной тематике нас побудили несколько ключевых факторов, а именно:

- заинтересованность в основных причинах возникновения неологизмов в русском и немецком языках;
- возможность проанализировать, рассмотреть и сравнить между собой неологизмы в русском и немецком языках;
- объективная возможность выявить самые главные отличительные признаки неологизмов русского и немецкого языков, но в то же время и найти общие черты неологизмов, присущие обоим языкам.

В данной работе были рассмотрены неологизмы русского и немецкого языков, а также проведён сравнительный анализ, для того чтобы обратить внимание на сходства и различия неологизмов, встречающихся в русском и немецком языках.

В настоящее время одной из главных и пока ещё нерешённых проблем в русском и немецком языках является неоднозначность определения термина неологизм. Русская неология, на наш взгляд, содержит полный обзор существующих мнений о неологизмах. Например, в своей работе «Проблемы неологии и русская неография», современная исследовательница в области русской неологии, С. И. Алаторцева говорит о том, что «новыми единицами словарного состава языка N-го времени могут быть признаны слова, значения слов и сочетания, представляющие собой как новообразования данного языка, так и внешние и внутренние заимствования в нём» [3]

Что касается немецкой неологии, то здесь необходимо подчеркнуть, что, как правило, в немецком языке отсутствует единая трактовка термина «неологизм». Однако, наиболее полно, его смог сформулировать немецкий учёный Д. Хербер: «Неологизм – это единица или значение, которое появляется в определенный отрезок языкового развития коммуникативного сообщества, получает распространение, соответствует языковой норме, и в этот временной промежуток развития воспринимается большинством носителей языка как новое в течение определенного времени» [1].

Рассмотрев две точки зрения современных учёных, мы можем сделать вывод о том, что существенных различий в определении термина «неологизм» в русском и немецком языках нет. Мы можем наблюдать лишь различия в трактовках данного определения в русском и немецком языках.

Анализируя исторические аспекты возникновения неологизмов, отметим, что одной из самых важных причин, являющихся фундаментом для возникновения неологизмов в определённый промежуток времени, является непрерывный научно – техни-

ческий прогресс, который включает в себя новые открытия в сфере технологий, достижения в области культуры, появление новых социально-экономических реалий. Кроме того, происходящие политические, экономические, социальные перемены также способствуют появлению новых понятий, а вместе с ними и новых слов. Принципиально важным является тот факт, что неологизмы могут заимствоваться из других языков или придумываться какими-то конкретными людьми: писателями, поэтами, медийными персонами.

Многолетний опыт научных исследований неологизмов показывает нам, что для каждого исторического промежутка времени характерны свои неологизмы. Именно поэтому неологизмы являются так называемыми «новыми словами» лишь в конкретный период времени, связанный с кардинальными изменениями или достижениями в какой-либо сфере, способствующими появлению новых слов, т. е. неологизмов, которые затем уходят в народ и становятся привычной частью нашей речи, уступая место более современным словам.

В качестве примера рассмотрим 3 основные группы неологизмов, сформировавшиеся в течение XX-XXI веков:

- неологизмы XX века (модуль, телевизор, космонавт, космодром, скафандр, лазер, магнитофон);
- неологизмы конца XX века (вай-фай, интернет, компьютер, ксерокс, джойстик, скейт, флорист, секьюрити, роуминг);
- неологизмы XXI века (гаджет, терабайт, лэптоп, татчпад, дрон, коуч, селфи, хейтер, квест, смартфон, планшет, селфи).

Как мы видим из приведённых выше примеров, все перечисленные слова когда-то были неологизмами, но в результате их распространения и частого употребления они со временем потеряли признак новизны и превратились в общеупотребительные слова. Иными словами, неологизм будет считаться новым словом до тех пор, пока люди будут чувствовать в нём новизну.

Кроме того, на этом деление неологизмов не заканчивается. Приведём примеры русских неологизмов разных тематических групп за последнее десятилетие:

- экономика и торговля (дефолт – вид банкротства, инфляция – обесценивание денег);
- политика (блокчейн – система контроля выборов, инаугурация – вступление в должность главы государства);
- компьютерные технологии (фэйк – подделка, софт – программное обеспечение);
- мобильная связь (роуминг – услуги связи в других странах, рингтон – мелодия звонка на мобильных устройствах);
- реклама (пиар – продвижение бренда);
- культура (промоутер – организатор мероприятий).

Таким образом, на основе рассмотренных неологизмов, выделим их основные признаки:

- абсолютная новизна слова;
- неологизмы считаются новыми ограниченно промежуток времени, затем переходя в класс общеупотребительных;
- при возникновении новые слова понятны только специалистам той области, в которой они образовались.

А в чём же заключается особенность немецких неологизмов, их возникновение и деление по тематическим группам? Проводя исследование, мы познакомились с работой «Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache» под редакцией Р. Клаппенбах и В. Штайниц, в которой выделяются три основных типа неологизмов немецкого языка [2]:

- слова, которые впервые появились в немецком языке в последние годы – Neuwörter. Эта группа включает в себя новые слова как по форме, так и по значению (der Trend – тенденция, das Espresso – кофе)

– слова, которые появились в течение указанного периода времени на основе ранее существовавших слов – Neuprägungen. Эта группа неологизмов состоит из слов, состоящих из уже известных слов, и появляется только в новых комбинациях моделей словообразования (die Leihmutter – суррогатная мать, zomig – зомбированный);

– слова, получившие новое значение в определенный период – Neubedeutungen. Эта группа состоит из так называемых старых слов, которые полностью изменили свое значение, или слов, которые соединили одно или несколько новых слов с известной системой ценностей (die Maus – мышь – в настоящее время имеет второе значение, как компьютерная мышь).

На этом деление неологизмов немецкого языка не заканчивается. Как и в русском языке, немецкие неологизмы можно объединить по разным тематическим группам:

– компьютерные технологии (die Datenautobahn – канал данных, das Bezahlfernseher – платное телевидение);

– общество (das Bürgergeld – гражданский доход, das Bungeespringen – банджиджампинг);

– экономика (das Direktbanking – директ-банкинг, т. е. дистанционное банковское обслуживание, E-Commerce – продажа через интернет);

– мода (die Outdoorjacke – куртка для активного отдыха, das Bascap – бейсболка);

– быт (simen – писать СМС-сообщения), babysitten – присматривать за ребенком);

– спорт (inlineskatzen – кататься на роликах, snowboarden – заниматься сноубордом);

– мобильная связь (das Mobilnetz – мобильная телефонная сеть).

Особое внимание следует обратить на группу неологизмов в немецком языке, связанную с современными тенденциями в отношении молодежи. Такие немецкие неологизмы выделяются в отдельную группу и как зеркало отражают социальную сферу жизни немецкой молодежи.

Таблица 1

Популярные немецкие неологизмы, используемые молодежью

Немецкий неологизм	Перевод	Значение
Mensch ohne Freunde	Человек без друзей	Человек, который в повседневной жизни пренебрегает живым общением, из – за чего рискует стать человеком без друзей
Facebooken	Фейсбучить	Действия, совершённые человеком в социальной сети Facebook
Fernbeziehung	Отношения на расстоянии	Пары, чьи отношения разделены пространством
ABF (от нем.. allerbeste Freundin)	Лучшая подруга	Сокращенное написание выражения, используемое в социальных сетях
Ellis (от нем.. Eltern)	Родители	Сокращенное написание, которое выражает ласку и привязанность
Frienden и entfrierden / defrienden	Добавлять и удалять из друзей	Приставки ent- и de- уже сами выражают собой дистанцию и отдаление, которое происходит путем нескольких кликов мышки, обрывая дружбу, не требуя при этом объяснений и споров
Skypen	Скайпиться, общаться по скайпу	Скайп – своего рода интернет – телефония, дающая возможность видеть друг друга на расстоянии
Die Netlife	Виртуальная жизнь	Возникло в результате слияния слов Net (Internet) и английского life (die Leben – жизнь) и используется для обозначения параллельной виртуальной жизни в сети
Der Vlog (от нем. der Videoblog)	Блог	Блог – это электронный дневник с функцией комментария, который ведется в режиме онлайн

Таким образом, на основании выше указанного, можно сделать вывод о том, что неологизмы немецкого языка, как и русские неологизмы, возникают в разные периоды

времени и связаны с созданием новых видов деятельности, развлечений, возникновением и внедрением новых технологий, происходящих политических событий и развитием современных тенденций отношений молодёжи, которые в свою очередь выражаются в виде различного рода сокращений или заимствованных слов из других языков, путём слияния таких слов.

Немаловажным вопросом в рамках данного исследования является так же вопрос о том, как создаются новые лексические единицы в русском и немецком языках.

Процесс образования неологизмов в русском и немецком языках проходит двумя основными путями:

- морфемным (образование новых слов путём осложнения производящей основы словообразующим аффиксом, т. е. с помощью морфемы, присоединяющейся к корню для образования нового слова);

- неморфемным (образование новых слов путём изменения семантики, т. е. смысла и значения, исходного слова) [4].

В русском языке, как правило, наиболее часто используется морфемный (морфологический) способ образования русских неологизмов. В качестве примера назовём следующие неологизмы русского языка, образовавшиеся морфемным путём:

- налоговый – работник налоговой службы;
- пиарщик – специалист по общественным связям;
- коммунальщик – работник жилищно- коммунального хозяйства;
- оэртэшник- сотрудник канала ОРТ;
- межбанковский;
- низкорентабельный

Неморфологический способ образования русских неологизмов встречается намного реже, чем морфологический, однако, он считается одним из активных способов образования неологизмов. Например, в русском языке слово прозрачность благодаря неморфологическому способу словообразования обрело дополнительное значение – открытость. Потому встречаются такие выражения как прозрачность выборов, прозрачность работы судейского общества.

Что касается немецкого языка, то, как уже было сказано, образование немецких неологизмов происходит теми же способами, что и образование русских неологизмов:

- морфемный способ (die Entkriegerung – милитаризация, die Spitzenposition-лидирующая позиция, die Dezentralisierung – децентрализация, Re-Powering – обновление, Re-Powering der alten Anlagen – обновление старых установок);
- неморфемный способ (Ineinander – вклад одного в другое, Militärisches – милитаризм).

В ходе исследования также было установлено, что немецкие неологизмы можно разделить по группам в зависимости от компонентов, т. е. составных частей слова.

Таблица 2

Основные компоненты немецких неологизмов

Компонент	Примеры немецких неологизмов	Перевод на русский язык
Существительное:	die Babymania	мания иметь детей
	das Kündigungsschutzrecht	право на защиту при увольнении
	Öko-Auto	автомобиль, не загрязняющий окружающую среду
	der Globalisierungsgegner	противник глобализации
	die erbraucherschutzministerin/der Verbraucherschutzminister	министр по защите в сфере потребления
Прилагательное:	der Billigkrieg	война, не требующая затрат
	das Sozialmonitoring	социальный мониторинг
	Altfahrzeuggesetz –	закон, касающийся старых автомобилей
	der Trendforscher	специалист, изучающий тенденции развития в обществе
	Ad-hoc-Kanzler	канцлер – «однодневка»

Таким образом, на основании выше изложенного, можно сделать вывод:

- понятие «неологизм» имеет общие сходные черты в русском и немецком языках;
- неологизмы русского и немецкого языков возникают в различные периоды времени и напрямую связаны со всеми сферами жизни людей;
- неологизмы русского и немецкого языков могут быть заимствованы из других языков, что указывает на схожесть событий, происходящих в русском и немецком обществах;
- неологизмам обоих языков присуще главная черта: новизна;
- формирование неологизмов обоих языков может иметь и отличительные черты, в зависимости от языков особенностей;
- неологизмы русского и немецкого языков образуются двумя основными способами: морфемным и неморфемным;
- словарный запас обоих языков пополняется неравномерно: как правило, главную часть занимают имена существительные.
- процесс неологизации русского и немецкого общества является непрерывным и универсальным.

В заключении следует отметить, что одним из путей решения данной проблемы является глубокое и полное исследование русских и немецких неологизмов и неологии в целом. Необходимо особое внимание уделять созданию и дальнейшему расширению специальных словарей неологизмов, установлению тенденций языкового развития общества, ведь неологизмы являются зеркалом, в котором отражаются все сферы человеческой жизни, они выступают наиболее продуктивным источником пополнения русского, немецкого и многих других языков новыми словами. Необходимо также отметить, что неологизмы, ставшие единицами языка, в конечном итоге попадают в словари, отражающие текущее состояние словарного запаса языка, а сложившаяся неологическая лексикография открывает возможности для понимания истории развития любой страны мира.

Ссылки на источники

1. Herberg D. Steffens D unter Mitarbeit von Elke Tellenbach, Doris Al-Wadi. Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen / D. Herberg. Berlin / NewYork: Walter de Gruyter 2004, XXXVII. 393 s.
2. Klappenbach R., Steinitz W. Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache in 6 Bänden. – Berlin : Akademie-Verlag, 1978.
3. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография: дис. ... д-ра филол. наук. -СПб.: Ин-т лингвистических исследований РАН, 1998. – 42 с.
4. Балалыкина Э.А. Русское словообразование: учеб. пособие / Э.А. Балалыкина, Г. А. Николаев. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1985. 184 с.
5. Шанский Н. М. Лексикология современного русского языка. М., 1964. 423 с.

Михеева Анастасия Алексеевна

4 курс, Таможенное дело, Смоленский филиал РЭУ им.

Г. В. Плеханова, Смоленск

Научный руководитель: Сидоренкова Ирина Викторовна,

к. э. н., доцент, Смоленский филиал РЭУ им.

Г. В. Плеханова, Смоленск

Anastasia-2-1@mail.ru

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ФОРМЫ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Аннотация. *Одной из функций таможенных органов России является обеспечение национальной безопасности. Главную роль в данной сфере, безусловно отводится*

таможенному контролю. Однако, для его эффективного применения следует совершенствовать не только непосредственно данную деятельность таможенных органов и иные ее направления: совершения таможенных операций, таможенное оформление и т. д. Применение электронных форм при оказании таможенных услуг сегодня является инновацией в таможенном деле. Однако, перевод таможенного декларирования на электронную основу уже показал, насколько повышается эффективность при внедрении в таможенную сферу указанной инновации. Дальнейшее ее развитие значительно повысит работу всех структур таможенных органов. Это уже не предположение, а подтвержденное практикой утверждение, что так же доказывает проведенное нами исследование.

Ключевые слова: эффективность деятельности таможенных органов; таможенные услуги; внешнеторговая деятельность; таможня; услуги; электронные услуги; Федеральная таможенная служба

Mikheeva A.A.

4th year, Customs, Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of

Economics, Smolensk

Scientific adviser: Sidorenkova I.V.

candidate of Economics, associate Professor

Anastasia-2-1@mail.ru

EFFICIENCY OF INNOVATIVE IMPLEMENTATION OF THE ELECTRONIC FORM OF CUSTOMS SERVICES IN ORDER TO ENSURE THE ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA

Abstract. *One of the functions of the Russian customs authorities is to ensure national security. The main role in this area, of course, is assigned to customs control. However, for its effective application, it is necessary to improve not only this activity of customs authorities and its other areas: customs operations, customs clearance, etc. the Use of electronic forms in the provision of customs services is an innovation in customs today. However, the transfer of customs Declaration to an electronic basis has already shown how much efficiency increases when implementing this innovation in the customs sphere. Its further development will significantly increase the work of all customs structures. This is not an assumption, but a statement confirmed by practice, which is also proved by our research.*

Keywords: *efficiency of customs authorities; customs services; foreign trade activities; customs; services; electronic services; Federal customs service*

Таможенные органы напрямую обеспечивают финансовую безопасность нашей страны. Ежегодно федеральный таможенный орган России внедряет механизмы повышения эффективности государственных услуг. Финансовая безопасность является сложной концепцией, которая включает в себя продукты питания, промышленные, технические, энергетические, внешнеэкономические и финансовые компоненты. В настоящее время вопросы промышленной, технической и финансовой безопасности выходят на первый план. Это касается эффективных и качественных государственных услуг в таможенных делах, направленных на повышение скорости таможенных процессов, сокращение расходов для подрядчиков и конечных потребителей товаров и повышение безопасности во внешнеэкономических операциях, что способствует развитию бизнеса и торгового бизнеса в общей экономике. Таможенные услуги, предоставляемые таможенными органами, являются лучшими из мер и мер в таможенных делах, направленных на удовлетворение поведения участников внешнеэкономической деятельности [1, с. 99].

В настоящее время таможенный орган определяется несколькими целями. Один из товаров экспонировался участниками внешней торговли. В связи с этой целью таможенные органы уверены, что каждый год их модернизируют, чтобы сделать их до-

ступными для всех. Федеральное таможенное управление России оказывает значительное количество услуг различным лицам. Все услуги, предоставляемые таможенными органами, можно разделить на две группы: государственные и негосударственные. Одной из задач Государственного таможенного органа является принятие предварительных решений о классификации товаров в принципе в соответствии с Таможенным кодексом ЕАЭС. Вы можете пользоваться этой услугой как через личный кабинет участника внешнеэкономической деятельности, так и через портал общественных услуг. Это означает, что государства контролируют получение таможенных услуг в электронном виде с использованием различных информационных технологий. К сожалению, по мнению ФТС, не все входящие заявки могут быть рассмотрены. Таким образом, к 2018 году количество входящих заявок составило 2127, и в результате их приняли только 1508.

Таблица 1

Объем подачи электронной документации в ФТС

Уполномоченный таможенный орган	Количество входящих заявлений	Количество принятых решений
ЦТУ	1064	764
СЗТУ	439	328
ЮТУ	169	168
ПТУ	196	143
УТУ	50	29
СТУ	67	41
ДВТУ	45	15
ЦЭТ	48	20
Итого	2127	1508

Развитие системы электронного декларирования и дальнейшее развитие технологии дистанционного запуска сведут к минимуму человеческий фактор. У мужчин возникает проблема, которая возникает в связи с построением информационного пространства в системе электронных деклараций и удаленного выпуска, некоторые трейдеры отмечают систему управления рисками, к которой Федеральная таможенная служба России готова дистанционно

Автоматический выпуск товаров в регионе ФТС 2018 года показал хорошие результаты (рис. 1). Если в 2016 году в этом штате было выпущено только 29 000 таможенных деклараций, то в 2017 году их число составит от 3 до 84 000, а в 2018 году рекорд увеличил показатель в четыре раза до 323 000 таможенных. 47% таможенных деклараций были выпущены автоматически в соответствии с процедурой экспорта, а 27% были выпущены в соответствии с процедурой импорта со средним временем выпуска не более 5 минут [2].

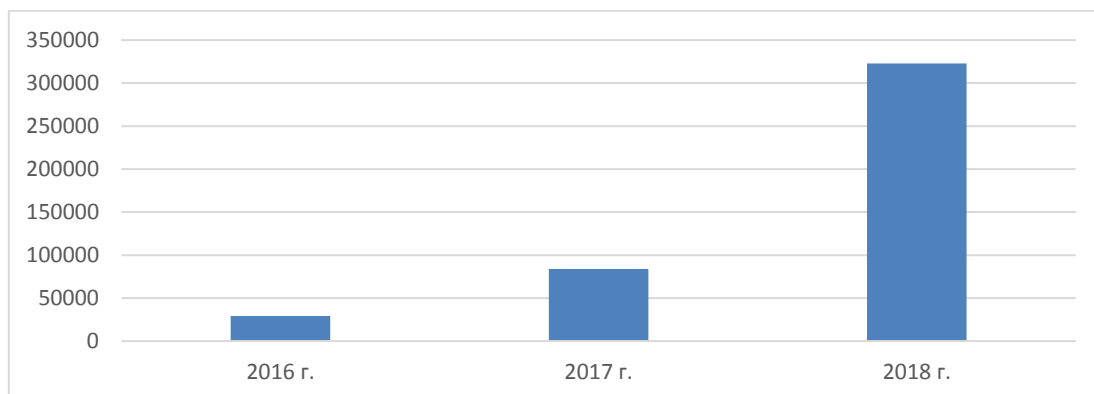


Рис. 1. Количество выпущенных ДТ в электронной форме

Использование информационных таможенных технологий играет важную роль в стратегии развития российской таможенной службы до 2020 года. В связи с этим будет актуально предоставление государственных таможенных услуг в электронном виде.

На данный момент таможенные органы могут принимать предварительное решение в электронном виде. Для этого таможенным органам потребовались большие суммы расходов, а также время на подготовку всего необходимого оборудования.

В то время сотрудники были обучены использованию новых программных средств.

Чтобы убедиться, что эта услуга не отличается от письменного представления, а, наоборот, процедура проходит быстрее, требуется участие большого количества сотрудников. Самое главное при использовании этого сервиса в электронном виде это еще и контроль.

Каждый участник внешней торговли должен знать, что, несмотря на удаленное получение услуги, все условия должны быть выполнены. Только в этом случае может быть допущен участник внешней торговли.

Следует иметь в виду, что когда дело доходит до проверки классификации товаров в соответствии с Таможенным кодексом ЕАЭС, невозможно полностью автоматизировать процедуру контроля, но благодаря такой автоматизации и переходу к предоставлению услуг в электронной форме, которые уже существуют, таможенные органы будут двигаться в направлении стратегического совершенствования таможенного администрирования, а именно сокращения сроков проведения таможенных операций, форм и методов таможенного контроля, в том числе внедрения технологий автоматического выпуска товаров.

Каждый участник внешнеэкономической деятельности имеет свой пароль и логин для входа в личный кабинет, где каждый может выполнить любую операцию и получить услугу [3, с. 506].

Каждый личный кабинет защищен, и есть также электронный архив, который позволяет вам использовать документы для электронного декларирования.

Количество пользователей лицевых счетов в 2019 году достигло 200 192 участников. Благодаря предоставлению услуг в электронной форме участники внешней торговли проводят меньше времени на дежурстве, что позволяет им выполнять другие функции более эффективно и с меньшими затратами времени.

Участники внешней торговли обычно используют электронную декларацию. Например, в 2018 году доля электронных таможенных деклараций составила 99,9% (рис. 2).

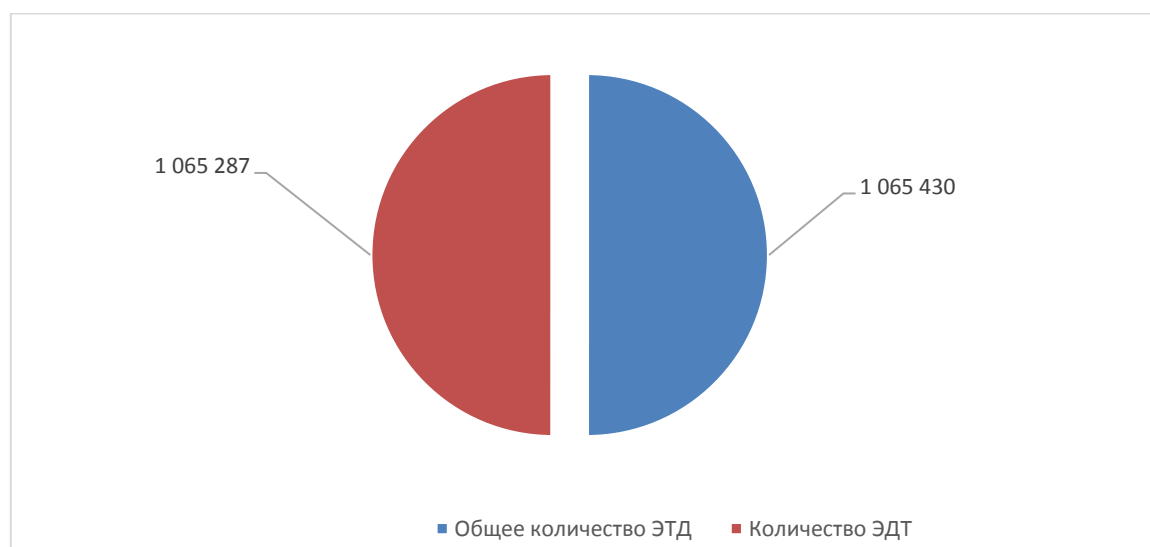


Рис. 2. Количество электронных деклараций

Это означает, что электронные услуги подходят как для участников внешней торговли, так и для таможенных органов. Путем мониторинга электронных служб таможенных органов обеспечивается безопасность торговли в этой стране. Обработка документов в электронном виде позволяет увеличить объем работы таможенных органов.

Стабильность системы обмена информацией в соответствии с условиями электронного декларирования можно определить, как способность системы обеспечивать определенный уровень защиты конфиденциальной информации в случае случайного или случайного распространения (искажения) [4, с.94].

В то же время информационная безопасность в системе обмена информацией может рассматриваться как часть финансовой безопасности, поскольку рассматриваемые информационные потоки затрагивают финансовые интересы не только для внешнеторговых единиц, но и для государства в целом, особенно с учетом финансовой и бюджетной стабильности экономической системы страны.

Для обеспечения финансовой безопасности необходимо решить задачу многоэтапной оптимизации информационной безопасности на протяжении всего жизненного цикла системы QED (на всех этапах разработки, тестирования и эксплуатации), позволяющей наиболее эффективно использовать эту систему для расширения международных внешнеэкономических связей. Непрерывная разработка средств и методов разрушительного информационного воздействия требует последовательной разработки методов и систем обеспечения информационной стабильности Федеральной таможенной службы России.

Таможенный орган должен проверить получение электронных заявок для КПС «Тарифы – предварительные решения. Если выяснится, что какие-то из сообщений не поступают из КПС «Электронные госуслуги-2» в «Тарифы – Предварительные решения», необходимо проверить работают ли сервисные процессы. Если необходимые службы не могут быть запущены, вы должны уведомить об этом Отдел управления номенклатурой продуктов, который отвечает за принятие предварительных классификационных решений. невозможно полностью автоматизировать процедуру контроля, но благодаря такой автоматизации и переходу.

В случае предоставления услуг в электронной форме, которая уже существует, можно будет двигаться в направлении стратегического направления совершенствования таможенного администрирования, а именно сокращения времени на проведение таможенных операций, форм и методов таможенного контроля, включая внедрение технологии автоматического выпуска товаров. Обязанностью таможенных органов является обязательный контроль качества таможенной службы, который может снизить репутацию государства по уменьшению объемов поступления таможенных платежей в федеральный бюджет и повысить риск контрабанды и опасных грузов в стране. Таким образом, предоставление таможенных услуг в электронной форме является важной предпосылкой развития их качества, а эффективное функционирование таможенных органов является важным критерием развития таможенной службы и обеспечения финансовой безопасности страны в целом. Предлагаемые направления по повышению эффективности предоставления государственных таможенных услуг позволят оптимизировать деятельность таможенных органов, а также повысить потребительскую ценность для внешнеторгового сектора экономики, как для его субъектов, так и для государства. Государственные службы очень похожи, но у них много нюансов, которые делают их очень разными. Для предоставления услуг в электронной форме самым главным является контроль за их исполнением. А переход к электронному предоставлению государственных таможенных услуг сократит время, сократит объем бумажной работы, упростит всю систему предоставления услуг и сделает всю систему предоставления услуг открытой, что, в свою очередь, окажет положительное влияние на эффективность поддержания экономики страны безопасность.

Ссылки на источники

1. Беляшова, О.Ю. Таможенные процедуры: учеб. пособие/ О.Ю. Беляшова. – М.: Приор-издат, 2016. – 272 с.
2. ФТС России. Официальный сайт / <http://customs.ru/>
3. Практическое применение информационных технологий в производственной деятельности. Сидоренкова И. В., Борисова В. Л., Сазонова Е. А. В Сборник: Вызовы цифровой экономики: итоги и новые тренды. Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 505-509
4. Ворона А. А., Сальников К. А. Совершенствование взаимодействия таможенных органов и бизнес структур при электронном декларировании товаров // Молодой ученый. 2019. № 38. С 93-97

Очередько Александра Александровна,
 4 курс, Менеджмент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
 Научный руководитель: **Лёшина Мария Александровна**
 к. э. н., доцент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
ocheredcko.al@yandex.ru

РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся реинжиниринга бизнес-процессов. Рассмотрены пути реконструирования отдельных бизнес-процессов на примере конкретного предприятия. Рассмотрена технология реинжиниринга, которая дает возможность исследовать деятельность компании в программно-алгоритмической сущности, выделяя отдельные бизнес-процессы в командные процедуры и функции, то есть деятельность компании представлена в виде проекта, в котором есть «вход» и «выход».

Ключевые слова: бизнес-процесс, реинжиниринг, особенности реинжиниринга-бизнес-процессов, методы реинжиниринга бизнес-процессов.

Ocheredko A.A.
 4nd year, Management.
 Scientific adviser: Liochina M.A.,
 candidate of economics, associate professor Chair of management and customs services
 Smolensk branch of G.V. Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
ocheredcko.al@yandex.ru

REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES AS A WAY TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF AN ENTERPRISE

Abstract. The article deals with issues related to business process reengineering. The ways of reconstructing individual business processes on the example of a specific enterprise are considered. We consider the technology of reengineering, which makes it possible to explore the company's activities in the software-algorithmic entity, highlighting individual business processes in team procedures and functions, that is, the company's activities are presented in the form of a project that has an «input» and «output».

Keywords: business process, reengineering, features of reengineering-business processes, methods of reengineering business processes.

Реинжиниринг бизнес-процессов – представляет собой метод, благодаря которому происходит реконструирование имеющегося бизнеса, в частности бизнес-процессов, путем применения новых технических достижений с целью достижения большей прибыли, путем улучшения качества и удовлетворения потребностей потребителя.

Объектом реинжиниринга является не организация в целом, а отдельные бизнес-процессы, компания осуществляет реинжиниринг не своих отделов продаж или производства, а работу, которую выполняет персонал в этих подразделениях.

Задача реинжиниринга заключается в том, чтобы освоить новшества для обеспечения конкурентоспособности продукции и выживаемости предприятия, и внедрить их путем преобразования, улучшения существующих бизнес-процессов компании.

Существует множество различных методологий, которые облегчают работу инженерам и работникам организации. В настоящее время в России и за рубежом применяется реинжиниринг бизнес-процессов для того, чтобы повысить производительность и выявить недостатки функционирования компании.

Актуальность статьи заключается в том, что любая успешная компания осуществляет свою работу путем комплекса последовательных мероприятий, которые направлены на достижение ее целей, от того насколько хорошо функционируют бизнес-процессы компании зависит ее уровень и качество товаров (услуг). Сейчас особое внимание уделяется как анализу бизнес-процессов в целом, так и отдельным проблемным участкам. Исследование и улучшение бизнес-процессов дают возможность:

- оценить приемлемость выполнения процессов,
- выделить лишние операции,
- определить распределение ответственности в рамках выполнения процесса.

Технология инжиниринга дает возможность исследовать деятельность компании в программно-алгоритмической сущности, процессе выделяя отдельные бизнес-процессы в командные процедуры и функции, то есть деятельность компании представлена в виде проекта, в котором есть «вход» и «выход».

Объектом исследования нами было выбрано ООО «Эггер древпродукт Гагарин».

Предметом исследования выступили бизнес-процессы компании.

Нами был рассмотрен один из бизнес-процессов указанного предприятия и предложены пути его реинжиниринга.

ООО «ЭГГЕР древпродукт Гагарин» представляет собой крупное предприятие, которое включает в себя как офисы, так и производственные отделы. Перед каждым подразделением стоят определенные задачи, которые направлены на достижение главной цели. Для того, чтобы понять, как функционируют отделы были смоделированы бизнес-процессы.

В отделе продаж напольных покрытий основной задачей является осуществление заказа клиента процесс, которой изображен на рисунке 1.

Таким образом, клиент высылает заказ на определенные товары, менеджер по продажам оформляет его в программе SAP, проверяет наличие товаров на складе и отправляет подтверждение клиенту. После подтверждения заказа, создается поставка и транспортировка, на основе данных выводится документ, который отправляется на склад, где формируется и отгружается в машины.

Также, нами был исследован бизнес-процесс производства, который изображен на рисунке 2.

Таким образом, производство может осуществляться на основе прогноза (когда собирается информация по материалам, которые были отгружены ранее, то есть проверяется насколько часто их заказывают, исходя из чего принимается решение увеличить, уменьшить и снять с производства данный товар) и на основе заказа, когда нужный товар производится по факту, для конкретного покупателя.

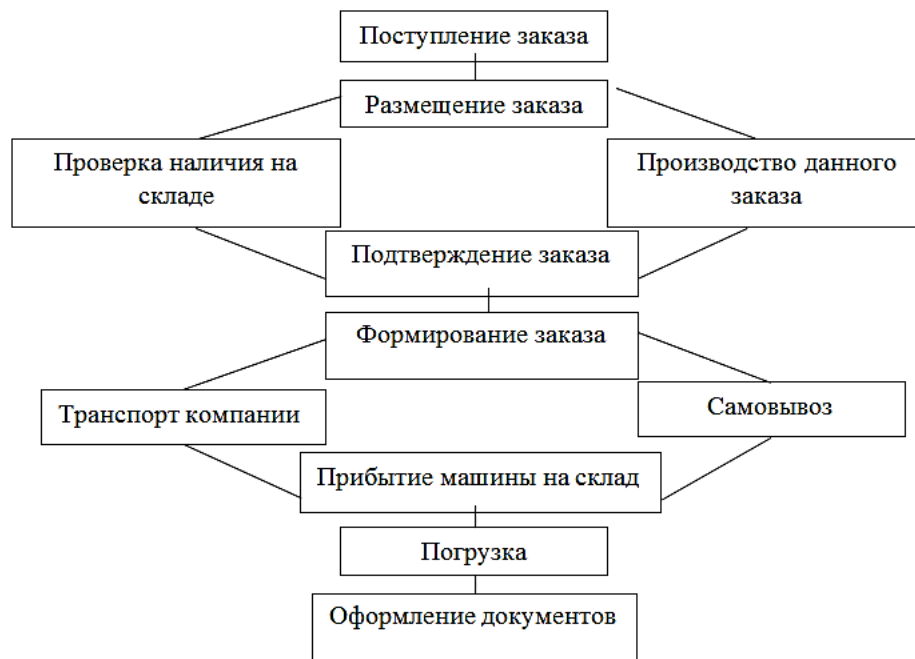


Рис. 1. Бизнес-процесс «Оформление заказа клиента»

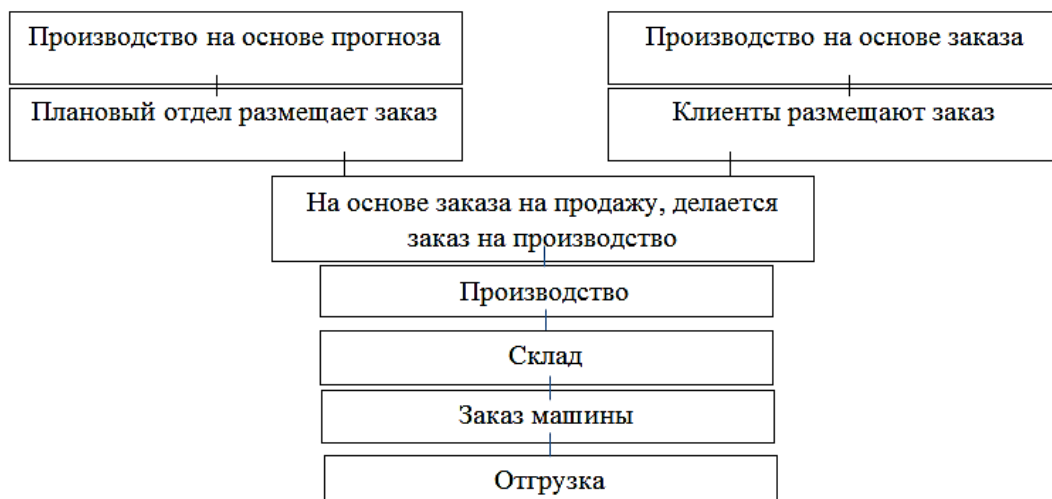


Рис. 2. Бизнес-процесс «Производство на основе прогноза, заказа»

Несмотря на то, что компания успешно развивается, необходим реинжиниринг существующих бизнес-процессов для того чтобы организация повысила уровень конкурентоспособности, а ее продукция оправдывала постоянно изменяющиеся предпочтения потребителей.

Компания осуществляет свою деятельность на основе работы SAP системы, основной задачей которой является оптимизация процесса сбыта. В качестве основных задач специалисты компании выделили: улучшение процесса взаимодействия с клиентами при реализации готовой продукции, сокращение складских запасов, повышения уровня оперативности учета.

Нами была проведена оптимизация бизнес-процессов, которая сократила время клиентов на заполнение и согласование документов. Так как, информационные технологии постоянно развиваются, то компании необходимо развиваться вместе с ним.

ИТ-системы на современном предприятии глубоко проникают в бизнес-процессы. Также и используемые в компании ЭГЕР системы помогают там, где человек уже не способен охватить все. Они систематизируют данные и обеспечивают возможность действовать, опираясь на конкретные цифры.

Система SAP ERP является настоящим объединителем бизнес-процессов. С помощью системы планирования ресурсов осуществляется управление, процессной моделью предприятия, начиная с закупок и планирования производства до продаж готовой продукции клиенту. Она выступает в качестве опоры для работы 5 400 пользователей и тем самым служит основой для учета основных сфер деятельности компании ЭГГЕР [6].

Система ERP позволяет работать всем заводам централизованно в одной базе. Данные, введенные один раз, доступны для работы всех подразделений. Таким образом, информация всегда поддерживается в актуальном состоянии и не требует многократного ввода.

Выделяют следующие функциональные блоки системы ERP [7]:

- управление основными данными (напр., основные записи материалов),
- бухгалтерия (например, бухгалтерский учет),
- закупки (например, закупки древесины),
- производство (например, учет производственных заказов),
- материально-техническое снабжение (например, организация инвентаризации),
- СТПП: (например, учет сообщений о неисправностях и нарядах),
- сбыт: (например, формирование цены и организация транспортировки).

У каждого клиента есть свои индивидуальные требования, которые компания постоянно стремимся удовлетворить наилучшим образом. Система управления взаимоотношениями с клиентами является ключом к учету интересов и контактных данных клиентов. С 2002 года в ней наряду с требованиями, покупающих клиентов, таких как представители промышленного производства мебели, также систематизируются сведения о потенциальных клиентах, таких как мелкие мебельные предприятия или дизайнеры интерьеров. В сумме это около 350 000 пакетов данных с большим количеством подробной информации. В настоящее время система CRM обеспечивает необходимой информацией около 1 400 сотрудников (отделов внутренних и внешних продаж, маркетинга и т. п.) и дает им опору в повседневной деятельности.

Данные в системе CRM подразделяются на группы [7,8,9,10]:

- данные наших контактных лиц (напр. адреса, номера телефонов),
- критерии маркетинга: количество сотрудников, заинтересованность в наших брошюрах,
- отчеты о посещении клиентов, заказы образцов
- количество баллов по бонусной программе Profiprogramm компании ООО «ЭГГЕР древпродукт Гагарин»,
- планирование и проведение кампаний и маркетинговых мероприятий [8,9,10].

Собранные в системе SAP данные приносят пользу лишь тогда, когда из них делаются правильные выводы. Хранилище бизнес-информации – это ключ к расчету показателей для отчетов и анализа, а также получаемых в итоге данных для планирования. Основу для аналитических отчетов образуют, например, консолидированные данные из систем ERP и CRM. Они отображаются на клиентской стороне пользовательского интерфейса, которая еще называется фронтендом. Система BW внедрена в работу компании с 2000 года и ей пользуются примерно 2 000 сотрудников. Это позволяет компании проводить анализ, выходящий за рамки одной системы. Некоторые запросы данных осуществляются на актуальную дату, другие служат для долгосрочного планирования и используют данные также из архивов исходных систем, чтобы отслеживать изменения.

Выделяют следующие интерфейсы на основе системы BW [7]:

- отображение отчетов руководства и по заводам из системы отчетности компании ЭГГЕР (ERS),

- запросы данных из функциональных блоков с помощью надстройки в Excel по анализу бизнес-объектов,
- запросы, необходимые для планирования, для отслеживания изменений рынка сырья и сбыта из системы планирования ЭГГЕР (EPS).

Чтобы обеспечивать поддержку указанных выше систем, которые со временем становятся все сложнее. Появляются все новые возможности более глубокой интеграции. При этом пользователь находится в центре внимания. Системы должны быть удобными для пользователей и отражать именно то, что требуется специализированным подразделениям. Чтобы их оптимизировать, необходимо не только хорошо знать системный ландшафт, но и понимать процессы, которые выполняют конечные пользователи. Их потребности транслируются в возможности информационных технологий. В настоящее время большое количество запросов касаются обеспечения мобильности, например, работа службы технической поддержки производства на многих заводах сейчас ведется в смартфонах.

SAP проводит в настоящее время кардинальную смену технологий по всем продуктам. Основой для этого является разработанная компанией SAP база данных HANA. Так называемая резидентная база данных (база данных в оперативной памяти) является главным условием для дальнейших разработок SAP. Преимущество базы данных HANA заключается в том, что будущие программы SAP адаптированы под нее, и она обеспечивает улучшение их производительности. Также, существуют плюсы технологий обработки в оперативной памяти.

SAP S/4HANO – система, которая основана на двух подходах: транзакционный и аналитический, то есть на OLAP- и OLTP-технологии, что увеличило скорость доставки отчетности в 1,8 тысяч раз, также хранение всех данных в одном универсальном хранилище, которое обновляется «здесь и сейчас». SAP S/4HANO отличается наличием технологии In-Memory, которая основывается на размещении всех данных и операций в оперативной памяти на уровне системы управления базами данных (СУБД/DBMS) [7].

Основные изменения СУБД заключаются в использовании поколоночном хранении данных, сокращение количества таблиц, хранение финансовых данных и управленческого учета осуществляется в единой таблице, которая содержит всю необходимую информацию. Для отдела логистики в ERP-системе можно создавать всю необходимую отчетность. Также важным преимуществом является то, что платформа HANA дает возможность уменьшения ресурсов для хранения данных в 10 раз. Экономия заключается в том, что нет необходимости в приобретении различных модулей системы, платить отдельно за лицензирование, внедрять и осуществлять контроль за его выполнением.

Кардинальным отличием SAP S/4HANO является уникальный, интуитивно понятный интерфейс Fiori, который доступен абсолютно на любых устройствах, включая смартфоны и планшеты, также предусматривает реализации факт-листов для разных должностей и участков, работа осуществляется не только на основе данных, но и показателей KPI, это не просто интерфейс, это монитор, дает возможность неструктурированного поиска документов. Расширение аналитики в новом интерфейсе, добавление различных аналитических резервов. Такая система позволяет собирать данные о PLN по подразделениям не в конце периода, а в режиме онлайн. Внедрение нового учета основных средств дает возможность сотруднику осуществлять работу с наличием основных средств, за которые он несет личную ответственность, видеть амортизацию в разрезе каждого основного средства [6].

Раньше функциональность осуществлялась отдельно и требовала интеграции с ERP, теперь, например, для финансового отдела было найдено решение, которое включает в себя глобальные изменения в ключевых областях финансового учета, в

том числе бухгалтерского и управленческого с обновленной функциональностью SAP Cash Management.

Таким образом, SAP S/4HANA – это система, которая даст возможность построить идеальное предприятие с идеальной системой управления. Платформа, которую предлагает система, позволяет своевременно анализировать данные на основе актуальных показателей, что дает возможность избежать любых расхождений и отклонений в показателях.

Переход будет осуществляться в два этапа. Сначала будет проведена чистую смена базы данных на HANA. Изначально прикладные программы будут выглядеть так же, как и раньше. Кардинально изменится лишь техника. Для миграции систем в настоящее время также приобретаются серверное и сетевое оборудование, хранилища новейшего поколения. Необходимые программные корректировки и интеграция уже стартовали. С 2022 года в рамках реализации второго этапа будет запускаться последующие версии продуктов SAP (S / 4, C / 4 и B / 4), а затем будут добавлены новые функциональные возможности и интерфейсы.

На данный момент, ООО «ЭГГЕР древпродукт Гагарин» осуществляет свою деятельность на высоком уровне и занимает устойчивые позиции на конкурентном рынке. Но, несмотря на это, в перспективах у компании запланированы такие изменения как внедрение в производство новую линию «Фубо 13», которая будет заниматься производством напольных покрытий, что даст возможность расширить спектр предоставляемой продукции, увеличить объем продукции, тем самым привлекая больше клиентов.

Таким образом, на основе анализа бизнес-процессов компании, нами был предложен реинжиниринг SAP системы компании, в частности переход на SAP HANA, такие улучшения помогут перейти компании на более совершенный уровень работы с клиентом и информацией.

Ссылки на источники

1. Лапина Т.И., Молоткова Н.В., Хазанова Д.Л. Проектирование и реинжиниринг бизнес-процессов в коммерции и бизнес-информатике, 2015 – 173 с.
2. Лешина, М.А. К вопросу актуальности стимулирования преподавателей российской высшей школы // Управление персоналом.- 2008. – № 21. – С. 50-52.
3. Ойхман Е.Г., Попов Э.В., Реинжиниринг бизнеса // М.: Финансы и статистика. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2015. – 336с.
4. Попов Э.В., Васильевский А.С. От реформирования предприятия к реинжинирингу их бизнес-процессов. В кн.: «Реинжиниринг бизнес-процессов предприятий на основе современных информационных технологий». Сб. научных трудов 3-й Российской научно-практической конференции. – М.: МЭСИ, 2015 – с. 8 – 19
5. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. – СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 2016-332с.
6. EGGER.com [Электронный ресурс]. – Электронный доступ: https://www.egger.com/shop/ru_RU/
7. Lenta.ru – Бизнес архитектор. SAP S/4HANA – ERP-система нового поколения. – 2016. [Электронный ресурс]. – Электронный доступ: <https://lenta.ru/articles/2016/12/14/hana/> от 21.10.2019
8. Новикова Н.Е. Современные маркетинговые технологии в продвижение товара на рынке. // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации: материалы IV Международной научно-практической конференции. 2014. С. 55-63.
9. Мельников В.А. Риск-менеджмент – инструмент эффективного управления государственными органами. // Менеджмент, маркетинг, логистика XXI века: проблемы, вызовы, перспективы материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 217-221.

10. Новикова Н.Е. Брендинговая политика как инновационный инструмент поддержания конкурентоспособности организации. // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия № 3. Гуманитарные и общественные науки. 2016. № 1. С. 45-50.
11. Долбнина Л.В., Морозова О.А. Процесс выбора, разработки и реализации стратегий развития организации. // Сфера услуг: инновации и качество. 2016. № 21. С. 9.
12. Долбнина Л.В., Морозова О.А. Методы оценки стратегий развития торговых организаций. // Сфера услуг: инновации и качество. 2013. № 14. С. 79-92.

Полякова Наталья Алексеевна,
5 курс, Таможенное дело, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
Научный руководитель: **Афанасьева Надежда Александровна**
старший преподаватель, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова,
Смоленск
gomelko.tanya@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТАМОЖЕННОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РФ

Аннотация. Современное развитие экономики приводит к разработке и внедрению новых инновационных методов, применяемых при функционировании таможенных органов. В первую очередь к данным методам можно отнести применение цифровой экономики, которая увеличивает эффективность при взаимодействии всех участников внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: таможенная политика РФ, конечный результат, государственное регулирование, цифровые технологии, электронное декларирование, таможенный пост, таможенные отчисления и сборы.

Polyakova N.A.
5th year, customs service, Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of
Economics, Smolensk
Scientific adviser: Afanasyeva N.A. senior lecturer customs service, Smolensk
Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
gomelko.tanya@yandex.ru

FEATURES OF FORMATION OF THE CUSTOMS POLICY IN EMERGING DIGITAL ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. Modern economic development leads to the development and implementation of new innovative methods used in the functioning of customs authorities. First of all, these methods include the use of digital economy, which increases the efficiency of interaction between all participants in foreign economic activity.

Keywords: customs policy of the Russian Federation, final result, state regulation, digital technologies, electronic Declaration, customs post, customs deductions and fees.

В связи с новыми тенденциями мирового экономического развития Российская Федерация стремится формировать стратегию инновационного развития страны с учетом внедрения новых технологий во все области деятельности общества, что приводит к финансово-экономической стабильности.

Рассмотрев, теоретические и практические аспекты установлено, что одним из новых методов инновационного развития страны внедрение цифровой экономики РФ. Данный способ оказать эффективное влияние на экономическое состояние и на государственное управление и регулирование.

В тоже время, на функционирование цифровой экономики влияет определенный набор факторов, которые, с учетом внедрения в налоговую систему, зависят от уровня доходов федерального бюджета, а также бюджетов субъектов РФ, муниципальных образований. Проанализировав данные выводы о том, что их целесообразно классифицировать на:

- социально-экономические условия;
- территориальные и природные условия территории и экологическая безопасность;
- уровень эффективности использования трудовых ресурсов региона;
- уровень инновационного и инвестиционного развития;
- уровень внедрения компьютерных технологий и интернета [3].

Основными факторами, влияющими на анализируемый процесс, является различное социально-экономическое положение регионов страны, что приводит к разным количественным поступлениям доходов от предприятия. Примером, подтверждающим разницу в экономическом развитии бизнеса региона, могут служить налоговые поступления. Анализ данных поступлений показал, что в 2018 году только 11 регионов РФ обеспечивают 60% поступлений в федеральный бюджет, а 40% обеспечивают остальные регионы, которые можно охарактеризовать как экономически нестабильные субъекты РФ.

На региональном уровне, степень влияния установленных факторов приводит к снижению и расхождению показателей, непосредственно характеризующих поступление налоговых платежей к валовому региональному продукту регионов.

Особое место, в изучении данного вопроса, занимает и поступление таможенных платежей и сборов в бюджеты области и государства, а также контроль за данными поступлениями со стороны таможенных органов РФ.

Структуру поступления налоговых отчислений от предприятий всех видов деятельности представим на рисунке 1.

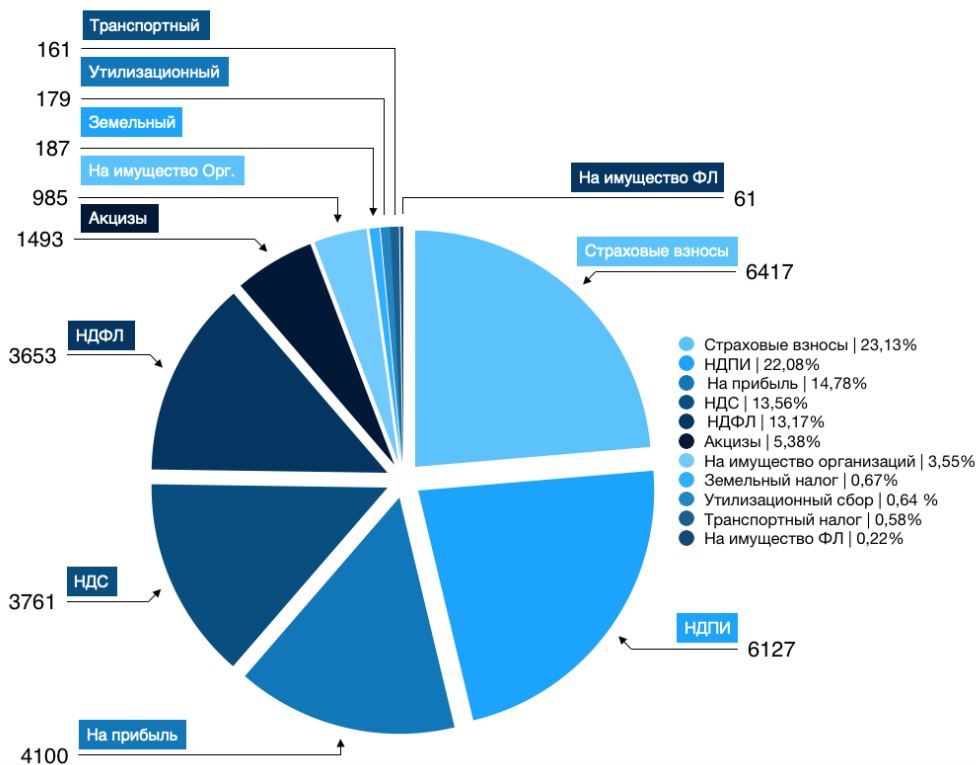


Рис. 1. Налоговые поступления в бюджет РФ

В этой связи, одним из направлений выполнения таможенными органами РФ контроля за перемещением грузов через таможенную границу и оплаты таможенных платежей и сборов может стать применение цифровых технологий [3].

Данный факт подтвержден данными о применении цифровых технологий российскими таможенными органами во внешнеэкономической деятельности. Так, например, при таможенном декларировании товара и транспортных средств. Для этого, в Смоленской таможне, создан в 2009 года Стабнинский таможенный пост.

Так, если в 2017 году постом было оформлено 49,3 тысячи деклараций на товары (ДТ) и перечислено в государственную казну 29,2 млрд рублей, то в 2018 году оформлено более 57,3 тыс. ДТ, перечислено свыше 30,2 млрд рублей таможенных платежей, что составляет почти 30% перечислений всей таможни. В среднем каждое должностное лицо поста в 2018 году обеспечило поступление в бюджет страны более 300 млн рублей. В 2019 году данный показатель имел тенденцию к увеличению на 1,75%.

В 2017 году, в рамках проводимого эксперимента постом проведено оформление более 15 000 товарных партий, декларирование проводило более 200 участников ВЭД [4].

В 2019-м в Смоленской таможне осуществили таможенное декларирование 5079 участников внешнеэкономической деятельности (по сравнению с 2018-м – рост на 3%). При этом 91% участников ВЭД ввозил товары.

По всем процедурам перемещения товаров оформлено более 205 тысяч деклараций, в том числе 27,1 тыс. на экспорт (на 1,8% больше, чем в 2018-м).

В 2019-м автоматически зарегистрировано более 102 тыс. деклараций, в том числе 23,5 тысяч – на экспортируемые товары и более 79,2 тысяч – на импортируемые, что составило 86% и 44,7% от их общего числа. При этом рост числа деклараций, зарегистрированных без участия инспектора, по сравнению с 201-м составил по экспорту – 42%, а по импорту – 33%.

Анализ деятельности таможенных органов РФ в области внедрения цифровых технологий показал, что в 2020 году пройдет заключительный этап инновационного проекта, созданного Федеральной таможенной службой единой сети электронных таможен и центров электронного декларирования. На сегодняшний момент создано 12 из 16 запланированных центров, что приведет в дальнейшем к формированию электронной площадки в Центральном регионе. При этом, по данному проекту Смоленская таможня приобретает статус таможни фактического контроля.

Проанализировав осуществляемый таможенными органами проект, можно сделать вывод о том, что основная его цель заключается в разделении всей таможни и таможенных постов на две категории:

- электронные таможни и центры электронного декларирования;
- таможни и таможенные посты фактического контроля.

При этом, в структуре электронных таможен не будет таможенных постов, которые занимаются контролем деятельности складов временного хранения, помещением товаров под процедуру таможенного транзита, осмотрами и досмотрами товаров, в состав которых войдут центры электронного декларирования.

По оценкам российских экспертов к 2045 году к Интернету будет подключено более 100 миллиардов устройств. Это будут мобильные и переносные устройства и другие технологии. Данные устройства будут способствовать ускорению передачи таможенной информации [3]. Схематично представим подключение устройств на рисунке 2.

Устройства, подключенные к Интернету, способствуют в таможенных структурах, автоматизируют многие задачи мониторинга, управления и ремонта, которые в настоящее время требуют человеческого труда.

Рассмотрев возможности цифровых технологий РФ было установлено, что она предлагает широкие возможности для развития системы государственного управления в области таможенной политики как в целом страны, так и отдельных регионов. Это связано с тем, что пересечение IoT, аналитики и искусственного интеллекта создаст глобальную сеть умных машин, которые проводят огромное количество критически важных операций таможенной политики без участия человека.

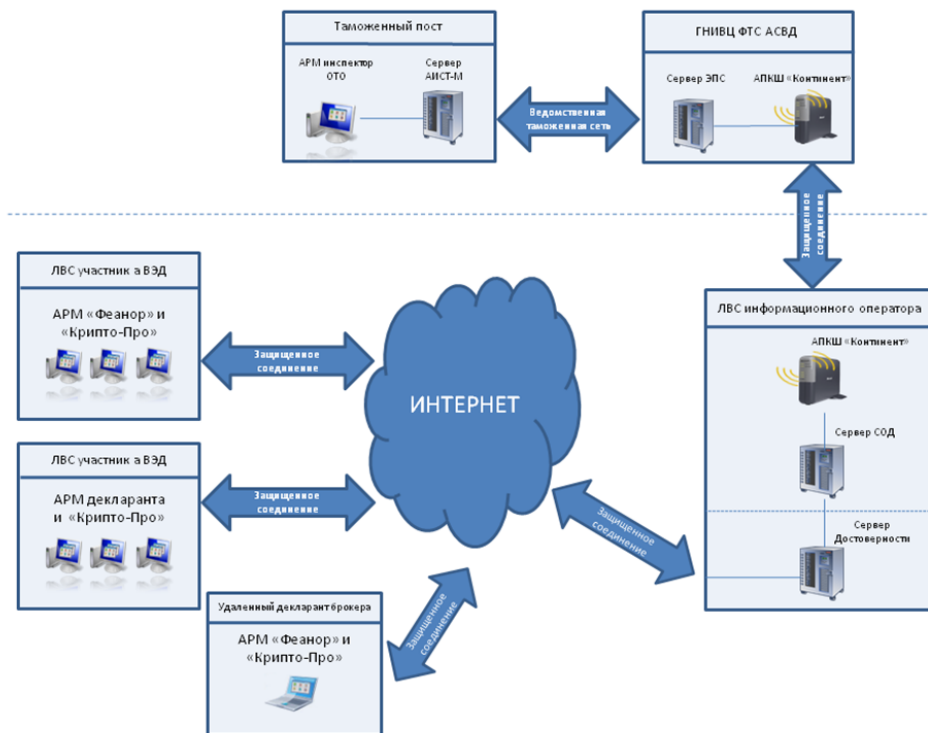


Рис. 2. Устройства, подключаемые к Интернету в таможенных структурах

Развитие IT технологий и программного обеспечения с последующим внедрением в повседневную работу государственных служащих – также является эффективным фактором совершенствования механизма государственного управления. Например, на основе данных элементов формируется система эффективного и прогрессивного управления. Основная ошибка применения данного метода заключается в обособленном внедрении любого из элементов на практике, при отсутствии других (установка нового программного обеспечения, например, КСЭДа (корпоративной системы электронного документооборота) для оперативной обработки большого количества бумажной документации, однако при старой, неэффективной организационной структуре государственного органа). Такой подход противоречит основополагающему принципу функционирования данной системы – ее комплексности, т.к. данные направления должны развиваться равномерно и не могут рассматриваться обособленно. Такой подход называется принципом триединности и принципом первого руководителя. Реализация данного подхода должна осуществляться в виде организационного проекта, формирующего динамичную, адаптивную систему регионального и муниципального управления.

В настоящее время разработанные технологии позволяют создать среду высокотехнологичной цифровой платформы, которая позволит выработать принципы государственного управления и обеспечит минимизацию человеческого фактора. Данные аспекты будут содействовать снижению уровня коррупции, оттока денежных потоков, а также ошибок при автоматизации сбора статистических, налоговых, а также других видов отчетности [5,6,7].

Резюмируя вышесказанное можно сделать вывод о том, что в результате реализации представленных направлений повысится эффективность проводимой таможенной политики страны посредством:

- создания «безлюдной» схемы взаимодействия, что приведет к минимизации человеческого фактора в административной системе;
- снижения уровня коррупционной составляющей;
- оптимизации эффективности за счёт использования интеллектуальных агентов, работающих по принципу «умных контрактов» с индивидуальным расчетом таможенных платежей и сборов.

В тоже время, основная роль на внедрение и регулирование цифровой экономики ложится на государство, которое, в этой связи, должно создать благоприятные и устойчивые условия, которые способны повысить конкурентоспособность цифровой среды, способной привлечь зарубежных предпринимателей в российскую цифровую экономику.

Ссылки на источники

1. Информационно-правовой портал «Гарант.ру» – [Электронный ресурс]. URL:<http://www.garant.ru> (дата обращения 7.03.2020)
2. Справочно-информационная система «КонсультантПлюс» – [Электронный ресурс]. URL:www.consult.ru (дата обращения 7.03.2020)
3. 3.ЭБС «Айбукс.ру» – [Электронный ресурс]. URL:www.ibooks.ru (дата обращения 7.03.2020)
4. Федеральная таможенная служба Российской Федерации – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.customs.ru> (дата обращения 7.03.2020)
5. Мельников В.А., Соколова М.Г., Морозова О.А. Мероприятия Смоленской таможни по обеспечению мер экономической безопасности. // Актуальные проблемы взаимосвязи регионального развития и экономической безопасности: материалы II Международной научно-практической конференции. 2018. С. 50-56.
6. Афанасьева Н.А., Легошина Н.Д. Обеспечение устойчивого развития приграничных городов на примере Смоленской области в условиях экономических санкций. / Редколлегия: Ю.Ф. Азаров, Н.Г. Дупленко (отв. ред.) [и др.]. // Анализ состояния и тенденции развития приморских регионов России Казань, 2017. С. 8-11.
7. Афанасьева Н.А., Лучкин А.Г. Роль таможенных органов в защите экономических интересов страны. // Современный взгляд на науку и образование: сборник научных статей. – Москва, 2020. – С. 177-180.

Ремешевская Любовь Петровна

3 курс, Таможенное дело, СФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск

Научный руководитель: Лучкин Андрей Геннадьевич,

к. с.-х. н., доцент, заведующий кафедрой менеджмента и таможенного дела

Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск

rembrat_11@mail.ru

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ

Аннотация. Данная работа посвящена описанию новых методов подтверждения подлинности товаров и способов выявления фальсификации, контрафакции и происхождения товаров, перемещаемых через таможенную границу государств-членов ЕАЭС.

Ключевые слова: контрафактные товары, фальсифицированная продукция, товарный знак.

Remeshevskaya L. P.
3th year, customs service,
Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
Scientific adviser: *Lyuchkin A.G.*,
Candidate of agriculture, associate professor
Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
rembrat_11@mail.ru

FALSIFICATION OF GOODS: PROBLEMS AND WAYS TO PREVENT IT

Abstract. *This work is devoted to the description of the new methods of confirming the authenticity of goods and methods of detecting falsification, counterfeiting and origin of goods transported across the customs border of the EAEU member states.*

Keywords: *counterfeit goods, falsified products, trademark.*

Евразийский экономический союз является содружественным объединением стран, основной целью которого является обеспечение экономических интересов, входящих в него государств, связанных партнерскими отношениями, в том числе и в области таможенного контроля.

Продовольственная безопасность каждого государства является одной из важнейших сторон формирования национальной безопасности страны. Под ней понимают обеспечение населения любой страны мира физическим и экономическим доступом к безопасным, сбалансированным в качественном и количественном составе продуктам питания, которые нужны здоровому человеку для полноценной жизни.

В Доктрине продовольственной безопасности России как одной из стран, входящей в Евразийский экономический союз указано, что она относится к важнейшим механизмам обеспечения безопасности России. Является одной из основ формирования независимого государства, ведущим направлением социально-демографического регулирования. Это важный принцип осуществления первоначального национального направления – улучшения показателей качества жизни россиян за счет гарантии высокого уровня жизни [7].

В осуществлении продовольственной безопасности стран-партнеров ЕАЭС огромная роль отводится полноценному функционированию таможенных органов, которые ведут работу по идентификации товаров и выявлению фальсифицированной продукции.

Идентификация представляет собой комплекс мероприятий, которые применяются органами таможенного контроля, направленные на установление соответствия товаров, а также транспортных средств, помещаемых под выбранную таможенную процедуру.

Средства идентификации могут уничтожаться или изменяться, в том числе заменяться. Данный процесс могут исполнять только таможенные органы или с их разрешения. Таможенный орган должен быть незамедлительно оповещён об изменении, удалении, повреждении или об уничтожении средств идентификации и должны быть представлены доказательства существования указанной угрозы. В этом случае таможенным органом составляется акт по форме, утверждённой ФТС России.

Фальсификация – это действие, которое направлено на обман потребителя с помощью подделки объекта купли-продажи с корыстной целью.

В современных экономических условиях фальсификации может подвергаться как упаковка и маркировка различных товаров, так и товарно-сопроводительная документация (накладные и сертификаты).

В настоящий момент в условиях геополитической нестабильности в мире, а

также в связи с введенными санкциями российская экономика функционирует в условиях экономического кризиса, при котором страдает потребительский рынок страны.

Эти негативные изменения в экономике страны сопровождаются уменьшением ассортимента товаров и услуг, а также снижением их качественных характеристик. Желание покупателей сэкономить на покупках более дешевых товаров может сопровождаться приобретением фальсифицированной продукции более низкого качества.

Таможенная экспертиза позволяет предотвратить поступления фальсифицированных продуктов на отечественный рынок. В соответствии с ТК ЕАЭС таможенной экспертизой являются исследования и испытания, проведение которых возложено на таможенных экспертов. Они должны обладать специальными и научными знаниями, чтобы эффективно решать задачи, возложенные на таможенные органы посредством таможенной экспертизы.

Главной целью таможенного контроля на территории стран, входящих в состав ЕАЭС, является осуществление обеспечения в рамках своих полномочий мер по защите национальной безопасности. Экономическая безопасность представляется основным составляющим элементом данной цели. Деятельность таможенных органов направлена на решение задач, непосредственно связанных с осуществлением единой торговой политики ЕАЭС, реализацией и обеспечением исполнения таможенного законодательства, взиманием таможенных платежей, соблюдением мер таможенно-тарифного регулирования, созданием условий для ускорения товарооборота.

Согласно данным, опубликованным Всемирной торговой организацией, средний оборот фальсифицированной продукции составляет около 500 млрд долларов в год, а по данным Организации экономического сотрудничества и развития мировой ежегодный оборот контрафактных товаров составляет 650 млрд долларов.

В России в различных секторах экономики доля контрафакта составляет от 5 до 30%.

Противодействие незаконному обороту контрафактных товаров является общемировой проблемой, так как это важно не только для добросовестных производителей, но и для бюджета страны, которая недополучает существенные поступления по налогам, акцизам и таможенным платежам [1].

Неточности в отношении терминологии, обозначающей контрафактную продукцию (контрафактные товары, фальсификат, товары, имеющие нарушения прав интеллектуальной собственности), приводят к затруднению выработки результативных способов и мер, необходимых для защиты добросовестных отечественных и иностранных участников бизнеса от безмерных поступлений на рынок контрафактных и фальсифицированных товаров [2].

Термин «контрафакт» происходит от латинского слова «*contrafactio*», что переводится как подделка. Действующее российское законодательство не дает правового определения термина «контрафакт», но содержит такое определение как «контрафактный материальный носитель».

Контрафактные и фальсифицированные товары, ввезенные на территорию Евразийского экономического союза, могут причинить ущерб как здоровью и безопасности населения, так и финансовый ущерб бизнесу и государству [3].

В связи с этим борьба с ввозом контрафактной продукции, с том числе и при нарушении прав интеллектуальной собственности, относится к одному из важнейших направлений экономической деятельности различных государств, в том числе и стран-участниц ЕАЭС [5].

В Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) Департамент развития предпринимательской деятельности курирует вопросы, связанные с объектами интеллектуальной собственности.

Комиссия вместе со странами-участницами Союза подготовила Договор о товарных знаках ЕАЭС, который начнет действовать с 2020 года. В нем содержатся:

- определение термина товарного знака ЕАЭС;

– условия и порядок подачи заявлений, в том числе и электронных, на товарные знаки ЕАЭС;

– этапы регистрации товарных знаков ЕАЭС;

– формирование единого реестра товарных знаков ЕАЭС.

Однако, единый реестр товарных знаков ЕАЭС на данный момент еще не сформирован.

В связи с необходимостью осуществления защиты и исполнения в надлежащем порядке авторских прав пятью странами разработано и подписано Соглашение о порядке управления авторскими и смежными правами на коллективной основе. Этот документ содержит следующие положения:

– произведена унификация законодательных актов стран ЕАЭС в отношении авторских и смежных прав;

– определена последовательность выплаты вознаграждений, предназначенных правообладателям за пользование авторскими правами для личных целей.

Базой формирования законодательного регулирования в области интеллектуальной собственности (ИС) является внедрение мер, необходимых для эффективной защиты прав собственников. В связи с этим Комиссией был разработан Договор о координации действий по защите прав на объекты интеллектуальной собственности.

Этот Договор определяет основные механизмы защиты различных объектов ИС при помощи:

– разработаны рекомендации по особенностям функционирования и действиям организаций, направленные на увеличение эффективности мероприятий, связанных с предупреждением, раскрытием и пресечением правонарушений относительно объектов ИС;

– выработка механизмов по противодействию правонарушениям в отношении объектов ИС, в том числе и в сети Интернет;

– совершенствование и унификация законодательной базы Союза в области защиты прав ИС;

– повышения уровня эффективности касательно пресечения потока контрафактных товаров, ввезенных на таможенную территорию ЕАЭС.

Таким образом, Договором предусмотрено урегулирование многих «белых пятен» по отношению к объектам интеллектуальной собственности.

В государствах-членах наиболее эффективно применяются административно-правовые и уголовно-правовые меры воздействия на нарушителей прав на объекты интеллектуальной собственности. Все страны-участницы ЕАЭС ведут Таможенный Реестр Объектов Интеллектуальной Собственности (ТРОИС), но в настоящее время существует значительная вероятность того, что товары, содержащиеся в данных национальных реестрах, будут ввезены на территорию одного из государств, а далее распространятся на территории остальных стран Союза [4].

Уровень эффективности национальных реестров снижается за счет существенной разницы в количестве зарегистрированных товаров на территории той или иной страны-участницы ЕАЭС. Данный факт можно наглядно увидеть на представленной ниже таблице 1.

Таблица 1

Динамика включения объектов интеллектуальной собственности в таможенные реестры стран-участниц ЕАЭС за 2015–2018 гг.

Страна-участница ЕАЭС	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Россия	3860	4295	4578	5066
Казахстан	338	769	804	832
Беларусь	271	281	299	328
Кыргызстан	180	224	262	294
Армения	238	121	138	165

Согласно данным таблицы 1 ежегодно возрастает количество внесенных объектов в ТРОИС государств-членов ЕАЭС, тем не менее, разница между количеством зарегистрированных в них товаров в странах Союза велика. Например, контрафактный товар, ввезенный из Китая, изначально может свободно попасть в Республику Казахстан, а затем и в Российскую Федерацию.

Следовательно, возрастает потребность в создании Таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности ЕАЭС, единого реестра для стран-участниц Союза. Как следствие, это будет возможностью для более надежной защиты прав ИС, поскольку будет действовать на всей территории Союза.

Организацией и ведением ТРОИС ЕАЭС занимается ЕЭК, что обозначено в ТК ЕАЭС. В Договоре о товарных знаках, который был подписан в декабре 2018 года членами Совета ЕЭК, содержится проект создания Единого Таможенного Реестра Объектов Интеллектуальной Собственности (ЕТРОИС), который будет действовать на территории ЕАЭС. Однако на 01 февраля 2019 года в данный реестр не внесено ни одного товарного знака, что говорит об отсутствии целостного механизма для включения объектов интеллектуальной собственности в ЕТРОИС.

Большим недостатком функционирования ТРОИС в России является тот факт, что изображение товарного знака содержится далеко не для каждого объекта интеллектуальной собственности, кроме того, имеются устаревшие изображения, а также плохого качества. Все это влияет на эффективность работы таможенных органов при ввозе товаров на территорию России. Однако размещение изображений всех товарных знаков хорошего качества и оптимального размера просто невозможно из-за огромного объема информации.

В связи с этим необходимо заменить графу «Наименование (описание, изображение) ОИС» на графу «Ссылка на изображение товарного знака». Данная графа будет содержать в себе ссылки на страницы с официальных сайтов правообладателей, где будет расположено изображение товарного знака.

Правообладателю в силу заинтересованности в защите и охране собственного объекта интеллектуальной собственности будет необходимо на официальном сайте своей компании создать отдельную страницу, где будет расположено изображение товарного знака. В таком случае отпадет необходимость в периодическом обновлении изображений товарного знака в базе ТРОИС.

Должностное лицо таможенной службы при ввозе товара на территорию России при его проверке на подлинность всегда будет располагать актуальным и качественным изображением товарного знака удобного для работы размера.

Эти изменения приведут к повышению качества работы таможенных органов, повысят уровень защиты и охраны объектов интеллектуальной собственности, содержащихся в ТРОИС.

ЕТРОИС, начало работы которого намечено на 2020 год, сможет внести данную информацию в свою базу, переняв опыт Российской Федерации. Поскольку наша страна имеет наибольшую массу объектов интеллектуальной собственности по сравнению со всеми странами ЕАЭС, работа единого реестра приведет к оптимизации работы таможенных органов по выявлению контрафактной продукции и сохранению прав интеллектуальной собственности.

Ссылки на источники

1. Бушина Я.В. Борьба с оборотом контрафактных товаров как задача таможенных органов Российской Федерации / Я.В. Бушина // Сборник статей VII Международной научно-практической конференции «Экономика, бизнес, инновации». – 2019. – С. 299-302.
2. Лучкин А.Г., Ельшаева В.А. Качество, безопасность и фальсификация молочной продукции в российской пищевой промышленности / А.Г. Лучкин, В.А. Ельшаева

// Инновационные технологии в промышленности – основа повышения качества, конкурентоспособности и безопасности потребительских товаров: Материалы III Международной (заочной) научно-практической конференции (31 января 2016 г), М.: Изд. «Канцлер» – 2016. – С. 215-219.

3. Лучкин А.Г., Ельшаева В.А. Качество, безопасность и фальсификация молочной продукции в российской пищевой промышленности / А.Г. Лучкин, В.А. Ельшаева // Инновационные технологии в промышленности – основа повышения качества, конкурентоспособности и безопасности потребительских товаров: Материалы III Международной (заочной) научно-практической конференции (31 января 2016 г), М.: Изд. «Канцлер» – 2016. – С. 215-219.

4. Лучкин А.Г. Продовольственная безопасность и экология России / А.Г. Лучкин // Актуальные проблемы взаимосвязи регионального развития и экономической безопасности: сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции, Смоленск: Изд-во «Остров свободы» – 2016. – С. 154-158.

5. Потехин Г.А. Современное состояние и тенденции развития агропромышленного комплекса Смоленской области / Г.А. Потехин, А.Г. Лучкин, Н.Е. Новикова, О.Л. Лукашева // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2019. – № 3 (369). – С. 13-16.

Снопков Никита Владимирович

*3 курс, Торговое дело, логистика в торговой деятельности
Смоленский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова, Смоленск*

Научный руководитель: Потехин Григорий Анатольевич

*к. с.-х. н., старший преподаватель, кафедра экономики и торгового дела,
Смоленский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова, Смоленск
grigory.potehin@yandex.ru*

ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА МОЛОКА, РЕАЛИЗУЕМОГО В Г. СМОЛЕНСКЕ, НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДУЕМЫХ ОБРАЗЦОВ

Аннотация. *Представлены результаты экспертизы качества молока различных торговых марок, реализуемого в городе Смоленске. Проведен анализ маркировки образцов, использованы органолептическая оценка и химические методы экспертизы качества на содержание посторонних примесей. Установлено, что все исследуемые образцы соответствуют показателям качества и требованиям нормативно-технической документации.*

Ключевые слова: *молоко, фальсификация, идентификация, маркировка, экспертиза, качество.*

Snopkov N. V.

3rd year, Trading, logistics in trade activities

*Scientific adviser: Potehin G.A, senior lecture, Department of Economics and Trade
Smolensk branch of Plekhanov Russian University of Economics , Smolensk
grigory.potehin@yandex.ru*

EXAMINATION OF THE QUALITY OF MILK SOLD IN THE CITY OF SMOLENSK, ON THE EXAMPLE OF SAMPLES

Abstract. *The results of the examination of the quality of milk of various brands sold in Smolensk are presented. The analysis of sample labeling was carried out , organoleptic evaluation and chemical methods of quality examination for the content of foreign impurities were used. It is established that all the samples under study meet the quality indicators and requirements of the regulatory and technical documentation.*

Keywords: *milk, falsification, identification, marking, expertise, quality.*

Молоко является одним из полноценных и полезных пищевых продуктов. Оно содержит все питательные вещества необходимые человеку, богато витаминами, макро и микроэлементами. Молоко состоит из воды, легкоусвояемых жиров и белков, которые определяют его высокую пищевую ценность.

Рацион жителей нашей страны сложно представить без молока. Министерство здравоохранения установило рекомендуемую норму потребления молочных продуктов – 340 литров на человека в год. В условиях снижения покупательской способности, молочные товары остаются доступными для всех слоев населения. В этой связи закономерно устойчивое развитие рынка молочных продуктов. Прилавки магазинов заполнены молочной продукцией различных производителей и торговых марок [4].

Экспертами в области молочной промышленности установлено, что более трети россиян предпочитают приобретать товары дешевого ценового сегмента. Следовательно, с целью удешевления продукта некоторые производители занимаются подделкой товара, добавляя в молоко чужеродные компоненты. По данным Россельхознадзора от 8 до 12% молочных товаров являются фальсифицированными. Данное обстоятельство вынудило государственные органы принять решение, согласно которому так называемые молокосодержащие продукты с содержанием растительного жира в магазинах с 1 июля 2019 года должны размещаться на полках отдельно от настоящей «молочки» [6].

Самой распространенной подделкой молочных товаров является качественная фальсификация, когда продукт разбавляют водой, добавляют в молоко крахмал, мел, соду или даже известь. С помощью данных приемов удается удешевить товар, продлить срок годности, либо улучшить консистенцию и внешний вид [3,5].

Другой разновидностью фальсификации является информационная, при которой производитель указывает неполную или недостоверную информацию о товаре. Вышеизложенное обуславливает актуальность проведения экспертизы качества молока.

Целью исследований явилось идентификация и экспертиза качества образцов молока, реализуемого в городе Смоленске.

Для достижения цели были решены такие задачи, как анализ маркировки отобранных образцов, экспертиза с помощью химических реактивов на содержание посторонних веществ, а также органолептическая оценка качества молока.

Для проведения исследований в торговых сетях города Смоленска были приобретены три образца различных производителей:

Образец № 1 – Молоко питьевое пастеризованное «Молочная страна». Массовая доля жира 3,2%. Производитель: ООО «Промконсервы», Россия, г. Смоленск.

Образец № 2 – Молоко питьевое пастеризованное «Вкусное». Массовая доля жира 3,2%. Производитель: ОАО «Молоко», Республика Беларусь, г. Витебск.

Образец № 3 – Молоко питьевое пастеризованное «Сыр Стародубский». Массовая доля жира 3,5%. Производитель: Товарищество на вере «Сыр Стародубский», Россия, Брянская обл., г. Стародуб.

В качестве носителя информации о товаре выступает упаковка, поэтому уже по ее содержанию можно выявить товар с нарушением. Анализ содержания основной информации об исследуемых образцах проводился на основании требований технического регламента ТС «О безопасности молока и молочной продукции» (ТР ТС 033/2013) и представлен в таблице 1 [1].

Таблица 1

Анализ маркировки образцов молока, реализуемых в г. Смоленске

Требования нормативного документа	Образец № 1 («Молочная страна»)	Образец №2 («Вкусное»)	Образец № 3 («Сыр Стародубский»)
Наименование продукта	Имеется	Имеется	Имеется
Массовая доля жира	Имеется	Имеется	Имеется
Наименование и местонахождение изготовителя	Имеется	Имеется	Имеется
Товарный знак	Имеется	Имеется	Имеется
Объем продукта	Имеется	Имеется	Имеется
Состав продукта	Имеется	Имеется	Имеется
Пищевая ценность	Имеется	Имеется	Имеется
Наименование документа	Имеется	Имеется	Имеется
Дата производства и срок годности	Имеется	Имеется	Имеется
Знак обращения на рынке ЕАЭС	Имеется	Имеется	Имеется

На основании проведенного исследования маркировки, можно сделать вывод, что все образцы содержат полную информацию о товаре, что соответствует требованиям технического регламента. Вся информация на упаковках нанесена качественно, легко читаема и доступна. Единый знак обращения на рынке государств-членов ЕАЭС свидетельствует о прохождении обязательной сертификации и наличии у производителя сертификата соответствия требованиям технического регламента.

Для установления подлинности заявленной на упаковке информации были проведены качественные реакции на выявление в образцах соды и мела, крахмала, наличия сухого молока.

Для выявления в образцах соды и мела использовались индикаторные полоски. Нормой для молока является рН среды 6 или 7, в соответствии с эталонной шкалой, цвет ее должен быть от желтого до оранжевого. В случае обнаружения соды или мела, тест-полоска изменяет цвет на зеленый, что свидетельствует о присутствии щелочи.

Наличие в молоке крахмала идентифицируется с помощью йода. Если в продукт добавлен крахмал, то его окраска станет синий, при отсутствии крахмала, молоко приобретет желтый оттенок.

Для установления, какое же сырье использовалось при производстве молока, сухое или свежее, в качестве реактива послужила азотная кислота. Если молоко изготовлено из сухого, то оно поменяет окраску на желтый цвет.

В таблице 2 представлены результаты химических реакций на определение качественного состава анализируемых образцов молока.

Таблица 2

Выявление признаков фальсифицированных продуктов

Признак	Образец № 1 («Молочная страна»)	Образец №2 («Вкусное»)	Образец № 3 («Сыр Стародубский»)
Выявление соды и мела	Не обнаружено, так как тест-полоска окрасилась в желтый цвет	Не обнаружено, так как тест-полоска окрасилась в желтый цвет	Не обнаружено, так как тест-полоска окрасилась в желтый цвет
Выявление крахмала	Не обнаружено, молоко приобрело желтый цвет	Не обнаружено, молоко приобрело желтый цвет	Не обнаружено, молоко приобрело желтый цвет
Выявление сухого молока	Не обнаружено, цвет не изменился	Не обнаружено, цвет не изменился	Не обнаружено, цвет не изменился

В результате проведенных опытов, можно сделать вывод, что в исследуемых образцах не обнаружены признаки фальсификации, в их составе не выявлены посторонние ингредиенты.

Если физико-химическая оценка молока позволяет идентифицировать качественную фальсификацию, то органолептические характеристики могут однозначно подтвердить или опровергнуть проведенную экспертизу. Главным отличием данного вида оценки является то, что при ее проведении не используются специальные реактивы или тестеры. Во время оценки используются собственные ощущения качества продукта. Данная процедура не исключает использования средств, либо устройств, повышающих восприятие того или иного органа чувств человека, такие как микроскоп, зеркало, фонарик и другие.

Согласно ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия», питьевое молоко – это продукт, содержащий в своем составе до 10% животного жира, который был подвергнут пастеризации, при этом не содержит сухое молоко и воду. К органолептическим характеристикам молока относятся внешний вид, цвет, консистенция, вкус и запах [2].

Результаты проведения органолептического анализа по установлению соответствия образцов молока требованиям ГОСТ 31450-20013 представлены в таблице 3.

Таблица 3

Органолептическая оценка исследуемых образцов молока

Наименование показателя	Характеристика образца №1 («Молочная страна»)	Характеристика образца № 2 («Вкусное»)	Характеристика образца № 3 («Сыр Стародубский»)
Внешний вид	Непрозрачная жидкость.	Непрозрачная жидкость.	Заметны следы жира, которые растворяются при перемешивании
Консистенция	Жидкая, однородная. Хлопьев белка и сбившихся комочков жира не обнаружено.	Жидкая, однородная. Хлопьев белка и сбившихся комочков жира не обнаружено.	Однородная, не тягучая, слегка вязкая. Хлопьев белка и сбившихся комочков жира не обнаружено.
Вкус и запах	Характерные для молока, без посторонних привкусов и запахов с легким привкусом кипячения. Сладковатый привкус	Характерные для молока, без посторонних привкусов и запахов с легким привкусом кипячения.	Характерные для молока, без посторонних привкусов и запахов с легким привкусом кипячения.
Цвет	Белый, слабый светлокремовый оттенок	Белый, слабый светлокремовый оттенок	Белый, слабый светлокремовый оттенок

В результате проведенного исследования установлено, что образец № 1 («Молочной страна») и № 2 («Вкусное») имеют непрозрачный внешний вид, а образец № 3 («Сыр Стародубский») имеет заметные следы жира, которые растворяются при перемешивании, что объясняется тем, что данный образец имеет наибольшую жирность, по сравнению с образцами № 1 и № 2 (3,5%). Выявленное обстоятельство не является нарушением, следовательно, все образцы по внешнему виду соответствуют требованиям «ГОСТ 31450-2013 Молоко питьевое. Технические условия».

По консистенции все оцениваемые образцы имеют жидкую неоднородную массу, в которой не обнаружено хлопьев белка, либо сбившихся комочков жира, что в полной мере отвечает требованиям ГОСТа.

По критерию «вкус и запах» образец № 2 («Вкусное»), образец № 3 («Сыр Стародубский») имеют схожие характеристики – отсутствие посторонних привкусов либо запаха, с присутствием легкого привкуса кипячения продукта. Образец № 1 («Молочная страна») имеет слегка улавливаемый сладковатый привкус, что является допустимым для питьевого молока.

По цветовому показателю образцы всех трех торговых марок имеют схожие результаты органолептической оценки. Установлен характерный белый цвет со слабым светло-кремовым оттенком, что является нормой для данной продукции.

Исходя из полученных данных в ходе органолептического анализа молока, можно сделать вывод о том, что исследуемые образцы соответствуют «ГОСТ 31450-2013 Молоко питьевое. Технические условия». Следовательно, производители данных товаров используют качественное сырье, соблюдают технические требования термической обработки молока.

Таким образом, исследование маркировки, проведение качественных реакций, осуществление органолептической оценки исследуемых образцов молока позволяет однозначно идентифицировать товар, и сделать вывод, что данные производители выпускают натуральную молочную продукцию.

Ссылки на источники

1. ТР ТС 033-2013. О безопасности молока и молочной продукции [Электронный ресурс]: принят Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 09 окт. 2013 года № 67. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499050562> (дата обращения 24.12.2019).
2. ГОСТ 31450-2013. Межгосударственный стандарт. Молоко питьевое. Технические условия [Электронный ресурс]: введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 июня 2013 года № 268-ст. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200103303> (дата обращения: 14.01.2020).
3. Клепикова, С. О фальсификации, восстановленном молоке и маркировке/ С. Клепикова // Молочная сфера. – 2016. – №2(57). – С. 8-9.
4. Миронкина, А.Ю. Прогноз развития молочного скотоводства в Смоленской области/ А.Ю. Миронкина // Молочнохозяйственный вестник. – 2017. – № 2(26). – С. 166-172.// ЭБС «E.LANBOOK.COM» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/301560>.
6. Сырых, Т.Е. К вопросу о причинах фальсификации молочной продукции и способах ее выявления / Т.Е. Сырых // Международный студенческий научный вестник. – 2018. – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eduherald.ru/pdf/2018/6/19263.pdf>.
7. Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) [Электронный ресурс]: официальный сайт. – 2007-2020. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.fsvps.ru> (дата обращения 08.01.2020).
8. Лучкин А.Г., Ельшаева В.А. Качество, безопасность и фальсификация молочной продукции в российской пищевой промышленности / А.Г. Лучкин, В.А. Ельшаева // Инновационные технологии в промышленности – основа повышения качества, конкурентоспособности и безопасности потребительских товаров: Материалы III Международной (заочной) научно-практической конференции (31 января 2016 г), М.: Изд. «Канцлер» – 2016. – С. 215-219.
9. Лучкин А.Г., Ельшаева В.А. Качество, безопасность и фальсификация молочной продукции в российской пищевой промышленности / А.Г. Лучкин, В.А. Ельшаева // Инновационные технологии в промышленности – основа повышения качества, конкурентоспособности и безопасности потребительских товаров: Материалы III Международной (заочной) научно-практической конференции (31 января 2016 г), М.: Изд. «Канцлер» – 2016. – С. 215-219.

Тимофеев Владислав Евгеньевич
1 курс, Менеджмент, РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
Научный руководитель: **Новикова Наталья Ефимовна**
кандидат экономических наук, преподаватель,
РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
timawork@bk.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы современных методов мотивации персонала и их применение в отечественных условиях, а также зарубежный опыт стимулирования работников. Также проводится сравнение систем мотивации зарубежных компаний и отечественных предприятий, сопоставление современных способов мотивации сотрудников. Выявлены особенности применения современных зарубежных методов мотивации и стимулирования персонала в России.
Ключевые слова: мотивация персонала, стимулирование работников, современные методы мотивации, эффективность работы.

Timofeev V.E.
1st year, management,
Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
Scientific adviser: Novikova N.E., PhD in Economics, Lecturer,
Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
timawork@bk.ru

MODERN PERSONNEL MOTIVATION METHODS

Abstract: The article discusses modern methods of personnel motivation and foreign experience in stimulating employees. It also compares the motivation systems of foreign companies and domestic enterprises. Features of the application of modern foreign methods of motivation and stimulation of personnel in Russia are revealed.

Keywords: staff motivation, stimulation, modern methods of motivation, work efficiency.

В настоящее время на рынке труда наблюдается тенденция постоянного совершенствования процесса мотивации сотрудников. В данных условиях от руководителей организаций требуется постоянная работа над улучшением количественных и качественных показателей своего продукта, товара или услуги, а также увеличение уровня своей финансовой устойчивости, что напрямую влияет на привлечение внешнего инвестиционного капитала. С помощью достижения данной цели у организации появляется возможность увеличить свой уровень конкурентоспособности, как бизнеса, так и его товара, услуги или продукта.

Однако, основная проблема: «Как найти инструменты, с помощью которых менеджмент может реализовать выше поставленную задачу» – остается открытым и по сей день. Среди инструментов, которые позволяют решить данную проблему, находится эффективность процесса управления персоналом и их увеличение производительности труда. От данного процесса зависит объем выпускаемой продукции по отношению к затратам на оплату труда и т. д. [1].

Раскрыть данную проблему и найти эффективный способ мотивации пытались как зарубежные, так и отечественные ученые, например, А. Маслоу, А. Наумова, Э. Лоулер, Л. Портер, К. Альдерфер, Ф. Герцберг, Ю. Одегова, и другие.

В качестве основы для формирования инновационных методов мотивации выступают регулирующие и управленческие процессы. По характеру влияния на поведение персонала все воздействия можно разделить на две группы:

группа №1 – данная группа оказывает пассивное воздействие, для которого свойственно не оказывать прямого влияния на персонал, а характерно создавать гибкие условия труда, которые регулируют поведение в коллективе, например: нормы, правила поведения, должностные инструкции и т. д.

группа №2 – данная группа, наоборот, оказывает активное воздействие на конкретных сотрудников и коллектив в целом. Теперь рассмотрим традиционную классификацию методов стимулирования труда, для этого выделим основные виды мотивации (рис. 1.)



Рис. 1. Классификация методов мотивации

Для экономических методов мотивации свойственно опираться на факт того, что каждому сотруднику, в процессе осуществления своей профессиональной деятельности свойственно желание получения собственной материальной выгоды, которые в свою очередь, могут оказывать прямое или косвенное воздействие на поведение сотрудника. Как правило, выделяют следующие элементы экономической мотивации:

- основная оплата за труд работника, выраженная в конкретной денежной единице;
- дополнительная оплата за труд работника. Как правило, рассчитывается с учетом сложности работ, квалификации работника, сверхурочной работой и социальными гарантиями;
- вознаграждение работника может определяться конкретным вкладом определённого работника в рамках периода работы;
- премия формируется посредством комплексной оценки труда каждого структурного подразделения организации и конкретного работника;
- различные виды выплат, например: оплата транспорта к месту работы и по городу; выплаты за трудовой стаж

В условиях отечественного рынка для большинства предприятий свойственна единая проблема – это устаревшая и неактуальная форма мотивации персонала, которая передалась нынешнему менеджменту от наследников командно-административной модели рынка, в которой царил «идеальная бюрократия» Вебера и материальные формы мотивации. Для большинства руководителей свойственно считать, что основная мотивация для сотрудников в организации – это наличие заработной платы и других материальных выплат [2].

Многие из руководителей не замечают и не учитывают актуализацию внешней среды и не учитывают в своей деятельности зарубежный опыт работы и современные тенденции в управлении и менеджменте. Для зарубежной практики мотивации характерно акцентировать внимание не на материальные ценности, а на внутренние мотивы и потребности персонала; удобный график работы, карьерный рост, свобода

действий и другие формы комфортного труда. Данная тенденция отображается в таких теориях, как мотивации потребностей Маслоу и в теории приобретенных потребностей Мак-Клелланда, где нематериальные ценности стоят выше. Также важную роль в масштабах проблемы отечественной практики HR-менеджмента играет процесс адаптации рабочего персонала в российских предприятиях. Если мотивация – это побуждение к действию, динамический процесс физиологического и психологического процесса, который управляет поведение сотрудника, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость, то адаптация рабочего персонала – это процесс приспособления работников к условиям внешней и внутренней среды организации, внедрение их как элементов бизнес-процессов, так и общего операционного процесса в компании [3].

Основными целями адаптации работника являются:

- минимизация издержек на привлечение рабочего персонала;
- уменьшение тенденции увольнения новых сотрудников и «текучки» профессиональных кадров;
- создание у работников чувства причастности к успеху организации и лояльности к ее бренду;
- формирование у персонала организации компетенций, которые необходимы при их работе;
- повышение уровня корпоративной культуры внутри предприятия.

Основной целью процесса адаптации рабочих кадров является повышение уровня мотивации у сотрудников и работников предприятия. Однако, стоит заметить, что адаптация не является современным способом мотивации работников, т.к. тенденция внедрения «адаптации» в структурах российских компаниях начала развиваться и формироваться еще в середине 20-го столетия.

В настоящее время, самые распространенные методы мотивации персонала – это наличие корпоративов и наличие премии. Однако, редко кто из руководителей задумается о том, что факт наличия сотрудников на корпоративе не поможет в эффективности его труда, если в коллективе присутствует тяжелая психоэмоциональная обстановка. В Таблице 1 указаны современные методы мотивации персонала.

Таблица 1

Мотивация персонала в российских и зарубежных компаниях

№ п/п	Метод мотивации	Опыт зарубежных стран	Отечественный опыт
1.	Сотрудникам дается возможность самостоятельного написания плана своего развития.	Сотрудник в зарубежной организации может самостоятельно определять план своего развития. Помимо своего развития, ему дается возможность решить в каком направлении необходимо развивать организацию, что для этого потребуется и составлять краткосрочные планы.	В отечественных условиях сотрудникам свойственно ожидать инициативу и указы от вышестоящего руководства. Не только по деятельности организации, но и по индивидуальному плану; какие курсы пройти, в каком направлении двигаться и т. д.
2.	Сотрудники оценивают работу друг друга.	Зарубежная сеть обуви фирма «FreeFly» дает возможность каждому своим сотрудникам заплатить своим коллегам. Для этого используется условные т. е. виртуальные 60 долларов. Для того, чтобы их получить сотруднику необходимо совершать хорошие дела, например, помочь коллеге с отчетом и т. д. В случае если сотрудник никому не отдает деньги, то они сгорают. В конце года накопленную сумму можно получить настоящими долларами.	В отечественной практике, данный метод мотивации не используется

3.	Сотрудники сами выбирают для себя поощрения.	Rose Hotel – это зарубежный отель, в котором действует система похожая на систему в компании FreeFly. Все работники данной организации могут заработать так называемые «пойнты». Для этого необходимо выполнить ряд условий: выполнять свою работу оперативно и качественно и т. д. Отличие данной системы в том, что вознаграждение выдается не деньгами, а призами, которые сотрудники определяют сами. Таким призом, например, может стать дополнительная неделя отпуска, выходной, или билеты в кино, в театр.	В наших компаниях, как правило, сам руководитель выбирает, как поощрить своего работника, не предоставив ему выбор.
4.	Ежедневные беседы руководителя с подчиненным.	В зарубежных организациях в обязанности менеджера входит так называемый «час беседы». Суть данного мероприятия состоит в том, что менеджер должен провести часовую встречу со своими сотрудниками раз в неделю для того, чтобы узнать, как продвигаются дела в организации, чем довольны и не довольны в работе, нужна ли помощь и т. д. Это позволяет увеличить эффективность самой работы и повысить работоспособность сотрудников.	В отечественных компаниях часто бывает такая ситуация, когда человеку дают испытательный срок, но он не оправдывает ожидания руководства. После чего его увольняют, чаще всего человек даже не понимает почему и за что он уволен.
5.	Сотрудники имеют свою долю в бизнесе.	За рубежом по истечению некоторого срока после успешной работы в организации. Сотрудник становится миноритарным акционером. За хорошую работу человек может получить еще больше акций. Если компания выходит на новый уровень и начинает зарабатывать в разы больше, то и сотрудники становятся богаче.	В России чтобы иметь свою долю в бизнесе нужно купить акции компании. Только у акционера (но не наемного работника) имеются определенные права. Например, инвестор имеет право получать дивиденды, если компания приносит достаточно прибыли
6.	Компания открыто говорит обо всех льготах.	За рубежом в некоторых компаниях на больших плакатах перечислены все льготы. Например, в Zappos высокое место занимает программа помощи от бесплодия	В России о многом нельзя говорить «вслух», поэтому некоторые компании не говорят открыто о своих льготах

Согласно данным из таблицы 1, можно сделать вывод о том, что на отечественном рынке труда в качестве стимулирования и мотивации своих сотрудников отдается предпочтение традиционным методам. Стоит обратить внимание, что данная политика имеет тенденцию в деградации развития такой отрасли, как мотивация. Наблюдается тенденция увеличения уровня производительности труда, но этот же процесс можно наблюдать практически во всех странах. Использование инновационных и принципиально новых методов стимулирования труда и мотивации способствует активному развитию профессиональной личности и его навыков. Так же необходимо отметить, что сотруднику в отечественных условиях труда не всегда удается раскрыть свой потенциал из-за недостатка мотивации [6].

Опыт использования инновационных подходов в зарубежных компаниях можно применять и в отечественных предприятиях с целью социально-экономического развития региона в целом. Однако следует учитывать определенные особенности рыночной экономики и менталитета населения.

Причиной развития мотивации как самостоятельной отрасли в менеджменте, скорее всего, выступает новая волна научно-технической революции, где информационные технологии, «облака» данных, автоматизация и роботизация производства

улучшает эффективность предпринимательской деятельности, в независимости от качества трудовых ресурсов.

На основе обобщения опыта практической деятельности современных организаций в области мотивации определен ряд требований к организации стимулирования труда, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Требования к организации стимулирования труда

№ п/п	Требования	Комментарий
1.	Комплексность	подразумевает под собой единство моральных и материальных инструментов мотивации, которые зависят от системного подхода к управлению персоналом и традициями организаций.
2.	Дифференцированность	означает индивидуальный подход к мотивированию конкретного индивида и разных групп работников.
3.	Гибкость и оперативность	проявляется в постоянном мониторинге стимулов в зависимости от изменений, которые происходят в коллективе.
4.	Доступность	предполагает, что каждый метод мотивации должен быть доступен и понятен для всех работников.
5.	Ощутимость	предполагает наличие порога действенности стимула, который существенно различается в разных коллективах
6.	Постепенность	предполагает, что материальные стимулы постоянно подвергаются коррекции в сторону повышения, что необходимо учитывать.
7.	Минимизация	подразумевает под собой уменьшение разрыва между результатом труда и его оплатой (например, еженедельная оплата труда, введение системы авансов)

В качестве вывода к таблице 2 необходимо отметить, что требования к организации мотивации труда необходимо применять комплексно и учитывать целесообразность каждого из применяемых требований.

Также необходимо отметить, что несмотря на то, что большинство предприятий игнорируют инновационные подходы к мотивации и придерживаются в своей деятельности консервативных взглядов, в последнее время находятся компании, которые используют в своей деятельности современные методы мотивации, даже не смотря на разногласия между специалистами.

В теории мотивации потребностей Маслоу и теории приобретенных потребностей Мак-Клелланда можно выделить ключевые виды мотивации рабочего персонала, которые способны приводить к росту эффективности производительности труда на российских предприятиях [5]:

- формирование и возможность карьерного роста сотрудников организации;
- создание гибкого рабочего графика;
- возможность самостоятельного выбора времени для ухода в оплачиваемый отпуск;
- проведение корпоративных мероприятий и тренингов;
- поздравление сотрудников с праздниками и значимыми для них датами;
- моральная поддержка во время сложных жизненных ситуаций;
- организация стажировок и командировок;
- поощрение инициативы;
- организация программ обучения для повышения уровня профессиональных качеств отдельных сотрудников;
- соблюдение норм эргономики;
- вежливое обращение с сотрудниками компании, без исключения их должностей.

Проведённый анализ современных методов мотивации позволил сделать следующий вывод, что процесс мотивации и адаптации на сегодняшний день находится на

стадии своего формирования. Мотивация занимает особое место в деятельности организации и становится ключевым элементом в управлении персоналом и способствуют росту производительности труда. Отечественным предприятиям и организациям необходимо пройти долгий процесс для реорганизации своей теории мотивации, которая, в основном, была заложена в основу материального стимулирования в виде зарплаты и бонусной части. Проанализировав современную теорию мотивации Маслоу и МакКлелланда, можно прийти к выводу, что ключевые потребности трудовой деятельности рабочего персонала – это вовсе не физические потребности, а уважение, причастность и власть. И именно их удовлетворение – это задача современных технологий и инструментов политики мотивации персонала, что доказывает не высокую эффективность лишь одних материальных форм стимулирования рабочего труда [7,8,9].

С помощью же адаптации персонала в российских компаниях отечественные менеджеры способны снизить издержки на поиск и подбор нового персонала, ведь «текучка» кадрового состава уменьшится, а удовлетворенность работой, наоборот, увеличится. Таким образом, благодаря соблюдению процесса использования современных методов адаптации и мотивации персонала, отечественные предприятия способны значительно увеличить эффективность своего HR-менеджмента.

Ссылки на источники

1. Башкатова Ю. И., Каптюхин Р. В., Звягина Л. В. Особенности мотивации персонала в современных корпорациях // Молодой ученый. – 2014. – №6.2. -С. 3-5.
2. Волкова И.А. Адаптация персонала как способ формирования кадровой политики организации // Концепт. – 2017. – №1. – С.1-5.
3. Губарев Р.В. Анализ современных теорий мотивации и стимулирования труда // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2014. – №1 (7). – С.239-246.
4. Производительность труда в России и в мире. Влияние на конкурентоспособность экономики и уровень жизни. [Электронный ресурс]. – URL: <http://council.gov.ru/media/files/CQNOp1HscHaTulPa5BYZesqLNqUSQeHw.pdf> (дата обращения 28.02.2020).
5. Скворцов В.Н., Маклакова Е.А. Трудовая мотивация работников в современных условиях // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2013. – №1. – С.54-68.
6. Шкляр Т.Л. Новый взгляд на мотивацию персонала. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2014. – № 35. – С. 164-167.
7. Можаяева Р.А., Новикова Н.Е. Экономические аспекты управления фондом оплаты труда на предприятии. // Менеджмент, маркетинг, логистика XXI века: проблемы, вызовы, перспективы материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 221-226.
8. Литвинюк А.А., Мельников В.А., Кузуб Е.В. О проблемах мотивации инновационно-активных молодых специалистов к трудоустройству в сфере науки, высоких технологий и высшего образования. // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 6. С. 1269-1278.
9. Мельников В.А. Риск-менеджмент – инструмент эффективного управления государственными органами. // Менеджмент, маркетинг, логистика XXI века: проблемы, вызовы, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – 2018. – С. 217-221.
10. Ковалева Л.Ф. Формирование эффективной кадровой стратегии организации как необходимое условие развития цифровой экономики. / редколлегия: Е.Б. Аликина [и др.]. // Наука и образование в обеспечении устойчивого развития региона в условиях перехода к цифровой экономике: материалы VII Российской с международным участием научно-практической конференции. 2019. С. 83-87.

Шпакова Надежда Андреевна,
4 курс, Менеджмент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
Научный руководитель: **Можяева Руфина Анатольевна**
к. ф. н., доцент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск
ponsenkova@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся сбытовой деятельности организации. Рассмотрены пути совершенствования системы управления сбытовой деятельностью организации на примере конкретного предприятия.
Ключевые слова: управление организацией, система сбытовой деятельности, торговая сеть.

Shpakova N.A.
4nd year, Management.
Scientific adviser: Mozhaeva R. A.,
candidate of philosophy, associate professor Chair of management and customs services
Smolensk branch of G.V. Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk
ponsenkova@mail.ru

IMPROVING THE ORGANIZATION'S SALES MANAGEMENT SYSTEM

Abstract. The article deals with issues related to the organization's sales activities. The ways of improving the management system of sales activity of the organization on the example of a specific enterprise are considered.
Keywords: organization management, sales system, retail network.

Выбирая систему сбытовой политики, организация может исследовать все основные моменты, которые касаются реализации товара (продукции), его доведения до конечного потребителя, распространения информации, получения информации о клиентах и другие факторы, формирующие сбытовую политику.

Процесс разработки системы сбытовой политики в организации преследуется различными целями, среди них:

- обеспечение повышения объемов продаж до максимального значения;
- увеличение рыночной доли организации или конкретного торгового бренда (марки);
- удержание доли рынка и выход на новый рынок, завоевание доли целевых сегментов;
- работа с клиентами, привлечение новых покупателей и др. [2,3,5].

Для повышения эффективности сбытовой политики существенную роль играет решение вопроса об эффективном применении вида и канала сбыта продукции. Таким образом можно заключить, что актуальность выбранной темы состоит в том, что правильная сбытовая политика позволяет организации поддерживать относительно стабильный уровень продаж круглый год, своевременно удовлетворять потребности различных групп потребителей, в конечном счете поддерживать свою конкурентоспособность и развиваться.

Целью исследования является исследовать системы управления системы управления сбытовой деятельностью организации на примере АО «Тандер» и разработать рекомендации по повышению ее эффективности.

Исходя из цели были разработаны следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты управления системы управления сбытовой деятельностью организации;
- охарактеризовать деятельность АО «Тандер»;
- оценить систему управления сбытовой деятельностью организации;
- разработать рекомендации по совершенствованию системы управления сбытовой деятельностью АО «Тандер» и дать им экономическое обоснование

В основу методологической и информационной базы исследования легли научные статьи и труды многих отечественных и зарубежных авторов в области маркетинга, экономики организации, ведения хозяйственной деятельности. Среди них: Е. П. Голубков, Т. Н. Жуков, П. С. Завьялов, С. П. Казаков, Г. В. Савицкая, С. А. Стерхова и т. д.

Информационную базу исследования составили нормативные акты, монографии, учебники и учебно-методические пособия, публикации в периодических изданиях, ресурсы сети Internet, а также отчетная и статистическая документация организации – объекта исследования.

Сбытовая деятельность организация, это ряд мероприятий фирмы, направленных на реализацию своей продукции на рынке, используя инструменты по продвижению товара, создавая уникальные предложения по сравнению с конкурентами. Исходя из этого такая деятельность направлена на оптимизацию усилий компании на создание не только преимуществ себе, но и условий для повышения прибыли организации.

Хозяйствующий субъект, как сложная структура управления, состоит из ряда систем, которые необходимо направлять и распределять для достижения поставленной цели организации. Необходимость разработки и применение системы сбытовой политики организации начинается именно с того момента, когда изготовленную продукцию необходимо довести (реализовать, доставить) до конечного потребителя. Слаженная и правильно сформированная система сбыта позволяет реализовать продукцию за минимальный период времени, что приводит к эффективному коммерческому успеху хозяйствующего субъекта. Другими словами, определение направления сбыта происходит уже на стадии рационального организации процессов планирования, распределения и обмена продукцией. Направления сбыта того или иного товара (продукции) организация решает на начальной стадии разработки политики. При данном процессе осуществляется выбор самых важных аспектов, определяющих эффективность системы, каналы и методы сбыта, которые зависят непосредственно от выбранного вида выпускающей продукции (товара) и рынка сбыта.

В хозяйственной жизни экономического субъекта комплекс мер по сбыту товара (продукции) играет важную роль связывающего звена между организацией-изготовителем и потребителями данного товара (продукции). Для организации, реализующей свой товар или продукцию, эффективная работа по сбыту продукции заключается в постоянном непосредственном контакте с потребителем. Тесная взаимосвязь происходит через проведение различных презентации, поиска компромиссов при этом устраняя возникшие разногласия, устанавливая оптимальной цены и сроки поставок и в конечном итоге заключая непосредственно саму сделку [12, с. 207].

Особенно важно тщательно сформировать систему сбытовой политики организациям, которые ведут свою хозяйственную деятельность в сфере оказания услуг или выполнения работ. Специфика услуги и работы, как вида товара, состоит в том, что потребитель не может эргономическим образом потрогать, поддержать товар, как при продукции, которая имеет вещественный характер. Качество выполненных услуг или работ, можно характеризовать лишь при использовании полученного результата данного вида товара. Следовательно, потребитель может лишь предполагать, как товар в виде услуги или работы будет выполнен. Организации в таком случае необходимо выработать свою систему сбыта таким образом, чтобы вызывать доверие у клиента [20, с. 87].

Анализируемая организация АО «Тандер», имеет два основных вида экономической деятельности: розничная и оптовая торговля продуктами питания, парфюмерией и косметикой, и другими аналогичными товарами.

Организационная структура организации, является адаптивной (гибкой) структурой с выделением линейно-функциональной зависимостью между всеми уровнями управления (Рис.1).

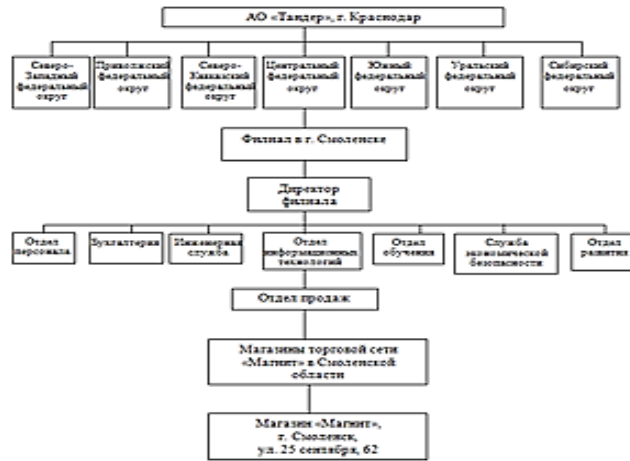


Рис. 1. Организационная структура АО «Тандер»

Анализ основных показателей, характеризующих размер АО «Тандер» показал рост величины имущества, средней величины капитала и резервов организации, увеличение в 3,6 раза чистой прибыли в 2018 году по сравнению с 2017 годом, рост численности персонала, что обусловлено открытием новых точек.

Таблица 1

Размеры деятельности организации

Показатели	2016г.	2017г.	2018г.	2018г. в % к 2017г.
Общая величина имущества (средняя), млн. руб.	413785	442352	511893	115,72
Капитал и резервы (средняя величина), млн руб.	82088	55069	85608	155,46
Среднегодовая балансовая стоимость основных средств, млн руб.	203058	217171	207989	95,77
Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг, млн руб.	917788	886694	963070	108,61
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, млн руб.	1175193	1180335	1280929	108,52
Балансовая прибыль, млн руб.	36968	6481	23377	В 3,6 раза
Среднесписочная численность работников, чел.	175133	190842	224 403	117,59

Для более детального изучения деятельности АО «Тандер» рассмотрим деятельность магазина «Магнит» в г. Смоленске, так как особенностью торговых сетей является практическая идентичность всех торговых точек.

Проведя SWOT – анализа можно сказать, что стратегия универсама «Магнит» АО «Тандер» во внешней среде: активный поиск потребителей, расширения ассортимента. Во внутренней среде это использование сильных сторон предприятия и устранение слабых сторон, мешающих достижению поставленной цели, так же повышение эффективности организации.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что АО «Тандер» занимает достаточно высокое положение среди участников потребительского рынка Российской Федерации.

Показатель полноты ассортимента показывает, что 73,3% товара собственного производства удовлетворяет потребности в данном виде, на 68,2% удовлетворяют запросы продукты, и на 60% удовлетворяют запросы товары косметики и бытовой химии. 66,7% представленной продукции пользуется устойчивым спросом, несмотря на разность предпочтений клиентов. Товар обладает устойчивым спросом, как из-за вкусовых качеств, так и из-за «удобной» невысокой цены.

Проведенный анализ сбытовой деятельности магазина «Магнит» показал, что организация снижает свои доходы за счет падения спроса, и внутриорганизационных потерь. Структура внутриорганизационных потерь в 2018 году представлена на рисунке 2.

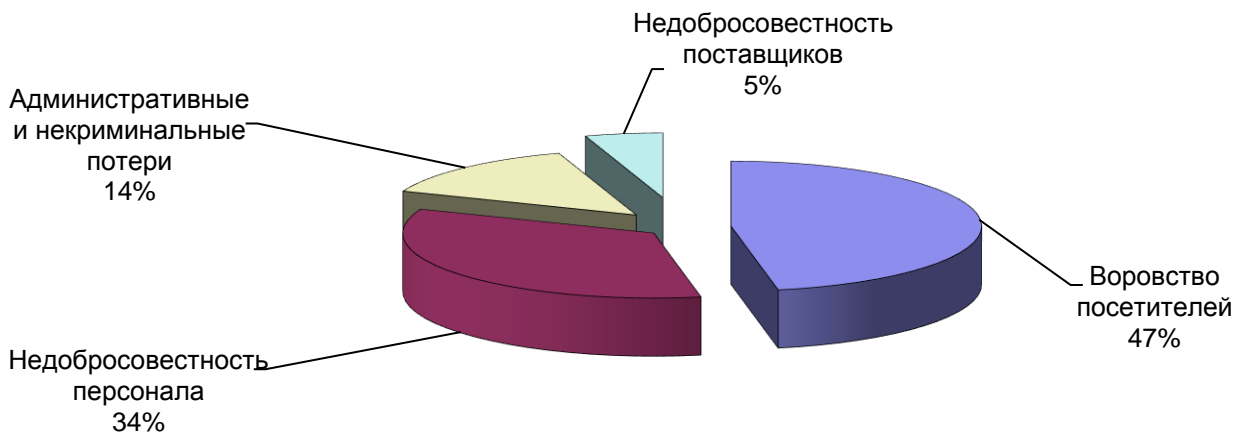


Рис. 2. Структура внутриорганизационных потерь, 2018 г.

Так в 2018 году на неизвестные потери в магазине «Магнит» приходится 1,8 %, основная доля которых приходится на кражи и недопоставки.

Несмотря на то, что в некоторых магазинах «Магнит» установлены системы видеонаблюдения, это не позволяет полноценно отслеживать воровство посетителей. В рассматриваемом магазине отсутствуют автоматизированные системы безопасности.

Проведенные исследования показали, что из современных технологий, используемых, как противокражные системы наиболее оптимальным для магазина «Магнит» будет использование «RFID» – технологий.

Еще одной проблемой является система заказа товара. Так, решая вопрос о покупке товара, руководство использует данные за несколько лет о динамике и структуре товарооборота и товарных запасов, а также на основе так называемой «панельной закупки», т. е. с учетом рекомендаций по выбору поставщиков, составленных в головной компании (АО «Тандер»).

Данная особенность является фактором, снижающим эффективность товарной политики магазина, поскольку руководство головной компании далеко не всегда располагает данными о конъюнктуре рынка поставщиков, например, в г. Смоленске.

Кроме этого в ходе исследования системы управления сбытовой деятельностью АО «Тандер» было выявлено нерациональное использование складских помещений магазина.

Для устранения выявленных недостатков были предложены следующие мероприятия.

Для снижения внутриорганизационных потерь нами предложено в качестве противокражной системы, использование «RFID» – технологий, которые позволят автоматизировать операции движения товара в магазине и уменьшить влияние человеческого фактора на всех участках, сократив соответственно количество ошибок.

Также, для уменьшения доли внутриорганизационных потерь предлагается проводить узконаправленные тренинги по борьбе с потерями. Узконаправленный Flash-

тренинг по борьбе с потерями мог бы проводиться отдельно с товароведом и работниками торгового зала и касс, сотрудниками отдела кадров (специалистами по развитию персонала). Регулярность проведения 1 раз в 6 месяцев [1,4].

Так, для устранения проблемы нерационального использования складского помещения магазина (часть его не используется) было предложено оптимизировать складские помещения. С этой целью можно части складского помещения переоборудовать в мини – пекарню по производству хлебобулочных изделий в магазине «Магнит», такую услугу предлагают многие магазины, включая рядом расположенный магазин «Пятерочка», тем самым расширим ассортимент предлагаемых товаров и повысим эффективность сбытовой деятельности.

В целом, окупаемость предлагаемых мероприятий по магазину «Магнит» составит 7 месяцев, а общий экономический эффект 3058152,5 рублей.

Предлагаемые мероприятия по совершенствованию системы управления сбытовой деятельностью можно применить в отношении всех магазинов, работающих под торговой маркой «Магнит», так как их деятельность является стандартизированной и подчиняется одним и тем же корпоративным нормам.

Ссылки на источники

1. Можяева Р.А., Новикова Н.Е. Экономические аспекты управления фондом оплаты труда на предприятии. // Менеджмент, маркетинг, логистика XXI века: проблемы, вызовы, перспективы материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 221-226.
2. Новикова Н.Е., Лукашева О.Л. Потребительский рынок как индикатор уровня жизни населения региона. // Московский экономический журнал. 2016. № 2. С. 29.
3. Новикова Н.Е. Брендинговая политика как инновационный инструмент поддержания конкурентоспособности организации. // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия № 3. Гуманитарные и общественные науки. 2016. № 1. С. 45-50.
4. Новикова Н.Е. Современные маркетинговые технологии в продвижение товара на рынке. // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации. Материалы IV Международной научно-практической конференции. 2014. С. 55-63.
5. Мельникова М.П. Роль прямого маркетинга в продвижении организации на рынке. // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации: материалы VI Международной научно-практической конференции в рамках Плехановской весны и 110-летия университета. – Смоленск: Универсум (Смоленск). 2017. С. 137-142.

Авторы

Атрохов Игорь Ильич
Бабков Андрей Олегович
Васильева Анастасия Владимировна
Ермаков Егор Юрьевич
Иванова Елизавета Романовна
Корягина Виктория Владимировна
Костикина Александра Сергеевна
Логутенкова Дарья Алексеевна
Мартынова Алена Алексеевна
Машкова Валерия Владимировна
Михайлова Юлия Евгеньевна
Михеева Анастасия Алексеевна
Очередько Александра Александровна
Полякова Наталья Алексеевна
Ремешевская Любовь Петровна
Снопков Никита Владимирович
Тимофеев Владислав Евгеньевич
Цыбалова Ирина Сергеевна
Шпакова Надежда Андреевна

ISBN 978-5-907293-47-2



9 785907 293472