

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ярославский филиал**

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

*Сборник научных трудов V-й Национальной
научно-практической конференции
научно-педагогических и практических работников
с международным участием*

Том 2

Ярославль 2022

УДК 330.101
ББК 65.050
Э 45

*Печатается по решению Ученого совета
Ярославского филиала Финансового
университета при Правительстве
Российской Федерации*

Рецензент:

*С.Б. Тюрин, доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент»
Ярославского филиала образовательного учреждения профсоюзов
высшего образования «Академия труда и социальных отношений»*

Э 45 Экономика и управление: теория и практика / Сборник научных трудов V-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием в 2 томах. Том 2 / кол. авторов; под ред. А.Д. Бурыкина и А.В. Юрченко. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2022. – 178 с. – Текст непосредственный.

ISBN 978-5-6046051-5-8

УДК 330.101
ББК 65.050

В сборник включены научные труды участников V-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Экономика и управление: теория и практика».

Тематика докладов: экономика и финансы; кредит и банковское дело; государственное и муниципальное управление; менеджмент и маркетинг; учетные и аналитические системы; гуманитарные и общественные науки.

Статьи участников конференции представлены в авторской редакции по материалам, представленным в электронном виде. Ответственность за содержание материалов несут авторы.

© Коллектив авторов, 2022
© Ярославский филиал
Финиуниверситета, 2022

ISBN 978-5-6046051-5-8

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Бородкин А.В.</i> Иностраннные торговые дворы в Ярославле: к постановке проблемы.....	5
<i>Бородкин А.В.</i> Статус женщины в Верхнем Поволжье: к вопросу об исторических традициях региона.....	10
<i>Бородкин А.В.</i> «Дела давно минувших дней». Фотография из семейного архива: люди и события.....	15
<i>Бородкин А.В., Царева А.А.</i> Старообрядческий опыт привлечения кадров: к постановке проблемы.....	20
<i>Гультияев В.Е., Бурыкин А.Д.</i> Сущность и содержание основных методов управления персоналом в организации.....	24
<i>Ермоленко М.О., Гутоп А.А., Иванов Э.В., Шумилов Е.А.</i> Обзор рынка жилищного кредитования в Российской Федерации.....	29
<i>Ермоленко М.О., Шумилов Е.А., Иванов Э.В.</i> Анализ и динамика результатов деятельности микрофинансовых институтов по итогам 2019-2021 годов....	32
<i>Ермоленко М.О., Гутоп А.А., Иванов Э.В., Шумилов Е.А.</i> Ключевые показатели предпринимательского финансирования на рынке МФО по итогам 2021 года.....	35
<i>Карасев А.П.</i> Основные психологические архетипы в «Теории поколений».....	38
<i>Карасев А.П., Козик А.А.</i> Методы планирования расходов по элементам затрат в ОАО «РЖД».....	41
<i>Карасев А.П., Николаев Р.А.</i> Социально-экономические функции профсоюзов.....	46
<i>Карасев А.П., Пересветова О.А.</i> Результаты сделок по слиянию и поглощению на примере ПАО «Промсвязьбанк».....	51
<i>Карасев А.П., Тихомирова М.А.</i> Анализ финансовых результатов в ООО «Юсодент».....	54
<i>Кваша В.А., Бурыкин А.Д.</i> Методические основы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов.....	57
<i>Кваша В.А., Юрченко А.В.</i> Механизм факторинговых операций.....	62
<i>Кириллова А.И., Петерсон Д.М.</i> Инвестиционная привлекательность Ярославской области в условиях действующих санкций.....	67
<i>Колесов Р.В., Харина А.А.</i> Бюджеты домашних хозяйств: рекомендации по формированию и исполнению.....	70
<i>Колесов Р.В., Бурыкин А.Д.</i> Пути повышения эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций.....	75
<i>Колесов Р.В., Юрченко А.В.</i> Процесс управления финансами компании с использованием информационных технологий.....	80

<i>Колесов Р.В., Юрченко А.В., Алексеев Ф.Н.</i> Предотвращение валютных рисков как способ минимизации потерь в бизнесе	88
<i>Колесов Р.В., Юрченко А.В., Игнатъевская Ю.А.</i> Разработка малобюджетных технологий интернет-маркетинга в продвижении торговой марки (бренда) в условиях глобальных изменений.....	91
<i>Колесов Р.В., Юрченко А.В., Кислова Я.В.</i> Инвестиционная политика предприятия в современных условиях.....	94
<i>Коршунова Н.И.</i> О первом опыте создания и становления коммерческих учебных заведений в России на примере Ярославской губернии	98
<i>Коршунова Н.И.</i> Поговорим о натуральных числах.....	108
<i>Кузнецова С.О., Репин Р.П.</i> Особенности и развитие финансового менеджмента в бюджетных учреждениях здравоохранения Российской Федерации.....	113
<i>Левашов О.А., Бурыкин А.Д.</i> Инвестиционные проекты и их роль в экономике предприятия.....	119
<i>Логинова Т.В.</i> Трансформация как один из способов получения финансовой отчетности по требованиям Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).....	124
<i>Логинова Т.В., Керимова Д.Д.</i> Оценка кредитоспособности компании на основе расчета моделей банкротства	129
<i>Логинова Т.В., Пронузова А.А.</i> Порядок исправления ошибок в бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций	133
<i>Логинова Т.В.</i> Проблемы управления дебиторской и кредиторской задолженностью	138
<i>Логинова Т.В.</i> Анализ рисков деятельности экономических субъектов.....	142
<i>Сальников А.М., Ипатов В.А.</i> Анализ факторов, влияющих на эффективность кредитного портфеля	146
<i>Сяський Д.Ю., Бурыкин А.Д.</i> Ценовая политика как ключевой фактор конкурентной борьбы	150
<i>Тюрин С.Б., Бурыкин А.Д.</i> Особенности управления персоналом в образовательной организации	155
<i>Широких А.Р., Бурыкин А.Д.</i> Мерчандайзинг и его роль в деятельности организации	159
<i>Юрлов В.А., Бурыкин А.Д.</i> Принципы оценки эффективности инвестиционного проекта.....	164
<i>Юрченко А.В., Бурыкин А.Д.</i> Пути повышения эффективности системы управления персоналом	168
<i>Юрченко А.В., Колесов Р.В.</i> Мультипортфельный подход к инвестированию.....	172

Иностранные торговые дворы в Ярославле: к постановке проблемы

Бородкин А.В., канд. ист. наук, доцент
*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Автор исследует проблему существования иностранных торговых дворов в Ярославле. Ярославль – крупный торговый центр Верхнего Поволжья. Активная общерусская и зарубежная торговля привлекала в Ярославль значительное число иностранных купцов. Которые были заинтересованы в получении здесь постоянных баз размещения (торговых дворов), опираясь на которые они могли бы вести активное торговое освоение региона. Создание баз для проживания торгового персонала, складских помещений, дополнительных служб не только уменьшали финансовые затраты, но и способствовали продвижению на сопредельные страны, получению контроля за новыми перспективными рынками.

Ключевые слова: Ярославль, иностранцы, купцы, торговый двор, XVII век.

Foreign trading yards in Yaroslavl: to the formulation of the problem

Borodkin A.V., candidate of historical sciences, associate professor
*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The author explores the problem of the existence of foreign trading yards in Yaroslavl. Yaroslavl is a large trading center of the Upper Volga region. Active all-Russian and foreign trade attracted a significant number of foreign merchants to Yaroslavl. They were interested in obtaining permanent accommodation bases (trading yards) here, relying on which they could conduct active commercial development of the region. The creation of bases for the residence of sales personnel, warehouses, additional services not only reduced financial costs, but also contributed to the advancement to neighboring countries, gaining control over new promising markets.

Keywords: Yaroslavl, foreigners, merchants, trading yard, XVII century.

Актуальность настоящего исследования определяется практически полным отсутствием комплексных обобщающих публикаций по проблеме. Ситуацию осложняет скудость источников и отсутствие археологических раскопок в принципиально интересных, с точки зрения предмета данного исследования, районах города.

Поэтому целью настоящей статьи является актуализация проблемы наличия и функционирования иностранных торговых дворов в Ярославле.

Применительно к Ярославлю, можно констатировать возможность исследования аннотированной проблематики начиная с XVI века.

Это, разумеется, не означает гипотетического наличия иностранных торговых дворов в Ярославле в более ранний период, например во время существования независимого княжества (до присоединения к Московскому государству). Однако аутентичные источники по данной проблеме исследователям не известны.

Таким образом, первые (на настоящее время) сведения о существовании в Ярославле иностранных торговых дворов следует отнести к периоду формирования единого централизованного государства и началу складывания Всероссийского рынка. Что, в свою очередь объясняет как инициативные функции центральных Московских властей, так и собственно вовлечение в этот процесс иностранных купцов, стремившихся активно участвовать в экспансии европейской торговли в страны Востока.

Двор (подворье) – самостоятельный элемент городской застройки. Как особый хозяйственный комплекс «дворы» в Ярославле прослеживаются по актовым грамотам со второй половины XV века.

С XVI века объект довольно части упоминается в актовом делопроизводстве. Например: «что их села и деревни в Ярославле и в городе дворы...» [2, с. 48-49].

Дворы были объектом купли, продажи, дарения и пожалования. «Князь Великий Иван Васильевич пожаловал спасского архимандрита Христофора с братией ... что их села и деревни в Ярославле и в городе дворы ...» (1467 г.) [3, с. 214-215].

До XV века в ярославской текущей документации упоминались лишь «княжеские дворы». «В лето 6730 (1221 г.) загореся град Ярославль... двор же князь силою креста часна ... избы огня» (1221 г.) [5, с. 445].

Иные дворы в текстах источников до XV века не упоминаются: «се аз, князь Василей Давыдович ярославский, докончал есмь с архимандритом Пимином про дом святого Спаса ... пожаловал людей святого Спаса в городе и в селах» [4, с. 204].

Источники позволяют исследователям говорить о наличии в Ярославле целого ряда дворов (подворий) с самыми различными функциями. Их могли использовать как место расселения торговых людей, складские помещения, размещения ссыльных и т.д. Обращает на себя внимание разница в статусе, например между просто торговым двором и Гостинным торговым двором.

Так, «в нынешнем, Государь, во 158-м (1650) году, генваря в 7 день ... приехали индейцы из Астрахани в Ярославль торговать с товары 5 человек ... и тех индейцев велели мы, холопи твои, поставить до твоего Государева указу на порожнем на Агленском дворе а таможенный голова Иван Голяков с товарищи поставили их на гостинном дворе без нашего, холопей твоих, ведома» [6, с. 127].

В данном случае не ясно, чем было вызвано размещение на «порожном Англинском дворе», проявлением уважения или необходимостью изолировать приезжих от остального купечества, например с целью надзора или досмотра.

Упомянутый выше Английский торговый двор существовал в Ярославле с 1587 г.

«Английские ж земли всех купцов и гостей пожаловали есмь Юшковским двором на Москве у Максима святого за торгом, и они на нем живут по старине, а держат на том дворе одново дворника русина или своего немчина, а иных людей русских не держат никого, да их же пожаловали есмь дворы в Ярославле, и на Вологде» [5, с. 79].

Время его окончательного закрытия исследователям не известно, но в 1650 г. он упоминается как «порожний» (пустой). Скорее всего, английский торговый двор перестал существовать в Ярославле уже с конца XVI — начала XVII века, поскольку в документации об осаде Ярославля поляками и иных документах «Смутного времени» он не упоминается.

К 1630 г. относится следующее описание: «да в Ярославле ж в остроге на посаде... двор гостиной, двор денежной ... да внутри городе и в остроге и за острогом на посаде на белых местах семь дворов монастырских, двор воеводской да два двора посланников вьсьезжие, три двора губных старост, и городского приказчика, да три двора ярославцев детей боярских, да сотника стрелецкова, да пять дворов Аглинские и Голанские земли гостей торговых Немец, четыре двора Московских гостей, семь дворов подъячих ... всего на белых местех шесдесят шесть дворов...» [8].

В 1687 г. в челобитной земского старосты Ивана Мякушкина упоминается «вотчинная пустошь Фрязинова в близи и с посадской грацкой землей смежна» Челобитная земского старосты Ивана Мякушкина

с товарищей о разрешении покупки земли к посаду Ярославля. Около 1687 г. [9].

Однако упоминание о пустоши Фрязиново не позволяет сделать вывод о наличии на этом месте итальянского (фрязского) торгового двора, поскольку речь в источнике может идти о частном земельном владении.

Сохранились упоминания о существовании в Ярославле «татарского двора» (двора, где некогда жили татарские царевицы) и др.

С «прежним татарским двором» (по одной из версий) связано пребывание в Ярославле семейства Мнишек со свитой.

«Указали нам дворы в предместье за валом, а именно четыре двора, в которых приказано остановиться панам: три вместе, а четвёртый поодаль. В одном остановился пан воевода с небольшим числом слуг, рядом, в другом – царица со свитою своею, в третьем, напротив, - пан староста Луковский и Саноцкий (брат Марины Мнишек). А в дальнем – пан староста Красноставский с сыном и со всею челядью. А другим дали дворы поблизости, в соответствии с числом их людей» [1, с. 19].

Позднее польским панам выстроили один большой двор, где могли поместиться все господа.

Таким образом, двор как особая хозяйственная единица появляется в ярославском актовом делопроизводстве со второй половины XV века. До XV века в ярославской текущей документации упоминались лишь «княжеские дворы».

Иностранцы торговые двору существуют в Ярославле с XVI столетия. Наиболее известен английский торговый двор.

Городские источники упоминают так же пять английских и голландских дворов «гостей торговых немец», однако установить точно их статус, принадлежность (частные владения или владения компании) и место расположения невозможно. Предположительно, дворы могли располагаться в особом районе города (за пределами собственно городской черты, в Кондаковской слободе), что не исключает и иных мест расположения.

К концу XVII века упоминания о них исчезают. В период петровских преобразований (начало XVIII века) упоминания о них носят ретроспективный характер как о «некогда существовавших» (бывших). Помимо них в Ярославле существовали иные объекты (дворы) выполнявшие скорее функции содержания ссыльных и размещения пленных (татарский двор, польские дворы и т.д.), позднее рабочие дворы (дворы, где размещались пленные шведы) и два двора «посланников съезжих».

Вполне возможно, что их довольно странное месторасположение (в Ярославле) могло объясняться существующими транспортными коммуникациями. Например, маршрутом въезда и выезда из России (Архангельск — Вологда — Ярославль — Москва). Однако более подробной информации о принадлежности этих дворов нет. Возможно, речь идет об упомянутых в тексте 1630 г. дворах послов (посольств) Англии и Голландии. По ряду объектов (пустошь Фрязино) единой идентификации нет.

Библиографический список

1. Дневник Марины Мнишек / В.Н. Козляков, А.А. Севастьянова. - СПб: Издательство «Дмитрий Буланин», 1995. - 294 с.

2. Жалованная несудимая грамота царя Ивана Грозного слободам Спасо-Яковлевского монастыря на посаде г. Ярославля. 1567 г. // Исторические акты Ярославского Спасского монастыря. Изданы И.А. Вахрамеевым. - М.: Синодальная типография, 1896. Т. 1. Княжие и царские грамоты. - 215 с.

3. Жалованная несудимая грамота великого князя Ивана Васильевича архимандриту спасо-яковлевского монастыря Христофору 1467 г. // Акты социально-экономической истории Северо-Восточной Руси конца XIV-начала XVI в. - М.: Изд. Академии наук СССР, 1964. Т. 3. № 204. - 687 с.

4. Жалованная тарханная и несудимая грамота ярославского князя Василия Давыдовича (Грозного) Спасо-Яковлевскому монастырю архимандриту Пимену // Акты социально-экономической истории Северо-Восточной Руси конца XIV-начала XVI в. - М.: Изд. Академии наук СССР, 1964. Т. 3. № 190. - 687 с.

5. Жалованная грамота царя Федора Ивановича английскому купцу Говарду с товарищами о разрешении свободной оптовой торговли в России и о дворах, отведенных англичанам для торговли (1587 г.). // Ярославль. История города в документах и материалах от первых упоминаний до 1917 г. Под ред. А.М. Пономарева. – Ярославль: Верхне-Волжское книжное издательство, 1990. - 430 с.

6. Отписка ярославского воеводы в Посольский приказ о приезде в Ярославль купцов с восточными товарами (1650 г.). // Ярославль. История города в документах и материалах от первых упоминаний до 1917 г. Под ред. А.М. Пономарева. – Ярославль: Верхне-Волжское книжное издательство, 1990. – 430 с.

7. Полное собрание русских летописей. - М.: Изд. Академии наук СССР, 1962. Т. 1. Лаврентьевская летопись. - 578 с.

8. Сотная выпись писцов Ивана Никитича Головина и подьячего Никона Федорова о посаде г. Ярославля. 1630 г. // Ярославские губернские ведомости, 1861. № 35.

9. Ярославские губернские ведомости, 1856. № 10.

УДК 908

Статус женщины в Верхнем Поволжье: к вопросу об исторических традициях региона

Бородкин А.В., канд. ист. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию эволюции повседневного и правового статуса женщины в Верхнем Поволжье. Автор исследует сохранившиеся аутентичные источники по проблеме и рассматривает эволюцию аннотированной проблематики. Верхнее Поволжье – это особый регион Древней Руси. Он характеризуется смешанным славянским и финно-угорским населением, переплетением исторических традиций и элементов разных культур. Правовой статус женщины в Верхнем Поволжье выше, чем на окружающих территориях. В настоящем исследовании автор предпринял попытку изучения возможных причин и эволюции данного явления в период Средних веков.

Ключевые слова: Ярославль, Верхнее Поволжье, женщина, статус, эволюция, традиции.

The status of a woman in the Upper Volga region: to the question of the historical traditions of the region

Borodkin A.V., candidate of historical sciences, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. This article is devoted to the study of the evolution of the everyday and legal status of women in the Upper Volga region. The author examines the surviving authentic sources on the problem and considers the evolution of the annotated problem. The Upper Volga region is a special region of Ancient Russia. It is characterized by a mixed Slavic and Finno-Ugric population, interweaving of historical traditions and elements of different

cultures. The legal status of women in the Upper Volga region is higher than in the surrounding territories. In this study, the author made an attempt to study the possible causes and evolution of this phenomenon during the Middle Ages.

Keywords: Yaroslavl, Upper Volga region, woman, status, evolution, traditions.

Актуальность настоящего исследования заключается в отсутствии комплексных обобщающих исследований по аннотированной проблеме. Поэтому целью данной статьи является, прежде всего, актуализация проблемы.

В качестве региона исследования выступает Верхнее Поволжье, в более локальной консолидации территория исторического (упомянутого в летописи) г. Ярославля. В качестве обоснования территориальной локации используется принцип наличия источников по проблеме.

В качестве рабочей гипотезы отметим, что статус женщины в Верхнем Поволжье (по аутентичным историческим источникам) был значительно выше, чем на прилегающих (соседних) территориях, а ее положение (по отношению к мужчине) не просто не фиксирует бесправного, униженного положения, но, напротив, очень часто превалирует над статусом мужчины.

Попытка объяснить данное положение изначальными традициями региона с апелляцией к его бытованию еще в языческий период истории не состоятельно, главным образом из-за отсутствия источников. Следовательно, в качестве предмета исследования необходимо использовать сохранившиеся (аутентичные) исторические источники, относящиеся к более поздней хронологической локализации [1].

Первым, по настоящему серьезным источником по проблеме, можно считать текстовый фрагмент из Ипатьевской летописи о восстании смердов в Ростовской земле, известное так же, как «первое упоминание» о Ярославле (1071 г.). Его текст широко известен.

«Бывши бо единою скудости в Ростовстей и вста два волхва от Ярославля, глаголюща: «яко ве свемы, кто обилье держит» - и поидоста по Волзе, где придоучи в погост ту же нача ста лучшие жены, глаголяща, яко си жито держит, а сии мед, а сии рыбы, а, сии скору.

И привожаху к ним сестры своя, и матери и жены своя, она же в мечте прорезавше за плечем, вынимаста любо жито, любо рыбы ... и убиваша ... много жены, имения их имаша себе...» [2, с. 445].

Прежде всего, обращает внимание явный «гендерный» аспект действий волхвов. Ряд исследователей пытались объяснить его тем, что в регионе восстания остались только жены, а мужья находились, в этот момент на княжеской службе (в дружине, в походах и т.д.). Что,

противоречит тексту сообщения, который констатирует, что: «и привожаху к ним сестры своя, и матери и жены своя», следовательно, мужья (на момент восстания) были дома [2, с. 445].

Попытка объяснить, что речь идет о беднейшем населении, тогда как богатые отсутствовали в регионе, так же не состоятельна. Поскольку сообщений об этом в тексте летописи нет.

Повествование начинается именно с констатации, что выступление было произведено именно «ту же нача ста лучшие жены», следовательно, выступление имело не имущественную, а гендерную направленность и это лучшие мужья приводили «сестры своя, и матери и жены своя». В крайнем случае термин «лучшие жены» позволяет идентифицировать «гендерно-имущественный» контекст повествования, в котором вопросы пола (женщины), по-прежнему превалируют.

Косвенно это подтверждается еще одним фрагментом летописи: «и речи има ... что ради погубите толико человек?».

Онима же рекшима ... яко си держать гобину, да аще истребиве, избеже вих, и будет обилье...» [2, с. 445].

Таким образом, движение, которое уничтожает «лучших жен», но не трогает «лучших мужей» не может носить антифеодальный характер, поскольку не имеет смысла.

Более прочную интерпретацию имеет попытка связать выступление волхов и религиозный компонент действия. Тем более что в тексте есть явные отсылки к языческому мотиватору движения: «рече има Ян: что вама бозе молвят?» [2, с. 445].

Поэтому, вполне логично выглядит попытка объяснить факт истребления женщин тем, что, приняв христианство женщины, относящиеся к местным «лучшим» людям стали прочным фундаментом новой религии. Не исключена, таким образом, месть волхов, которые привыкли опираться в прежнем языческом культе на женское население, как на влиятельный слой общества. С переходом женщин в христианство языческие волхвы лишились, таким образом, прежней опоры и пытаются заменить ее более склонным к внушению мужским населением. Однако это не более чем предположение, поскольку прямых доказательств в тексте данная линия не имеет.

Тем не менее, не исключая, такой возможности еще раз обратим внимание на то, что «мужья», которые приводили «жен и т.д.» к волхам, не выступали за возвращение язычества (старой веры), но самим фактом привода жен показывали свое согласие, что именно они являются причиной бедствия (голода, неурожая) в Ростовской земле.

Возникает искушение связать голод и неурожай в Ростовской земле с привязкой к языческому культу плодородия (в попытке переложить на женщин ответственность за неисполнение репродуктивной функции Земли и последовавший голод). Однако и это интерпретация не подтверждается текстом источника, поскольку разговор в нем идет о том, что «обилие» (запасы продовольствия в регионе есть), но женщины его «держат» т.е., не выдают. Причем, в качестве страдающей (ущемленной) стороны выступают мужчины, которые приводят на суд своих жен, сестер и матерей.

Кроме того, привод жен к волхвам напоминает практику «привода ответчика в суд» по Русской правде, т.е. доказывает, что мужья не могут решить дело самостоятельно, следовательно, их жены им не подвластны.

Судебный процесс по Русской Правде состоял из трех стадий. Первая стадия – «заклич» (объявление о совершенном преступлении).

Формально в качестве «заклича» может выступать текст: «бывши бо единою скудости в Ростовстей и вста два волхва от Ярославля, глаголюща: «яко ве свемы, кто обилье держит» [2, с. 445].

Вторая стадия – «свод». «И пойдоста по Волзе, где придоучи в погост ту же нача ста лучшие жены, глаголяща, яко си жито держит, а сии мед, а сии рыбы, а сии скору.

И привожаху к ним сестры своя, и матери и жены своя».

Третья стадия «гонение следа» (поиск доказательств и преступника, судебный процесс). «Она же в мечте прорезавше за плечем, вынимаста любо жито, любо рыбы ... и убиваша ... много жены, имения их имаша себе...» [2, с. 445].

Однако на этом сходство с «Русской Правдой» заканчивается, поскольку в части наказания действия волхвов ей существенно противоречили. «Если покраденное окажется налицо, то потерпевший возьмет свое, да взыщет еще с каждого вора по полугривне ...» [3, с. 14]. Тогда как волхвы ... «и убиваша ... много жены, имения их имаша себе...» [2, с. 445].

Отметим, что параллели действий волхвов и норм Русской Правды не случайны и нуждаются в более глубоком исследовании.

Археологические раскопки в Ярославле косвенно подтверждают наличие особого статуса женского населения в Верхнем Поволжье.

«Впервые во время раскопок Института археологии РАН в Ярославле были найдены вислые актовые печати из свинца, которые использовались для скрепления важных юридических документов ... вислые печати – довольно редкая находка в городах центральных районов Ростово-Суздальской земли. В Суздале за всю историю его археологического

изучения в XX веке найдены лишь две печати, во Владимире – шесть, в Ростове – две. В последнее десятилетие подобные вещи обнаружены при раскопках во Владимире и впервые – в Переславле-Залесском.

В Ярославле в 2017 году найдена уже пятая печать. Они обнаружены при спасательных раскопках, которые проводил Институт археологии РАН на территории Ярославского кремля (начальник экспедиции А.В. Энговатова) – древнейшей части города, расположенной на стрелке рек Волги и Которосли и ограниченной с северо-запада Медведицким оврагом (на участках Волжской набережной и у храма Николая «Рубленный город»).

Вторая личная печать найдена во время археологических работ при прокладке траншеи под коммуникации к Митрополичьим покоям на том же участке берега Волги, что и первая. На обеих сторонах печати также изображены святые – Константин и Мария. Изображение на печати двух святых, женщины и мужчины, указывает на то, что печать принадлежала женщине (второй святой указывает на её мужа). Находки женских печатей при раскопках вообще крайне редки.

Если у женщины была такая свинцовая печать, значит, она имела право самостоятельно распоряжаться имуществом. Владелицей найденной в Ярославле печати можно с большой вероятностью назвать княгиню – жену великого князя Владимирского Константина Всеволодовича» [4]. Таким образом, уже в начале XIII века Ярославская княгиня обладала собственной печатью, следовательно, имела право самостоятельного распоряжения имуществом. К каковому (имуществу) относилось и само Ярославское княжество. Следовательно, можно выдвинуть предположение о том, что ярославские княгини если не оспаривали право мужа на управление княжеством, то, как минимум, не видели необходимость доказывать законность собственных аналогичных притязаний. Рассматривая их как «само собой разумеющееся».

Во второй половине XIII века ситуация еще более обостряется. Широко известен фрагмент из жития Преподобных Федора, Давида и Константина (1262–1299 гг.). В котором говорится: «блаженный же князь Феодор ... прииде ко граду Ярославлю. Беяше же в граде сын его князь Михаил, и теща его, княгиня Ксения, и боляре его, прежде бывшие у него. Князь же Феодор хотяще в град внити в Ярославль, и не прияша его, но рекоша ему с града княгиня Ксения и боляре тако: мы не имамы таковаго обычая, что приезжих примати на княжение, есть у нас отчич князь Михаил. Святой же князь Феодор паки возвратися к Орде, и поиде в Орду к царю с жалобой...» [5].

Упоминание в тексте бояр «прежде бывших» у князя Федора позволяет констатировать, что значительная часть региональной элиты (бояре-

мужчины) не увидели в действиях вдовой княгини Ксении, не пустившей на княжение своего овдовевшего зятя (юридически законного правителя Ярославского княжества) ничего предосудительного.

Таким образом, сохранившиеся (аутентичные) письменные источники позволяют констатировать наличие в Верхнем Поволжье особого статуса у женского населения. Первое упоминание особого статуса женщины в регионе относится к 1071 г. Эволюция статуса относится к XII–XIII вв. Окончательное закрепление статуса в повседневной практике происходит в период монгольского завоевания.

Библиографический список

1. Бородкин А.В. «Ремесло историка»: патриотизм в курсе истории России // Сборник научных трудов III Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Экономика и управление: теория и практика». - Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2020. - С. 358-363.

2. Полное собрание русских летописей. - М.: Изд. Академии наук СССР, 1962. Т. 1. Ипатьевская летопись. - 578 с.

3. Русская Правда / Хрестоматия по истории государства и права России. Составитель Ю.П. Титов. - М.: Проспект, 2007. - 464 с.

4. Энговатова Э. Новости с раскопок. Ярославль открывает свои тайны. URL: <https://historyrussia.org/sobytiya/v-mire-arkheologii/novosti-s-raskopok-yaroslavl-otkryvaet-svoi-tajny-2.yandex.com>.

5. Ярославские епархиальные ведомости. 1875. № 37.

УДК 908

«Дела давно минувших дней». Фотография из семейного архива: люди и события

Бородкин А.В., канд. ист. наук, доцент
*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию фотографии, хранившейся в семейном архиве земского медика Ивана Андреевича Саввина. И.А. Саввин – основатель медицинского обслуживания населения села Колбино и Колбинской волости Коротоякского уезда Воронежской губернии. Настоящее исследование посвящено исследованию повседневной жизни дореволюционной российской провинциальной интеллигенции. Автор подробно описывает методику

поиска по фотографии, реконструкции обстоятельств появления фотографического снимка, описывает судьбу исторических лиц.

Ключевые слова: Колбино, фотография, И.А. Саввин, земство, П.А. Ржевский, медицина.

«Things of bygone days». Photo from the family archive: people and events

*Borodkin A. V., candidate of historical sciences, associate professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. This article is devoted to the study of photographs kept in the family archive of the zemstvo physician Ivan Andreevich Savvin. I.A. Savvin is the founder of medical care for the population of the village of Kolbino and the Kolbinsky volost of the Korotoyaksky district of the Voronezh province. This study is devoted to the study of the daily life of the pre-revolutionary Russian provincial intelligentsia. The author describes in detail the method of searching through photographs, reconstructing the circumstances of the appearance of a photograph, describes the fate of historical figures.

Keywords: Kolbino, photography, I.A. Savvin, zemstvo, P.A. Rzhevsky, medicine.

В архивном собрании нашего рода долгое время хранились несколько довольно необычных дореволюционных фотографий [1]. Люди, изображенные на них, не относились к членам нашей семьи, поэтому фотографии хранились, скорее из уважения к воле предков, собственно, и добавивших их в состав семейного архива [2].

Исторический поиск по ряду фотографий архивного собрания был затруднен отсутствием идентификационной подписи дарителя. Поэтому, объективно, автор настоящего исследования представляет лишь собственную версию идентификации лиц, изображенных на фотографии. Прежде всего, необходимо отметить, что на фотографии изображена (предположительно) супружеская пара (в отличие от всех иных фотографий). Следовательно, фотография не совсем обычна. Это не традиционное «представительское» фото, для кабинета скорее, семейное. Посвящение (адресация) есть, а подпись на фотографии отсутствует, что делает, дальнейшее исследование гипотетичным (предположительным).

Однако именно отсутствие подписи позволяет предположить, что лица, изображенные на фотографии, прекрасно известны адресанту

фотографии и в представлении не нуждаются. Что, в свою очередь предполагает относительно близкое знакомство. Это, в свою очередь, позволяет предположить, (с учетом того, что все иные фотографии принадлежат лицам, с которыми И. А. Саввин пересекался по служебной деятельности и (или) являлся их земляком), что на фотографии изображены лица (скорее всего), проживающие в Коротояжском уезде. Точнее, в Коротояжском уезде в окрестностях Колбинской волости.



Фотография. 24 декабря 1903 г.

Поскольку все фотографии (данной части семейного архива) относятся к профессиональной деятельности И.А. Саввина в Коротояжском Земстве, вполне логично предположить, что и эта фотография не исключение. Таким образом, в качестве рабочей гипотезы предположим, что фотография принадлежит лицам, близко знакомым с И. А. Саввиным, проживающим в Коротояжском уезде возможно, связанны с ним работой в уездном Земстве.

На этом этапе поиска необходимо еще раз обратить внимание на «семейность» фотографии, т.е. на наличие на фотографии женщины. Вполне возможно, что ее присутствие на фотографии не случайно. Например, ее наличие предполагает отсылку к какому-то важному (известному) событию (ситуации) и т.д.

Тем более что подпись на обратной стороне фотографии принадлежит, вероятно, обоим супругам. Фраза: «на добрую память» написана иным почерком чем, «Ивану Андреевичу Саввину 24. XII 1903 г.». Предположительно, первой, была сделана надпись: «Ивану Андреевичу Саввину 24. XII 1903 г.». Вероятно, текст был написан мужчиной. Надпись сделана четко, уверенно. Буквы тщательно прописаны, правильно произведено центрирование текста, в целом, это типичный образец «мужского» почерка, человека, явно получившего хорошее домашнее образование или выпускника классической гимназии. Возможно, чиновника, привыкшего работать с документами или представителя

правлящего класса (дворянина). Правильное написание текста, для него, дань традиции (статуса и позиционирования), а не средство получения дохода (заработка).

Затем, вероятно, чтобы смягчить некую сухость текста (излишнюю «официальность») женщиной была сделана приписка: «на добрую память». Второй почерк существенно отличается от первого. Буквы имеют иной наклон, расстояние между словами эмоциональны (различны по длине). В надписи нет плавности, вензелей, изящных элементов сочетания литер, начало надписи отличается по ширине строки (размеру) от окончания. Надпись не центрована, ее окончание имеет тенденцию к движению вверх, как это бывает, если автор торопится и боится «не вписаться» в пространство относительно уже существующего (внизу) текста и т.д. В целом, в надписи нет изящества, скорее она принадлежит человеку иного социального слоя. Для него владение письменной речью инструментально, повседневно. Любопытно, что в приписке, первоначально, была допущена орфографическая ошибка. Не был поставлен мягкий знак (ь) в окончании слова «память». Ошибка исправлена мужчиной, который, вероятно, зная о таких ошибках дамы, проверил текст посвящения перед передачей фотографии.

Настораживает то, что фотография семейной пары не имеет традиционной подписи: «госпожа и господин N» или «NN и NN N-ские» и т.д. Кроме того, фотография сделана на дорогой (мелованной) бумаге, в нижнем левом углу фотографии располагается небольшой знак: «MOSCOW. C-W-Э. PRIVATE». Возникает вопрос зачем нужно было ехать из Воронежской губернии в Москву и делать фотографию «PRIVATE», если это действительно семейная пара?

Вполне закономерно возникает предположение, что это мorganатический брак, что косвенно подтверждает отсутствие общей «семейной» подписи на фотографии. Возможно, так же, что фотография была сделана именно после регистрации брака (сведений о расторжении более раннего брака не сохранилось) или, скорее всего, обручения. На это указывает поза женщины на фото. Именно так лучше всего видна ее правая рука с кольцом (или перстнем) на безымянном пальце. И именно в данной позе правая рука женщины находится в непосредственной близости от правой руки мужчины (на безымянном пальце которого так же находится кольцо). Что, вполне вероятно, свидетельствует о желании женщины позиционировать свое положение как супруги. Однако факт подарка означает, то, что адресат, как минимум был посвящен в тайну и оказал некие услуги (вполне вероятно, медицинского характера) и сохранил тайну их оказания. Кроме того, услуга должна была быть оказана лицу «с

положением». Такому, например, как Председателю Коротоякской уездной Земской Управы - (с 1892 по 1904 гг.) П.А. Ржевскому. Фотография датирована 24 декабря 1903 г., т.е. временем исполнения П.А. Ржевским этой должности [3, с. 91-93].

Косвенным подтверждением данной версии служат сведения Коротоякского уездного предводителя дворянства Воронежской губернии (1892–1903 гг.), Л.М. Савелова, который в своих «Воспоминаниях», описал сыновей своего соседа – дворянина А.К. Ржевского – Владимира и Павла. Применительно к предмету исследования настоящей статьи: «второй, Павел, был далеко, не так умел, как брат, но по своим внутренним качествам был вполне родным братом. Женившись на дочери острогожского купца Селезнева ..., он превратился в того же торгаша, как и его тесть ...

Селезнев торговал железным товаром, и Павел Алексеевич одно время сидел в лавке, продали они какую-то чугунную трубу и погрузили на железную дорогу. Там её в первую же ночь украли, и воры тащили её мимо селезневской лавки, сторож признал трубу и отобрал, наложивши вору или ворах по шее, по распоряжению Павла Алексеевича трубу вновь сдали на железную дорогу, а за якобы пропавшую взыскали с железной дороги деньги» [4, с. 455-456].

В данном случае автора настоящего исследования интересуют не забавные «приключения с трубой», талантливо (и язвительно) описанные одним соседом И.А. Саввина, а упоминание о браке П.А. Ржевского (другого соседа). Однако если бы на фотографии была изображена урожденная г-жа Селезнева (род. ок.1878 - не ранее 1917 гг.) в замужестве (с 1896 г. Ржевская), то в законном браке, вполне закономерно фотография была бы подписана: «Мария Матвеевна и Павел Алексеевич Ржевские». Тогда как каковой подписи нет. Ситуацию проясняет Л.М. Савелов, который упоминает, что: «наплодивши с Селезневой детей, Павел Ржевский бросил ее и завел любовницу» [4, с. 456-457].

С учетом того, что Павел Алексеевич Ржевский 1913 г., продал имение Сасовка и переехал на юг России, а фотография была подарена нашему прадеду И.А. Саввину 24 декабря 1903 г., логично идентифицировать даму на фотографии как упомянутую Л.М. Савеловым любовницу. Что, вполне объясняет отсутствие общей (семейной) подписи на фотографии. Поместье П.А. Ржевского (Сасовка) граничило со слободой Колбино. В Колбино проживал и работал И.А. Саввин. Сасовка (или хутор Ржевский), как его ранее называли, входила в состав медицинского участка И.А. Саввина. Следовательно, И.А. Саввин был довольно близко знаком с П.А. Ржевским и по работе в Коротоякском уездном Земстве и «по-соседски» и, возможно

лечил своего высокопоставленного соседа. Оба служили когда-то в гвардейской кавалерии. Несмотря на сословную разницу (дворянин П.А. Ржевский вышел в отставку в первом обер-офицерском чине корнета, разночинец И.А. Саввин в чине подпрапорщика), вполне возможно имели схожие интересы. В память о важной услуге (скорее всего, медицинской) П.А. Ржевский и его последняя любовь и презентовали в качестве знака благодарности свою совместную фотографию соседу И.А. Саввину.

Возможно, подарок был сделан с условием сохранения некоей тайны. Если так, то И.А. Саввин сохранил данное обещание, имя последней возлюбленной П.А. Ржевского осталось не известным.

Библиографический список

1. Бородкин А.В., Бахтинова С.Б. К вопросу об обновленческом расколе в Воронежской губернии (история одной фотографии из семейного архива) // Наука и общество: проблемы и перспективы развития. Материалы IV Межрегиональной научно-практической конференции научно-педагогических работников. – Ярославль: ЯФ МФЮА, 2017. - С. 58-62.

2. Бородкин А.В., Бахтинова С.Б. Воронежские дворяне Ровневы и их вклад в развитие Коротоякского земства (история фотографии из семейного архива) // Наука и общество: проблемы и перспективы развития. Материалы V Межрегиональной научно-практической конференции научно-педагогических работников. – Ярославль: ЯФ МФЮА, 2018. - С. 14-22.

3. Памятная книжка Воронежской губернии за 1903 г. Составлена под ред. Д.Г. Тюменева. – Воронеж: издание Воронежского Губернского Статистического Комитета, 1903. - 602 с.

4. Шаповалов В.А. Поместное дворянство Европейской России в 50-90-е гг. XIX века (по материалам центрально-черноземных губерний). - Белгород: издательский дом «Белгород», 2014. – 610 с.

УДК 93

Старобрядческий опыт привлечения кадров: к постановке проблемы

Бородкин А.В., канд. ист. наук, доцент

Царева А.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию так называемого «старообрядческого рекрутинга». Это уникальная практика привлечения кадров в целый ряд отраслей (торговля, банки, экономика, финансы) с целью их продвижения на руководящие посты. В результате в организации складывается совершенно особая производственная вертикаль власти коммуникаций, основанных на конфессиональной солидарности. Авторы исследуют механизмы вербовки и привлечения кадров, их профессиональной подготовки и переподготовки, карьерного продвижения и инкорпорации. Результатом данного механизма стало формирование особого имиджа жизненной успешности по средствам принадлежности к старообрядчеству.

Ключевые слова: старообрядчество, кадры, привлечение, опыт, рекрутинг, история.

The old believer experience of attracting personnel: toward a problem statement

Borodkin A.V., candidate of historical sciences, associate professor

Tsareva A.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. This article is devoted to the study of the so-called "Old Believer recruiting". This is a unique practice of attracting personnel to a number of industries (trade, banks, economics, finance) in order to promote them to leadership positions. As a result, a very special production vertical of the power of communications based on confessional solidarity is being formed in the organization. The authors explore the mechanisms of recruitment and attraction of personnel, their professional training and retraining, career advancement and incorporation. The result of this mechanism was the formation of a special image of success in life by means of belonging to the Old Believers.

Keywords: old believers, personnel, attraction, experience, recruiting, history.

Актуальность настоящего исследования определяется практически полным отсутствием комплексных обобщающих публикаций по проблеме. Между тем проблема выбора кадровых стратегий, привлечения квалифицированных и неквалифицированных трудовых резервов продолжает привлекать пристальное внимание отечественных исследователей [1, с. 67-68]. Применительно к оригинальным наработкам

привлечения кадров необходимо отметить, уникальный механизм, созданный российскими старообрядцами. В его основе лежали значительные финансовые средства и оригинальный принцип управления ими. Старообрядцы практиковали дуалистический принцип привлечения кадров [2].

Во-первых, из числа старообрядцев других толков и согласий. Дистанцированных между собой множеством несовпадений в догматике и культуре, но, формально относящихся к одному течению «ревнителей древнего благочестия», а, следовательно, настроенных оппозиционно к существующей господствующей религиозной модели.

Во-вторых, из числа приверженцев Русской Православной церкви Московского Патриархата (никониан) и близких (отчасти) к ним единомышленников.

В первом случае в качестве агитационного инструментария предлагались социальные лифты, возможность самореализации, и карьерного роста при сохранении общей принадлежности и протестному инакомыслию (старообрядчеству). Существовала особая селекция кадров. Она заключалась в отслеживании талантливых детей и постепенное распределения их по направлениям будущей деятельности: ремесло, предпринимательство, торговля, иконопись, книжное дело и т.д. В ряде случаев талантливый ребенок мог быть выучен на деньги старообрядческой общины. При этом особое внимание уделялось будущим финансистам и предпринимателям, которых община, фактически, поддерживала и продвигала. В целом ряде случаев такие выдвиженцы, фактически обучались и воспитывались на средства старообрядческих общин или отдельных представителей (купцов, заводчиков, банкиров, финансистов) и т.д.

Заняв определенные карьерные «высоты» эти люди создавали собственные организации (компании, корпорации, торговые дома и т.д.), в свою очередь община направляла на работу в такие организации своих рядовых членов. Они проходили профессиональную стажировку, получали образование, приобретали опыт работы по специальности и т.д. Из них рекрутировался средний слой старообрядческого предпринимательства (торговые агенты и представители на местах, менеджеры и управленцы «среднего звена», посредники и т.д.) [5].

Так создавалась непрерывная цепочка поставки (подготовки и переподготовки) кадров, в которой каждый из привлеченных являлся одновременно и работником, и вербовщиком других трудовых резервов. Кроме того, все это способствовало приданию старообрядческим общинам особой привлекательности и респектабельности, что, фактически, являлась

частью стратегии продвижения торгово-промышленного бренда. Особое внимание уделялось внешнему виду работников. Опрятность, чистота, аккуратность в одежде. Аксессуары (часы с цепочкой, платок, кошелек, визитные карточки), качественная обувь и т.д. Все это (само по себе) являлось рекламой принадлежности к старообрядчеству. Пройдя необходимое обучение, молодые талантливые старообрядцы получали «подъемные» (безвозмездные субсидии) от хозяина-единоверца. На эти средства молодые старообрядческие предприниматели получали возможность создать собственное предприятие. Так создавались известные старообрядческие династии: Рябушинских, Морозовых и др. Представители, которых, активно работали в российском земском движении до 1917 года.

Во втором случае практиковалась методика материального стимулирования кадров, т.е. «перекупка» их из «новообрядчества» в старообрядчество путем ссуд, премий, высоких зарплат и возможности самостоятельного распоряжения капиталами старообрядческой общины, если претендент соглашался на переход в старообрядчество [3].

Аналогичные практики применялись, например, при стимулировании перехода из православия в протестантизм (лютеранство, протестантские деноминации), например, в общинах немецких колонистов в России. Не случайно, что органы полиции должны были отслеживать факты такого рода и незамедлительно сообщать о них «по инстанции».

Разумеется, главными объектами внимания, в этом случае, были представители талантливой купеческой общины, дальнейшая коммерческая деятельность которых могла быть полезной для усиления финансового благополучия новой религиозной общины [7].

Поэтому российские власти довольно пристально следили за всеми случаями смены вероисповедания и законодательно запретили данную методику [6].

В то же время старообрядцы продолжали подобную практику, фактически до 1917 г., выдавая факт перехода за индивидуальное решение самого человека [4].

Библиографический список

1. Бородкин А.В., Кваша В.А., Козлова Д.А., Трубникова А.А. Отечественный опыт привлечения трудовых ресурсов в целях реализации масштабных инфраструктурных государственных проектов: монография. / Под ред. В.А. Кваши, А.В. Юрченко. - Ярославль: ООО «ПФК «СОЮЗ-ПРЕСС», 2022. - 290 с.

2. Бородкин А.В. «Три кита русской интеллигенции». К вопросу о «конфедеративности» термина // Материалы XV международной научной

конференции «Интеллигенция и церковь: прошлое, настоящее, будущее». – Иванов: ИвГУ, 2004. - С. 52-54.

3. Бородкин А.В. К вопросу о становлении банковской системы в России / «Актуальные проблемы современной экономической науки». Материалы I научной конференции. – Ярославль: ЯФ РГГУ, 2006. - С. 94–99.

4. Бородкин А.В. Новый опыт осмысления наследия Российского земства / «Трефолевские чтения». Материалы научной межвузовской конференции. – Ярославль: ВООПиК, 2006. - С. 32–35.

5. Бородкин А.В. Русское старообрядчество конца XVII – начала XX вв.: опыт социального партнерства в образовательной сфере / «Социальное партнерство в образовательной сфере: опыт, проблемы и перспективы развития». Материалы IV международной научной конференции. – Ярославль: ЯФ АТИСО, 2007. - С. 222–229.

6. Бородкин А.В. «Труд благой и брашно вечное». Этапы формирования старообрядческой экономической модели в XVII–XX вв.» / «Актуальные проблемы современной экономической науки». Материалы II межрегиональной научной конференции. – Ярославль: ЯФ РГГУ, 2007. - С. 68–74.

7. Бородкин А.В., Колесов Р.В., Трубникова А.А. Роль бизнеса в повышении уровня социальной защищенности населения: исторический аспект // Аудиторские ведомости. 2022. № 1. С. 106-110.

УДК 005.54

Сущность и содержание основных методов управления персоналом в организации

Гультяев В.Е., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А. Д., д-р экон. наук, профессор

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

Аннотация. В представленной статье авторы рассматривают основные методов управления персоналом в организации, такие как экономические, административно-правовые, социально-психологические, а в основе каждого из методов лежат определенные законы и соответствующие способы воздействия на персонал.

Ключевые слова: методы управления, персонал, экономические методы, административно-правовые методы, социально-психологические методы.

The essence and content of the main methods of personnel management in the organization

Gulyaev V.E., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

Yaroslavl higher military school of air defense

Abstract. In the presented article, the authors consider the main methods of personnel management in the organization, such as economic, administrative-legal, socio-psychological, and each of the methods is based on certain laws and appropriate ways of influencing personnel.

Keywords: management methods, personnel, economic methods, administrative and legal methods, socio-psychological methods.

Управление персоналом представляет собой систему методов, применение которых позволяет эффективно осуществлять это сложное направление деятельности в организации. В свою очередь, методы управления - это способы воздействия на персонал с целью повышения эффективности труда, а значит, достижения стратегически важных целей организации [1, с. 60]. В настоящее время нет неких обязательных методов управления персоналом, одинаково эффективно подходящих для любой компании, но можно сформировать общие рекомендации по применению известных методик.

Итак, выделяют несколько методов управления персоналом в организации. В основе экономических методов лежат правильное использование экономических законов, хозяйственные расчеты и соответствующие способы воздействия на персонал. Данные методы являются ключевыми, поскольку отвечают интересам рыночных отношений. Рассмотрим наиболее популярные формы экономического воздействия на персонал (табл. 1).

К числу экономических форм воздействия на персонал относятся акции, ценные бумаги, облигации, дивиденды, кредитные карты и пр. К слову, эффективность воздействия методов подобного характера зависит от таких факторов, как форма собственности организации, система материального вознаграждения, налоговая политика, рынок рабочей силы.

Психологические методы основываются на знании психологии человека и играют важную роль в работе с персоналом, поскольку направлены на конкретную личность того или иного сотрудника и, как правило, строго индивидуальны. Назовем несколько их разновидностей:

Таблица 1 - Формы экономического воздействия на персонал [5, с. 101]

Хозяйственный расчет	Оплата труда
<p>Метод базируется на соизмерении затрат организации (производство продукта - объем продаж, выручка), полном возмещении производственных расходов за счет полученных доходов, экономном расходовании ресурсов и материальной заинтересованности работников в результатах труда.</p> <p>В основе хозрасчета лежат экономические нормативы и подсчет фактических затрат на производство продукта.</p> <p>Метод является стимулирующим, поскольку позволяет совмещать интересы организации с интересами подразделений и работников.</p> <p>Хозяйственный расчет применяют самостоятельные (компании - производители собственного товара, услуги) и самокупаемые (отсутствие дотаций, бюджетного финансирования) предприятия.</p> <p>Материальное стимулирование определяется путем установления уровня вознаграждения (зарплата, премии), компенсаций и льгот. Зарботная плата имеет основополагающее значение для работников, работодателей и государства в целом и такое управление ведет к развитию производства.</p>	<p>Является основным мотивом трудовой деятельности и денежным измерителем стоимости рабочей силы, что обеспечивает связь между результатами труда и его процессом, а также отражает объем и сложность труда.</p> <p>При этом дополнительная заработная плата позволяет учесть сложность и квалификацию труда, совмещение профессий и др.</p> <p>Например, вознаграждение определяет особый вклад работника в конечный результат его труда в определенные сроки. Премия же связывает результаты труда каждого подразделения (работников) с прибылью.</p> <p>Материальная помощь выплачивается в виде компенсаций в чрезвычайных или экстремальных ситуациях (смерть сотрудника или его ближайшего родственника, несчастный случай, свадьба, рождение ребенка и т.п.).</p> <p>Материальные льготы и привилегии сотрудникам — это либо элементы вознаграждения, либо компенсации, предоставляемые в дополнение к личным формам оплаты труда.</p>

1. Психологическое планирование — это способ формирования психологического состояния коллектива предприятия. Предполагает постановку целей развития, определение психологических нормативов и отслеживание достижения конечных результатов: формирование команд; выстраивание профессиональной карьеры работников на основе их психологического соответствия должности; формирование личной мотивации людей исходя из философии предприятия; снижение уровня конфликтов (скандалов, стрессов); формирование корпоративной культуры [3, с. 71].

2. Психологическое воздействие. К таким способам относят необходимые и разрешенные законом приемы воздействия на людей для

координации их деятельности. Такими приемами могут быть [4, с. 125]: внушение - психологическое воздействие на подчиненного со стороны руководителя; убеждение основанное на аргументированном и логическом воздействии на сотрудника для достижения поставленных целей, устранения конфликтов; поощрение к подражанию, как способ воздействия на отдельного сотрудника, при котором поведение руководителя или иного лидера является примером для других; побуждение - это форма морального воздействия, повышающего социальную значимость сотрудника в коллективе с помощью акцентирования внимания на положительных качествах, опыте, квалификации этого человека; похвала - позитивный психологический прием, в ряде ситуаций оказывающий более сильное воздействие, чем осуждение; осуждение - прием психологического воздействия на сотрудника, допускающий унижающее мнение и негативную оценку результатов труда; принуждение - это форма психологического воздействия, при котором сотрудника заставляют выполнять определенную работу против его воли и желания; требование обладает силой распоряжения и может быть эффективным в случае, когда руководитель пользуется непререкаемым авторитетом; командование - мера воздействия, в основе которой лежит точное и быстрое исполнение поручений без обсуждений и замечаний; намек - это прием косвенного убеждения посредством шутки, иронического замечания, аналогии; просьба (достаточно распространенная форма неформального общения) - эффективный метод руководства, поскольку воспринимается подчиненным как дружеское распоряжение, демонстрирует уважительное отношение к его личности; совет - это психологический метод, сочетающий просьбу и убеждение.

Главной особенностью психологических методов является обращение к личности, интеллекту, чувствам для того, чтобы направить внутренний потенциал человека на решение конкретных задач рабочего процесса предприятия.

Социологические методы позволяют установить назначение и место сотрудников в коллективе, выявить лидеров, связать мотивацию людей с конечным результатом их деятельности, обеспечить эффективные коммуникации и решить конфликты в коллективе.

К числу социологических методов управления относят социальное планирование, социологические исследования, оценку личностных качеств, мораль, партнерство, соревнование, управление конфликтными ситуациями. Несколько слов о некоторых из них.

Социальное планирование выражается в формировании социальных

критериев, разработке социальных нормативов (уровня жизни, оплаты и условий труда). Социологические исследования являются инструментом работы с сотрудниками и обеспечивают специалистов кадровых служб необходимыми данными для подбора, оценки, адаптации и обучения персонала. Социологические исследования представлены в виде анкетирования, наблюдений, собеседования и т.п. Партнерство обеспечивает разносторонние формы коллективных взаимоотношений (деловые, дружеские) и строится на основе взаимовыгодных приемов сближения (убеждения, подражания, просьб, советов и т.д.).

Соревнование проявляется в стремлении людей к успеху, достижениям, самоутверждению и лидерству.

Административные методы воздействия на персонал основаны на власти, дисциплине и взысканиях и ориентированы на то, что работник осознает необходимость дисциплины труда, культуры трудовой деятельности. Отличаются строгим характером воздействия - любой административный акт подлежит обязательному исполнению.

Административные методы опираются на чувство долга, ответственности сотрудников и по характеру воздействия условно делятся на две группы.

Организационный характер воздействия: издание внутренних локальных актов, таких как коллективный договор, правила внутреннего трудового договора, должностная инструкция [2, с. 56]. Исполнение этих документов предписывается приказом руководителя и является обязательным; указание руководителя (как правило, в устной форме), направленное на урегулирование процессов; наставление - объяснение руководителем сотруднику целесообразности выполнения какой-либо задачи или методики ее выполнения.

Методы с распорядительным характером воздействия представлены в виде приказов и распоряжений.

Административные методы действуют в предприятиях различных форм собственности. Они обязательны, если, например, нарушение сроков исполнения того или иного документа может негативно сказаться на деятельности организации в целом.

Таким образом, неотъемлемой частью системы менеджмента современного предприятия является особый вид управленческой деятельности, объектом которой является коллектив работников, получивший название управление персоналом. Правильно и эффективно организованная система управления персоналом оказывает порой определяющее значение для повышения эффективности финансово-

хозяйственной деятельности, что и требует более повышенного внимания к ее планированию и совершенствованию.

Библиографический список

1. Кваша В.А. Основы теории менеджмента: учебное пособие / В.А. Кваша, Е.В. Горгола, А.В. Золотарева. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский гос. пед. ун-т им. К.Д. Ушинского», 2021. - 125 с.

2. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55-64.

3. Котряхова Е.А. Процесс формирования системы ключевых показателей эффективности организации / Е.А. Котряхова, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 12. С. 69-77.

4. Юрченко А.В. Роль инновационного проекта в развитии экономики предприятия / А.В. Юрченко, А.Д. Бурыкин // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2015. № 4. С. 124-138.

5. Юрченко А.В. Роль реструктуризации в процессе реализации инновационной стратегии развития фирмы / А.В. Юрченко, А.Д. Бурыкин // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2015. № 3. С. 93-104.

УДК 336.77.067

Обзор рынка жилищного кредитования в Российской Федерации

Ермоленко М.О., Гутоп А.А., Иванов Э.В., Шумилов Е.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрена динамика объема выданных ипотечных жилищных кредитов, а также структура портфелей по федеральным округам.

Ключевые слова: ипотечные жилищные кредиты, объем, федеральный округ, ключевая ставка.

Overview of the housing lending market in Russian Federation

Ermolenko M.O., Gutop A.A., Ivanov E.V., Shumilov E.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors examined the dynamics of the volume of issued mortgage housing loans, as well as the structure of portfolios by federal districts.

Keywords: mortgage loans, volume, federal district, key rate.

Рынок кредитования активно набирает обороты начиная с 2019 года, когда процентные ставки восстановились после валютного кризиса 2014 года, а также стали реализованы меры поддержки граждан и были активизированы государственные программы.

Жилищное кредитование традиционно является востребованным в Российской Федерации, особенно в условиях развивающегося рынка строящегося жилья.

По итогам 2021 года было выдано 1 900 000 ипотечных жилищных кредитов на общую сумму 5,7 трлн. руб., что является историческим максимумом начиная с 2009 года. На рисунке 1 приведена динамика объема выданных ипотечных жилищных кредитов.

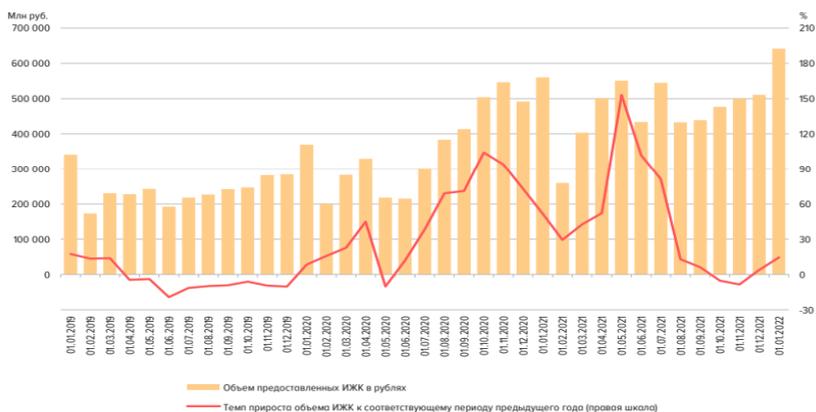


Рисунок 1. Объем выданных ипотечных жилищных кредитов в РФ [1]

Увеличение объема портфеля ИЖК в 2021 года относительно 2020 года составило 28,2%. В первую очередь это было обусловлено реализации государственных программ на приобретение нового жилья и семейной ипотеки.

Во-вторых, в 2021 году влияние пандемии стало более умеренным, что позволило заемщикам оценивать реальную экономическую ситуацию и планировать дорогостоящие покупки.

Кроме этого, необходимо обратить внимание на снижение процентных ставок по ИЖК в 2021 году, относительно предыдущего периода. По

итогам 2021 года размер средневзвешенной процентной ставки по ИЖК составил 7,47% несмотря на увеличение размера ключевой ставки в течение 2021 г. Декабрь ежегодно лидирует по объему выданных кредитов, объем выданных жилищных кредитов составил 645,1 млн. руб., против ноября в сумме 510,6 млн. руб.

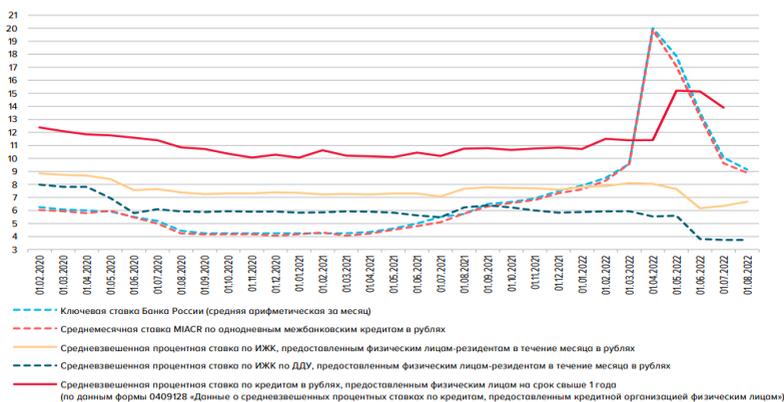


Рисунок 2. Динамика процентных ставок по ИЖК [1]

Традиционной является и статистика в разрезе федеральных округов, лидером в которой является Центральный федеральный округ, а именно город Москва с общей суммой в размере 875,6 млрд. руб., Московская область - 481,1 млрд. руб., а наименьший спрос зафиксирован в Северо-Кавказском федеральном округе (рис. 3).

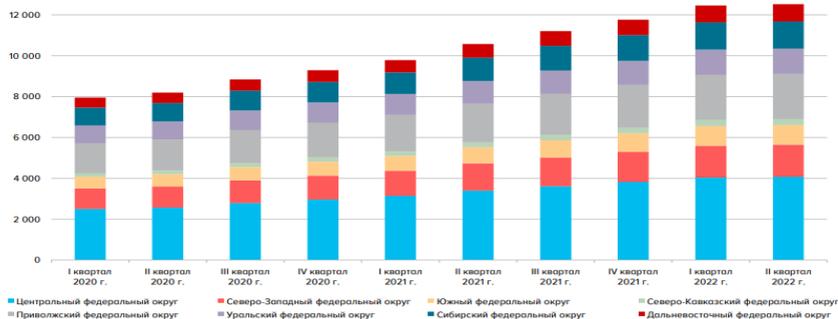


Рисунок 3. Динамика объемов выдачи ИЖК в разрезе федеральных округов [1]

Кроме этого, важно отметить, что по итогам 2021 года средний размер ИЖК составляет 3 млн. рублей, что на 0,5 млн. руб. выше, чем по итогам 2020 года.

Подводя итог важно отметить, что рынок ипотечного жилищного кредитования находится в постоянном развитии. Более 70% совершенных сделок купли-продажи недвижимости осуществляются при помощи ИЖК.

Оценить динамику 2022 года в настоящее время сложно, при этом очевидным является тот факт, что размер средневзвешенной процентной ставки будет значительно выше, чем по итогам 2021 года. Это в первую очередь обусловлено резким повышением размера ключевой ставки в марте 2022 года, которое повлекло за собой повышение процентных ставок по ИЖК.

Библиографический список

1. Обзор ключевых показателей рынка ИЖК [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/.

УДК 330.101

Анализ и динамика результатов деятельности микрофинансовых институтов по итогам 2019-2021 годов

Ермоленко М.О., Шумилов Е.А., Иванов Э.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В статье авторами рассмотрена структура портфеля займов микрофинансовых организаций, а также проанализирована динамика результатов их деятельности.

Ключевые слова: микрофинансовые организации, структура, чистая прибыль, займ, портфель.

Analysis and dynamics of the performance of microfinance institutions in 2019-2021

Ermolenko M.O., Shumilov E.A., Ivanov E.V.

Financial University under the Government of the Russian Federation, Yaroslavl branch

Abstract. In the article, the authors considered the structure of the portfolio of loans of microfinance organizations, and also analyzed the dynamics of the results of their activities.

Key words: microfinance organizations, structure, net profit, loan, portfolio.

Рынок микрофинансовых институтов в последнее десятилетие постоянно развивается: увеличивается количество микрофинансовых организаций, ужесточаются требования к выдаче займов, регламентируется порядок работы с просроченной задолженностью.

Тем не менее ситуация, складывающаяся в 2021 году с высоким потребительским спросом при высоком уровне инфляции, побуждала физических лиц пользоваться услугами микрофинансовых организаций в большем объеме, чем в 2020 году. По итогам 2021 года объем портфеля микрозаймов составил 329 млрд. руб., увеличившись на 32% относительно предыдущего периода (рис. 1).

Приведенные данные на рисунке 1 свидетельствуют, что в структуре портфеля микрозаймов в большей степени заемщиками являются физические лица, выдача которым составила 266 млрд. руб. по итогам 2021 г. (включая POS, IL, PDL). На портфель индивидуальных предпринимателей приходится 32 млрд. руб., а юридические лица позаимствовали 31 млрд. руб.



Рисунок 1. Структура портфеля выданных микрозаймов в РФ [1]

Аналогичная динамика сохраняется за весь исследуемый период, при этом важно отметить, что деление физических лиц на категории POS и IL реализуется только с 2021 года. В течении 2019 и 2020 годов наибольший удельный вес в качестве заемщиков в структуре выданных займов занимают физические лица, их вклад составляет в 2019 году 64%, юридические лица – 25% и индивидуальные предприниматели – 11%, а в

2020 году физические лица позаимствовали – 76%, индивидуальные предприниматели – 13%, а юридические лица – 11%.

Несмотря на то, что основным направлением деятельности микрофинансовых организаций является выдача займов, тем не менее они активно привлекают денежные средства во вклады (рис. 2).

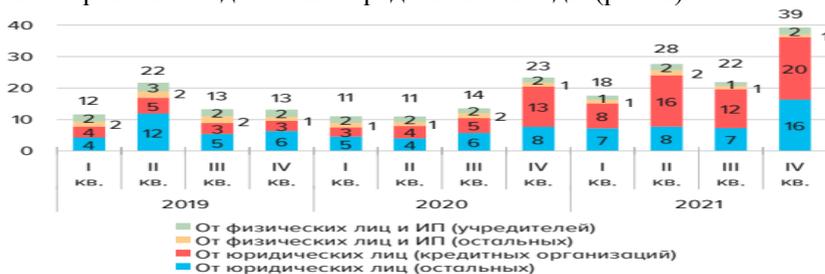


Рисунок 2. Структура портфеля привлеченных денежных средств [1]

В течение 2021 года микрофинансовые организации привлекли для размещения наибольшее количество денежных средств относительно 2019 и 2020 годов. Увеличение объема привлеченных средств составило 26 млрд. рублей. При этом важно отметить, что наибольший удельный вес по размещению денежных средств приходится на юридических лиц, являющихся кредитными организациями, их объем составляет 20 млрд. руб., остальных юридических лиц – 16 млрд. руб., на долю индивидуальных предпринимателей приходится 2 млрд. руб. и физических лиц только 1 млрд. рублей.

На рисунке 3 представлена динамика объема чистой прибыли микрофинансовых организаций за 2019-2021 года.

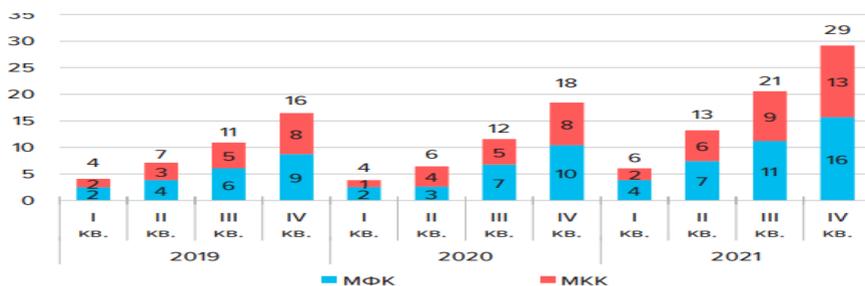


Рисунок 3. Динамика объема чистой прибыли МФО [1]

В течение 2021 года МФО удалось достичь объема чистой прибыли в размере 29,2 млрд. руб., увеличившись относительно 2020 года на 58%.

Достичь таких результатов удалось в большой степени крупным и средним участникам. Рентабельность от осуществляемой деятельности составила 18,4% по отрасли, что превышает результаты, предшествующие периоду пандемии. При этом важно отметить, что достичь высоких результатов МФО удалось за счет реализации дополнительных направлений: страхования, телемедицины, подключения функции СМС-информирования.

Библиографический список

1. Обзор ключевых показателей микрофинансовых институтов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/microfinance/analytics/>.

УДК 330.101

Ключевые показатели предпринимательского финансирования на рынке МФО по итогам 2021 года

Ермоленко М.О., Гутон А.А., Иванов Э.В., Шумилов Е.А.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В статье авторами рассмотрена динамика деятельности МФО в части выданных микрозаймов для малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, займ, отрасль, портфель, кредитная заявка.

Ermolenko M.O., Gutop A.A., Ivanov E.V., Shumilov E.A.

Financial University under the Government of the Russian Federation, Yaroslavl branch

Abstract. In the article, the authors examined the dynamics of the activities of MFIs in terms of issued microloans for small and medium-sized businesses.

Keywords: small and medium business, loan, industry, portfolio, loan application.

Итоги 2021 года относительно 2020 года свидетельствуют о замедлении темпов роста выданных микрозаймов для малого и среднего предпринимательства. В первом квартале спрос на выдачи значительно снизился, но со второго квартала динамика выданных займов

восстановилась, по итогам года портфель составил 62,9 млрд. руб., увеличившись относительно 2020 года на 13 млрд. руб. (рис. 10).

Важно отметить, что на МФО с государственным участием приходится порядка 90% от общего объема, это обусловлено количеством бюджетного финансирования.

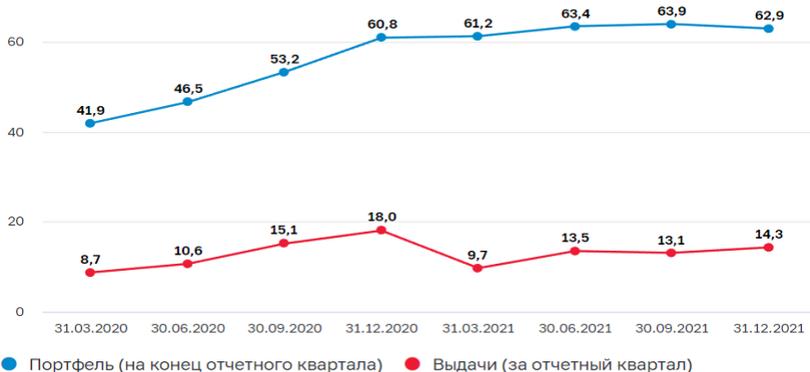


Рисунок 1. Объем портфеля выданных займов МСП, млрд. руб. [1]

Итоги опроса МФО свидетельствуют, что в 2021 году наибольший спрос на микрозаймы был со стороны самозанятых граждан, обусловленный вступившими в силу мерами поддержки субъектов МСП.

Необходимо обратить внимание процент одобренных заявок и сумм займов в государственных и коммерческих МФО различается (рис. 2 и 3).

Государственные МФО

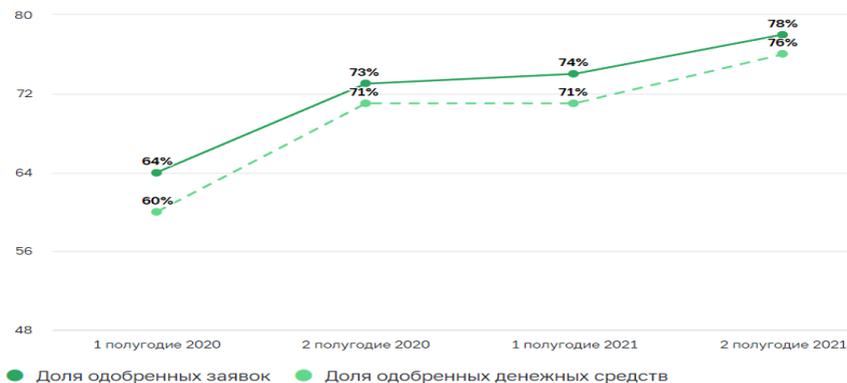


Рисунок 2. Статистика одобренных займов в государственных МФО [1]

По итогам 2021 года количество одобренных заявок увеличилось до 78%, а общая сумма займа до 76% относительно предыдущего года. Данный факт указывает на улучшение финансового состояния субъектов МСП.

Коммерческие МФО



Рисунок 3. Статистика одобренных займов в коммерческих МФО [1]

С одобренными заявками в коммерческих МФО ситуация противоположенная, всего во втором полугодии 2021 года по отношению к предыдущему процент одобрения составил всего 19% и выдано только 22% запрашиваемой суммы.

Важно отметить, что статистика у МФО с государственным участием значительно лучше по объективной причине: разработанные продукты удовлетворяют потребности каждого региона в отдельности, оценивают отрасли по отдельности и создают условия для развития бизнес-среды.

В настоящее время на рынке займов МСП ситуация не определенная. Заемщики в условиях нестабильности не имеют возможности реально оценить свое финансовое положение и платежеспособность, риски их основной деятельности и быстро меняющейся конъюнктуры рынка.

Библиографический список

1. Обзор тенденций на рынке МФЛ предпринимательского финансирования в 2021 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/analytics/microfinance/2021/>.

Основные психологические архетипы в «Теории поколений»

Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются психологические архетипы разных поколений в рамках «Теории поколений». Показано, что модель архетипов научно не обоснована и не доказана, и вследствие этого не может использоваться в практической деятельности для принятия управленческих и маркетинговых решений.

Ключевые слова: теория поколений, психологические архетипы, управленческое решение.

The main psychological archetypes in the «Theory of Generations»

Karasev A.P., candidate of economic sciences, associate professor
*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article deals with the psychological archetypes of different generations within the framework of the Theory of Generations. It is shown that the model of archetypes is not scientifically substantiated and not proven, and therefore cannot be used in practice for making managerial and marketing decisions.

Keywords: theory of generations, psychological archetypes, managerial decision.

В настоящее время «Теория поколений», приобрела большую популярность как в России, так и во всем мире. Она используется в социологии, философии, политологии и экономико-управленческих науках.

Согласно этой теории люди, родившиеся в определенный временной период под влиянием различных экономических, политических, социальных и культурных событий приобретают определенные жизненные ценности. В результате образуется достаточно однородная группы людей, которую и называют «поколением». Обычно выделяют следующие поколения: «Бэби-бумеры» (1943 – 1963 годы рождения),

«Поколение X» (1964 – 1983 годы), «Поколение Y» (1984 – 2003 годы) и «Поколение Z» (с 2004 года).

Основные положения, проблемы и недостатки «Теории поколений» были уже подробно рассмотрены в других статьях автора [1; 2; 3]. Здесь мы рассмотрим только такой интересный аспект теории, как выделение различных психологических архетипов у людей разных поколений.

Обычно в «Теории поколений» выделяют следующие основные архетипы [4; 5]:

1. Поколение «пророков» активизируется в период оживления общества, формирования новых правил и норм социального порядка. Главная социальная установка этого архетипа – создание светлого будущего. Его представители хотят оставаться активными на протяжении всей жизни, соблюдают социальные правила и нормы, склонны к конформизму, любят трудиться в коллективе.

«Пророки» - это доминантное поколение, формирующееся при смене ценностей и приоритетов в обществе, ломке привычных социальных укладов. Это люди, родившиеся после кризисов, когда социальная жизнь находится в процессе восстановления и формируются новые общественные порядки. Представители этого поколения в молодости часто являются пылками, а в зрелости больше ориентируются на социальные ценности. Поколение «пророков» вносит большой вклад в сферу мировоззрения, религии и жизненных ценностей. Это принципиальные моралисты, борцы за идеалы, которые побуждают к принесению жертв за эти идеалы.

2. «Художники» являются достаточно консервативным архетипом, их главная социальная установка – приспособление к имеющимся общественным условиям, страх перед какими-либо социальными изменениями. Этот архетип также добросовестно относится к труду, но при этом он менее активен чем «пророки».

Его представители обычно рождаются после экономического и социального спада, во время кризисов. В такие периоды социальные и политические схемы упрощаются под давлением серьезных угроз, что приводит к стремлению многих людей достигнуть общественного консенсуса. Большую ценность в глазах данного поколения приобретают активные социальные институты, напротив, этика и индивидуальность часто приносятся в жертву с целью выживания.

3. Архетип «странников» больше склонен к индивидуализму, его представители практичны, очень ценят время и ищут любые пути и методы его эффективного использования. Для «странников» крайне важна свобода

действий, например, их потребительский спрос на товары и услуги спонтанен, и в тоже время легко управляем со стороны маркетологов.

Поколение «странников» появляется во время социального подъема в обществе, развития и утверждения новых духовных ценностей и идеалов. В периоды времени молодые граждане активно атакуют существующие социальные порядки. Для них характерно быстрое взросление, отчужденность от родителей, а в зрелые годы – прагматичный стиль руководства. «Странники» отличаются реализмом, пронизательностью и прагматикой, индивидуализмом в решении проблем.

4. Архетип «Герои» и его представители стремятся к осознанной жизни. Они склонны отстаивать свои интересы, свою жизненную позицию, часто непосредственны в поведении. Для них важны коммуникации и саморазвитие. Главная социальная установка этого архетипа – жизнь для удовольствия.

Его представители родились после социального подъема. Поэтому для них характерны индивидуальный прагматизм, политика невмешательства и самонадеянность. Можно выделить их триумфальную молодость (в сфере коллективных побед), а в зрелом возрасте успехи в политической деятельности. Наибольший вклад они вносят в благоденствие общества и в технологический прогресс. Именно представители «героев» активно организуют социальные институты.

Психологические архетипы представляют большой интерес. Однако следует отметить, что данные архетипы, как и сама «Теория поколений» представляет собой только общее художественное описание и гипотезу, которая никоим образом не доказана, даже хотя бы на основе эмпирического материала.

В результате принятие управленческих решений в сфере менеджмента и маркетинга на основе этих психологических архетипов будет неэффективным. С одной стороны, такие общие описания дают мало полезного материала для конкретных решений, с другой стороны, будучи недоказанными, они могут привести менеджеров к ошибкам, неверным решениям и убыткам.

Напомним, что практические исследования на основе «Теории поколений» очень часто показывают ее несостоятельность. Это и понятно, ведь события в рамках страны не оказывают такого большого влияния на жизненные ценности человека, как думали авторы «Теории поколений», нередко гораздо большую роль играют воспитание, социальный статус родителей, темперамент и характер. В связи с этим можно заключить, что практическое использование психологических архетипов крайне

ограничено и по сути сводится к нулю, а сами архетипы являются очередной красивой, но совершенно бесполезной теорией.

Библиографический список

1. Карасев А.П. Проблемы адаптации теории поколений для российских условий // Экономика и управление: теория и практика. IV национальная научно-практическая конференция научно-педагогических работников с международным участием. – Ярославль: ООО «ПКФ «Союз-пресс», 2021. – С. 175 – 181.

2. Карасев А.П. Проблемы адаптации теории поколений к российским условиям // Актуальные вопросы развития экономики. Материалы международной научно-практической конференции. 28 ноября 2014 г. / Под ред. д.э.н., проф. В.В. Карпова и д.э.н., проф. А.И. Ковалева. - Омск: РОФ «Фонд региональной стратегии развития», 2014. – С. 174 – 178.

3. Карасев А.П. Использование теории когорт в российских условиях // The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «Science Engineering and Economic Paradigm of Modern Society» ISAE «Consilium» - Basel (Switzerland): Международное научное объединение экономистов «Консилиум» (Женева), 2014. – С. 65 – 69.

4. Ростова А.Т. Циклическое воспроизводство социальных тенденций в теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува // Juvenis Scientia. – СПб: Издательский дом «Сциентиа». 2018. № 7. С. 33-35.

5. Швед Н.Г., Шадская Е.А. Проблемы использования маркетинговых инструментов в рамках теории смены поколений // Актуальные проблемы исследования аспектов PR-деятельности и журналистики. Сборник материалов IV Международного научного семинара, 15 февраля 2019 года. – Псков: Псковский государственный университет, 2020. – С. 203 – 213.

УДК 338.1

Методы планирования расходов по элементам затрат в ОАО «РЖД»

Карасёв А.П., канд. экон. наук, доцент

Козик А.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается организация бюджетирования в структурных подразделениях ОАО «РЖД». Особое внимание уделено методам расчета стоимости материалов.

Ключевые слова: бюджетирование, элементы затрат, методы расчета стоимости материалов.

Cost planning methods by cost elements in Russian Railways

*Karasev A.P., candidate of economic Sciences, associate Professor
Kozik A.A.*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article discusses the organization of budgeting in the structural divisions of Russian Railways. Particular attention is paid to methods for calculating the cost of materials.

Keywords: budgeting, cost elements, methods for calculating the cost of materials.

На сегодняшний день бюджетирование играет ключевую роль среди всех инструментов управления финансами, способных обеспечить взаимосвязь между стратегией компании и задачами отдельных ее направлений.

Бюджетирование – это технология управления бизнесом на всех уровнях компании, обеспечивающая достижение ее стратегических целей с помощью бюджетов, на основе сбалансированных финансовых показателей [3].

Объем ресурсов, необходимых филиалам ОАО «РЖД» и их структурным подразделениям для выполнения заданного объема работ, отражается в бюджете расходов.

Бюджет расходов представляет собой главный бюджет структурных подразделений ОАО «РЖД», именно его самостоятельно планируют и составляют экономисты предприятий.

Структурные подразделения ОАО «РЖД» не приносят доходов холдингу, они только обеспечивают обслуживание устройств и средств железнодорожного транспорта для бесперебойной работы и движения поездов.

При планировании и составлении бюджета расходов необходимо учитывать оптимизацию затрат, рост технической оснащенности, модернизацию и внедрение новых технических средств.

Планирование бюджета на уровне структурного подразделения ОАО «РЖД» осуществляется на основе расчета экономических элементов затрат (рис. 1).



Рисунок 1. Основные экономические элементы затрат

Элемент затрат – это совокупность однородных затрат, выделенных по типу операций, или по видам работ, или по видам обслуживания технических средств.

В зависимости от конкретного элемента (вида) затрат при планировании и составлении бюджета расходов структурные подразделения ОАО «РЖД» используют два подхода:

1) базовый – затраты определяются на основании показателей предыдущего периода, плановых изменений макроэкономических показателей, прогнозных показателей, изменения объемов работ, изменения законодательства, других факторов, а также с учетом возможности оптимизации затрат;

2) расчет показателей с использованием нормативного метода.

При нормативном методе планируются затраты труда основных производственных рабочих и материальные затраты.

Затраты на оплату труда рассчитываются исходя из количества работников, необходимых для обеспечения производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения ОАО «РЖД», и среднемесячной заработной платы одного работника. Численность работников в основном определяется двумя способами [4]:

1) по объему выработки и планово-производственному показателю с учетом повышения производительности труда, а также исходя из объема выработки, нормы затрат труда на единицу данного метража (трудоемкости единицы труда) и нормы годового фонда рабочего времени одного работника;

2) исходя из количества объектов обслуживания и количества рабочих, необходимых для каждого из них в соответствии с требованиями технологического процесса, - тариф на обслуживание.

Нормы затрат на оплату труда (тарифы на услуги) должны учитывать техническое оснащение объекта.

Отчисления на социальные нужды планируются в процентах к затратам на оплату труда в соответствии со ставками страховых взносов в государственные внебюджетные фонды, определяемыми действующим законодательством [1].

При планировании затрат на материалы для бюджета расходов структурного подразделения ОАО «РЖД» используют два метода.

Первый метод – по нормам потребления (в натуральном или стоимостном выражении). Нормы расхода материалов исключают перерасход материальных ресурсов, что обеспечивает наиболее точные результаты планирования расхода материалов. Планирование на основе норм расходов в основном используется для материалов по статьям затрат как часть основных затрат.

В ОАО «РЖД» использует три основных метода расчета плановой стоимости материалов по нормам (табл. 1).

Таблица 1. - Методы расчёта стоимости материалов по нормам

Метод	Виды затрат
По объему работ, нормам расхода материалов на единицу соответствующего метража и цене единицы материалов	Смазочные материалы, чистящие материалы при эксплуатации локомотивов, стоимость материалов для осмотра, обслуживание грузовых и пассажирских вагонов
По количеству оборудования, устройств и расценкам стоимости по каждому объекту	Материалы на содержание постоянных средств железнодорожного транспорта: путей, искусственных сооружений, оборудования сигнализации и связи, электроснабжения
По норме (в стоимостном выражении) на одного работника	Затраты на костюмы (спецодежду), скидки на стоимость обмундирования

Нормы расхода топлива и электроэнергии, в отличие от норм расхода подавляющего большинства материалов, определяются в натуральном выражении. Расходы на топливо и электроэнергию планируются по направлениям их расходования: на тягу поездов, на технологические нужды, на отопление, на освещение.

Второй метод – по лимиту материальных затрат для структурного подразделения. На основе данного метода планируются материальные затраты на общехозяйственные нужды.

Амортизационные отчисления планируются не по фактическим затратам, а расчетным путем. Срок полезного использования основных средств ОАО «РЖД» определяется в соответствии с внутренними документами холдинга, и при определении срока необходимо учитывать специфику работы отдельных структурных подразделений соответствующего филиала.

В соответствии с учетной политикой ОАО «РЖД» амортизация начисляется линейным способом.

Прочие материалы и прочие расходы обычно планируются на основе данных за предыдущие периоды с учетом влияния внешних факторов, таких как инфляционные процессы, условия труда и т.п.

В структурном подразделении составляется годовой и поквартальный бюджет затрат, которые формируются исходя из потребностей структурного подразделения в плановом периоде.

На сегодняшний день ключевая проблема формирования бюджетов расходов в ОАО «РЖД» напрямую связана с большими масштабами компании (а также территориальным разделением), с иерархичной структурой управления, а также с большим количеством различных сфер деятельности компании.

Поэтому формирование бюджетов расходов внутри компании различно. Проблема формирования заключается в невозможности полностью учесть специфику каждого вида деятельности, что ставит структурные подразделения в «жесткие рамки» исполнения бюджетов. Такой подход не учитывает реальные потребности структурного подразделения, вызывая перерасход и постоянную необходимость корректировок бюджета.

Таким образом, каждое структурное подразделение планирует величины затрат, которые определяются планом работ. Предметом планирования являются ресурсы, необходимые для выполнения требуемого объема работ. При этом реализуется главная цель планирования – оптимизация использования ресурсов.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 03.07.2016 № 243-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с передачей налоговым органам полномочий по администрированию страховых взносов на обязательное пенсионное, социальное и медицинское страхование».

2. Распоряжение от 27 апреля 2015 г. № 1082р «Об организации работы по учету и использованию целевых денежных средств, полученных ОАО «РЖД».

3. Виткалова А.П. Внутрифирменное бюджетирование: учебное пособие для бакалавров. — М.: Дашков и К, 2019. — 136 с.

4. Данилина М.Г. Бюджетирование на железнодорожном транспорте: учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Экономика» и «Менеджмент». — М.: РУТ (МИИТ), 2019. — 103 с.

УДК 331.1

Социально-экономические функции профсоюзов

Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент

Николаев Р.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрена роль профсоюзов в современном обществе и на рынке труда. Также выделены основные социально-экономические функции, которые выполняют профсоюзы в современной экономике.

Ключевые слова: социальное общество, трудовые отношения, профессиональный союз.

Socio-economic functions of the trade unions

Karasev A.P., candidate of economic sciences, associate professor

Nikolaev R.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article considers the role of trade unions in modern society and in the labor market. The main socio-economic functions that trade unions perform in the modern economy are also highlighted.

Keywords: social society, labor relations, trade union.

Социальное общество состоит из множества общественных отношений и взаимодействий между людьми. Изучение данной системы

очень сложно, в том числе потому что нельзя однозначно классифицировать данные отношения. В разных странах складываются различные общественные отношения, поскольку страны существуют в различных экономических условиях, развитие технологий приносит в общество новые отношения, а уже существующие отношения постоянно изменяются. Можно назвать еще целый ряд более специфических причин, связанных с психологией, культурой, идеологией и т.п., однако в контексте данного исследования в этом нет необходимости.

Несмотря на постоянное изменение и эволюцию общественных отношений все же можно на конкретных промежутках времени выделять временно стабильные отношения, которые выступают во многом опорой для текущего развития общества. Подобные отношения следует определить как общественный институт. Собственность, право и даже политический режим относятся к институтам, то есть общественным отношениям, определяющим функционирование и развитие общества на данном конкретном отрезке времени.

В экономической сфере, как одной из основополагающих сфер общества, действует множество институтов, как уникальных для данной сферы, так и общих для множества социальных сфер деятельности. Так как экономическая сфера достаточно велика, ее можно разделить на ряд узкоспециальных сфер: финансовая сфера, сфера международной торговли, сфера маркетинга и рекламы и т.д. В данной статье рассматривается сфера трудовых отношений, которые являются одними из центральных для успешного функционирования современной экономики.

К сфере трудовых отношений относится множество институтов, регулирующих условия труда, найма и увольнения. В современном мире их можно классифицировать следующим образом:

1. Арбитражные институты (институты, выступающие независимо от работодателя и работника; создающие среду, в которой работник и работодатель вступают в трудовые отношения):

- трудовое право;
- трудовые инспекции;
- и др.

2. Институты работодателя:

- отделы найма (HR);
- корпоративное право;
- предпринимательская культура;
- и др.

3. Институты работника:

- профессиональные союзы и ассоциации;

- трудовая культура;
- и др.

Все данные институты в совокупности образуют трудовые отношения в том виде, в котором они сложились на данный момент времени. Ситуация от страны к стране или даже в различных отраслях экономики одной страны может значительно отличаться ввиду наличия уникальных институтов или отсутствия либо неразвитости других институтов. Однако, в принципе, на данный момент времени почти везде присутствуют все три основные группы институтов, изменяется только влияние и состав данных групп. Впрочем, для данного исследования интерес представляет именно институт профессиональных союзов. Обратимся к изучению истории данного явления, что позволит выделить его основные социально-экономические функции.

Профсоюзы существуют уже более 200 лет [1]. В тоже время они являются сравнительно новым явлением. Долгое время профсоюзы преследовались по закону и лишь в недавнем прошлом профсоюзная деятельность стала полностью легальной. Сегодня профсоюзы представляют собой устойчивый социальный институт отстаивания рабочими своих прав (хотя в разных странах ситуация с ними значительно отличается).

Профсоюз образуется как организация работников для отстаивания своих прав. Профсоюз может объединять работников как одного предприятия или компании, так и целой отрасли. В профсоюзе управляющие органы могут избираться демократически путем голосования, либо назначаться без формальных процедур. Впрочем, в ряде стран законодательство ограничивает формы организации профсоюзов, как это было до недавнего времени в России [2].

Большое разнообразие форм организации и представления работников, а также сам факт их объединения в группы указывают на функцию социализации, которую выполняют профсоюзы. Конечно, значительная часть социализации осуществляется на рабочем месте, однако опыт работы в качестве члена профсоюза значительно отличается от работы без профсоюза. Собрания работников и обсуждение ими ситуации в компании и на рабочем месте, улучшают слаженность коллектива. Более того, профсоюз может иметь политическое влияние и служить площадкой для политической социализации работников, что в свою очередь делает его важным институтом гражданского общества [3].

Профсоюзы отстаивают права работников, то есть следят за безопасностью труда, добиваются лучших условий труда и поддерживают

своих членов. Кроме того, можно выделить две следующие функции профсоюзов:

- стимулирование научно-технического прогресса и инноваций;
- участие в перераспределении средств.

Давление профсоюзов на предпринимателя вынуждает последнего искать пути решения сложившегося кризиса. Конечно, обладая значительной экономической властью (являясь собственником компании), предприниматель имеет множество способов противостоять профсоюзу: увольнение членов профсоюза, ужесточение правил труда на рабочем месте, обход обязывающих норм и требований путем коррупции и т.д. Однако, если, ввиду невозможности решить проблему другим путем, требования профсоюза оказываются выполненными, то предприниматель вынужден искать способы восполнить ту прибыль, которую он потерял в результате конфликта и реализованных уступок. В свою очередь данная необходимость стимулирует поиск способов оптимизации и улучшения производства.

Перераспределение средств под воздействием профсоюзов реализуется двояко. С одной стороны средства перераспределяются путем достижения уже упомянутых уступок от работодателя. В данном случае в масштабах общества богатство перераспределяется между классами в пользу класса работников. С другой стороны, многие профсоюзы организуют кассы взаимопомощи, которые оказывают финансовую поддержку нуждающимся членам профсоюза. Таким образом происходит перераспределение средств уже внутри класса рабочих.

Также профсоюзы выполняют политические функции, кроме уже упомянутой работы в качестве института гражданского общества. Профсоюзы нередко добиваются изменений трудового законодательства, что можно проследить в течении всей истории их существования [1]. Таким образом они не просто осуществляют политический контроль в рамках гражданского общества, но и непосредственно обладают влиянием для принятия конкретных решений и мер.

Однако, рассматриваемые функции характерны не для всех профсоюзов. Как уже было упомянуто ранее, существуют разные профсоюзы, причем не только в плане организации, но и в плане своего положения. Ряд профсоюзов является зависимым либо от работодателей, либо от представителей власти. Такие профсоюзы не могут в полной мере выполнять свои функции и часто существуют не для отстаивания прав работников. Так, собрания подобных профсоюзов очень короткие и осуществляются прямо на рабочем месте под надзором начальства, что не позволяет выявлять и обсуждать реальные трудовые проблемы [2].

Более того, помимо позитивных функций профсоюзы обладают и негативными чертами. Так привилегии, получаемые членами профсоюза в результате его борьбы, создают разрыв между членами профсоюза и простыми работниками. Если же профсоюз входит в сговор с работодателем, то можно даже говорить об образовании рабочей аристократии. Рабочая аристократия, представляющая определенную часть работников, получает особые привилегии и окончательно отделяется от остальных работников. Таким образом она исключается из отстаивания работниками их прав и даже склонна выступать на стороне работодателя, против своих коллег. Подобная черта профсоюзов, если ее не осознавать и не бороться с ней, может свести на нет все позитивные эффекты, которые профсоюз оказывает на общество.

Подводя итоги, можно выделить шесть основных социально-экономических функций профсоюзов:

1. Социализация и сплочение работников.
2. Стимулирование научно-технического прогресса.
3. Перераспределение богатства в масштабах общества и отдельного класса.
4. Участие в гражданском обществе.
5. Прямое политическое влияние на органы власти (не через гражданское общество).
6. Формирование групповой идентичности работников членов профсоюза.

Таким образом можно заключить, что профсоюзы оказывают на общество значительное позитивное влияние, выступая против негативных проявлений в среде трудовых отношений. Впрочем, попадая в зависимость от работодателя или власти, либо входя в особые договоренности с работодателем, профсоюз может оказывать и серьезное негативное воздействие на общество, консервируя негативные тенденции и явления. В заключение нужно отметить, что создание и поддержание условий для функционирования независимого и эффективного профсоюзного движения должно быть ключевой задачей государства, ставящего своей главной целью процветание граждан.

Библиографический список

1. Малашенко В.П. Профсоюзы как инструмент создания общества социального равновесия (100-летию российских профсоюзов посвящается) // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2005. № 4(13). С. 114-117.
2. Михайличенко К.А. Особенности реализации принципа самостоятельности профсоюза при определении его структуры //

Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017. № 9-1. С. 39-42.

3. Притчина Е.В. О восприятии в массовом сознании профсоюзов как института гражданского общества // Дневник Алтайской школы политических исследований. 2001. № 12. С. 062-067.

УДК 336.717.9

Результаты сделок по слиянию и поглощению на примере ПАО «Промсвязьбанк»

Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент

Пересветова О.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрено становление, современное состояние и перспективы развития одного из крупнейших отечественных коммерческих банков – ПАО «Промсвязьбанк». Автором проведен анализ финансово-экономических показателей деятельности данного коммерческого банка, а также сделана оценка влияния сделок по слиянию и поглощению на эти показатели.

Ключевые слова: активы, коммерческий банк, ПАО «Промсвязьбанк», рейтинг банков.

The results of mergers and acquisitions on the example of PJSC Promsvyazbank

Karasev A.P., candidate of economic sciences, associate professor

Peresvetova O.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article considers the formation, current state and development prospects of one of the largest domestic commercial banks - Promsvyazbank PJSC. The author analyzed the financial and economic performance of this commercial bank and made an assessment of the impact of mergers and acquisitions on these indicators.

Keywords: assets, commercial bank, Promsvyazbank PJSC, bank rating.

История ПАО «Промсвязьбанк» началась в 1995 г., учредителями банка выступили братья Алексей и Дмитрий Ананьевы. Коммерческий банк занимался обслуживанием организаций, работающих в области IT и связи. Любой банк можно сравнить с постоянно растущим организмом и Промсвязьбанк здесь не исключение – он начал активно развиваться за счет собственной деятельности, а также присоединения и поглощения других банковских структур, в частности Волгопромбанка, Первобанка. Особенно активный рост пришелся на 2010 – 2015 гг. В мае 2018 г. акции банка перешли во владение Российской Федерации и банк возглавил Пётр Фрадков. С этого времени в истории банка начался новый этап развития [1].

В мае 2020 г. банк провел еще одно слияние, на этот раз с Межрегиональным коммерческим банком развития связи и информатики, после чего активы ПАО «Промсвязьбанк» выросли более чем на 200 млрд. рублей. Через год активы ПАО «Промсвязьбанк» еще больше выросли за счет поглощения Роскосмосбанка. Параллельно увеличивались и финансовые результаты деятельности ПАО «Промсвязьбанк» (рис. 1).



Рисунок 1. Чистая прибыль ПАО «Промсвязьбанк» в 2018–2021 гг. [2]

На данный момент ПАО «Промсвязьбанк» полностью находится в государственной собственности и выступает в качестве опорного банка для обеспечения деятельности предприятий оборонно-промышленного комплекса.

В рейтинге российских банков по уровню собственного капитала ПАО «Промсвязьбанк» по состоянию на 2022 г. занимает седьмое место. Динамика собственного капитала банка в 2021 – 2022 гг. представлена на рисунке 2.

ПАО «Промсвязьбанк» имеет достаточно амбициозные планы развития. Активно внедряются инновационные продукты. Среди них особенно следует отметить новый сервис «Катюша. Бизнес-ассистент ПСБ», представляющий собой чат-банк для бизнеса, созданный на платформе мессенджера Telegram и работающий на основе нейронных сетей и машинного обучения [3].

Банк активно участвует и в реализации социально-значимых проектов. В частности, ведется спонсирование спортивных мероприятий. Все больше и больше людей доверяют свои активы в управление банка [1].

Рейтинг банка по размеру собственного капитала

7 место среди 332 банков

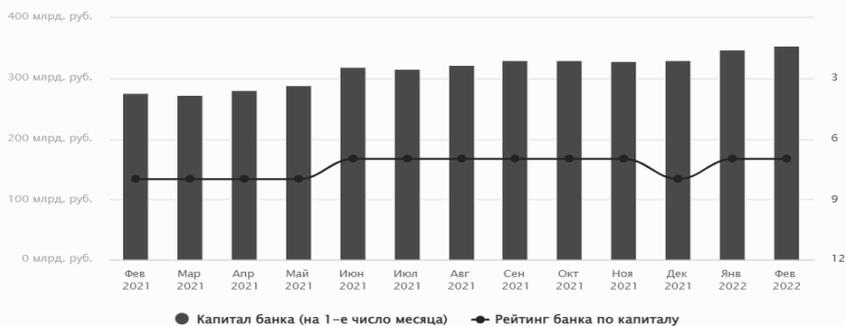


Рисунок 2. Собственный капитал ПАО «Промсвязьбанк» в 2021–2022 гг.

Таким образом, несмотря на имеющиеся сложности, ПАО «Промсвязьбанк» в настоящее время является одним из наиболее надежных, устойчиво развивающихся и успешно реализующих амбициозные планы и программы отечественных кредитных учреждений. Большую помощь в этом ему помогает эффективная и перспективная стратегия предполагающая активное проведение сделок M&A. Их влияние на финансово-экономические результаты деятельности банка будет рассмотрено в следующих статьях.

Библиографический список

1. Промсвязьбанк [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Промсвязьбанк>.
2. Промсвязьбанк [Электронный ресурс]. URL: <https://www.psbank.ru/Bank>.
3. ПАО «Промсвязьбанк»: рейтинг, доверие клиентов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sberometer.ru/banks/promsvyazbank/>.

Анализ финансовых результатов в ООО «Юсодент»

Карасёв А.П., канд. экон. наук, доцент

Тихомирова М.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные показатели анализа финансовых результатов, описана методика проведения факторного анализа прибыли, выявлены основные проблемы финансовой деятельности предприятия. Также в конце данной приводятся итоги и рекомендации для исследуемого предприятия.

Ключевые слова: факторный анализ прибыли, ликвидность, точка безубыточности, рентабельность.

Analysis of financial results in LLC «Usodent»

Karasev A.P., candidate of economic sciences, associate professor

Tikhomirova M.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. This article discusses the main indicators of the analysis of financial results, describes the methodology for factor analysis of profits, identifies the main problems of the financial activity of the enterprise. Also at the end of this are the results and recommendations for the researched enterprise.

Keywords: factor analysis of profit, liquidity, break-even point, profitability.

В современном мире для успешной экономической деятельности каждому предприятию очень важно уделять внимание анализу определенных экономических показателей. Как правило, возникающие на предприятии финансовые проблемы, имеют следующие причины:

1. Дефицит денежных средств.
2. Низкая отдача вложенного капитала.
3. Финансовая неустойчивость.

Основной результат финансовой деятельности предприятия отражается в увеличении капитала за отчетный период. Анализ системы

показателей финансовых результатов служит гарантией постоянного роста капитала.

Самые важные финансовые результаты всегда получить из годовой бухгалтерской отчетности. Чтобы сделать грамотный вывод о том, насколько компания эффективно ведет бизнес и осуществляет свою деятельность, нужно провести факторный анализ прибыли.

Факторный анализ прибыли – это методика комплексного системного изучения и измерения влияния факторов на величину результативного показателя.

Алгоритм определения влияния факторов включает в себя следующие этапы:

1. Для того, чтобы определить влияние объема продаж на прибыль нужно, прибыль предыдущего периода нужно умножить на изменение объема продаж.

2. Влияние изменения ассортимента продукции и услуг на величину прибыли организации определяется сопоставлением прибыли отчетного периода, рассчитанной на основе цен и себестоимости базисного периода, пересчитанной на изменение объема реализации.

Прибыль отчетного периода, исходя из себестоимости и цен базисного периода, можно определить с некоторой долей условностей:

- выручка от реализации услуг в отчетном периоде;
- фактически реализованные продукты и услуги;
- коммерческие расходы базисного периода;
- прибыль отчетного периода, рассчитанная по базисной себестоимости.

3. Влияние изменения себестоимости продукции на прибыль можно определить, сопоставляя себестоимость реализованной продукции отчетного периода с затратами базисного периода, пересчитанными на изменение объема продаж.

4. Влияние изменения управленческих и коммерческих расходов на прибыль определяется путем сопоставления их величины в отчетном и базисном периодах.

5. Для того чтобы определить, как влияют цены реализации продукции и услуг на динамику прибыли, необходимо сопоставить объем продаж отчетного периода, выраженного в ценах отчетного и базисного периода [1; 2].

В итоге проводится анализ суммарного влияния всех этих факторов на прибыль.

Следующий важный финансовый показатель, на который следует обратить внимание – это рентабельность.

Рентабельность – это относительный показатель эффективности экономической деятельности. Данный показатель характеризует уровень прибыли к авансированному капиталу или его элементам [2].

Ликвидность – это показатель, отражающий легкость реализации, продажи, превращения активов обратно в деньги. Проведение анализа ликвидности предприятия позволяет найти возможности для покрытия финансовых обязательств предприятия [2].

Ещё один важный показатель – это точка безубыточности. Данный экономический показатель равняется определенному уровню производства или другого вида экономической деятельности, при котором величина выручки от реализации произведенного продукта, либо услуг будет равна полным издержкам, производства и обращения этого продукта.

Следующий показатель – отклонение от точки безубыточности. Отклонение от точки безубыточности в абсолютном выражении при снижении выручки показывает величину убытков предприятия.

Информацию для анализа финансовых результатов компании можно получить из отчета о финансовых результатах и бухгалтерского баланса [3]. Данный отчет очень важен, так как он содержит целых четыре вида прибыли (убытка), а в балансе под это отводится лишь одна строка.

Также важно определить период проведения финансового анализа. Если взять годовую финансовую отчетность, которая составлена по российскому формату, то получится рассчитать все показатели и провести анализ за два года. А для пятилетнего исследования потребуются отчеты за четыре последовательных периода.

Одна из ключевых проблем финансового анализа на большинстве российских предприятий состоит в том, что он сводится, прежде всего, к расчету очень большого количества коэффициентов. При этом выводы и рекомендации считаются второстепенными и строятся по принципу «было столько, стало столько». Конечно, гораздо лучше рассчитать не такой большой, ограниченный набор показателей, но глубже проанализировать их сущность и динамику, и, тщательно разобраться, о чем говорят значения этих показателей. Куча неосмысленных цифр приводит только к пустой трате времени.

Также иногда проблема с пониманием и разработкой выводов кроется в нехватке знаний о том, как рассчитывается финансовый результат и каким он бывает. Поэтому рассмотрим ключевые моменты этого вопроса.

Резкое снижение рентабельности продаж (в нашем случае реализации услуг) – это негативная ситуация. Здесь следует подчеркнуть отрицательное влияние данного показателя, в том числе и на

рентабельность собственного капитала. Исходя из этого, можно сделать вывод, что основной ориентир для улучшения финансового результата оптимизировать расходы по основным видам деятельности. В этом случае финансовый результат будет только расти.

В дальнейших научных исследованиях авторами будет проведен анализ финансовых результатов компании ООО «Юсодент» в соответствии с описанной выше методикой и принципами.

Библиографический список

1. Вагазова Г.Р., Лукьянова Е.С. Сущность финансовых результатов деятельности предприятия // Молодой ученый. 2019. № 11.3. С. 13-15.

2. Васильев С.В. Рентабельность деятельности российских компаний // Актуальные проблемы экономики и управления. 2019. № 4 (4). С. 51-52.

3. Горвенко С.В. Проблемные аспекты формирования финансовых результатов организаций в современной экономике // Молодой ученый. 2017. № 8. С. 618-621.

УДК 336.01

Методические основы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов

Кваша В.А., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Abstract. В представленной статье авторы рассматривают необходимость оценки эффективности инвестиционных проектов и предлагают при использовании математических методов оценки придерживаться разработанных ими принципов.

Ключевые слова: инвестирование; инвестор; инвестиции; инвестиционный проект; принципы инвестирования.

Methodological foundations for assessing the economic efficiency of investment projects

Kvasha V.A., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

Financial University under the Government of the Russian Federation, Yaroslavl branch

Abstract. In the presented article, the authors consider the need to evaluate the effectiveness of investment projects and suggest using mathematical evaluation methods to adhere to the principles they have developed.

Keywords: investment; investor; investment; investment project; investment principles.

Оценка эффективности инвестиционных проектов в современных условиях приобрела высокую актуальность. В условиях необходимости реконструкции и обновления основных производственных фондов на российских предприятиях возникает серьезная потребность в инвестициях, а принятие решение инвестором о вложении инвестиций напрямую зависит от полноты обладаемой им информации об инвестируемом объекте. Результаты оценки эффективности инвестиционных проектов позволяют объективно раскрыть финансовую сторону проекта и обеспечить заинтересованные стороны объективным мнением о проекте.

В большинстве случаев процесс оценки эффективности проекта осуществляется в два этапа [4, с. 126]:

- общая оценка проекта в целом и определение целесообразности его дальнейшей разработки;
- конкретная оценка эффективности участия в проекте каждого из участников.

На первом этапе организационно - экономический механизм реализации проекта (и, в частности, схема его финансирования) неизвестен или известен только в самых общих чертах; состав участников проекта также не определен. В этих условиях о «привлекательности» проекта можно судить только по показателям общественной и коммерческой эффективности проекта в целом. Какому из этих показателей отдать приоритет, зависит от общественной значимости (масштаба) проекта, от того, оказывает ли реализация проекта (или отказ от него) существенное или, по крайней мере, заметное влияние на социально-экономические параметры внешней среды. Для крупномасштабных, народнохозяйственных и глобальных проектов в первую очередь оценивается их общественная эффективность. Если она неудовлетворительна, то проект не рекомендуется к реализации и не может претендовать на государственную поддержку. Если общественная эффективность положительна, то оценивается коммерческая эффективность.

На втором этапе, уже при определенном организационно - экономическом механизме его реализации. Одновременно проверяется и финансовая реализуемость проекта. При получении негативных

результатов производится «корректировка» организационно - экономического механизма реализации проекта, в том числе состава участников, схемы финансирования и мер государственной поддержки проекта, если таковые необходимы.

Необходимость оценки эффективности проекта в целом обусловлена тремя обстоятельствами [1, с. 60]:

1. Интегральный коммерческий эффект проекта в целом обычно бывает достаточно близок к сумме интегральных коммерческих эффектов предприятий—участников проекта. Интегральный общественный эффект проекта нередко бывает близок к сумме интегральных эффектов предприятий-участников и государства (бюджетного эффекта). В этих условиях отрицательный эффект проекта в целом свидетельствует о том, что реализация проекта невыгодна некоторым из его участников (а может быть, и обществу). Наоборот, при положительном эффекте проекта в целом имеются определенные основания считать, что можно сформировать такую схему финансирования проекта, такой организационно - экономический механизм его реализации, при которых этот проект будет взаимовыгоден для всех предприятий-участников, государства и общества. Именно по этой причине целесообразно вначале оценивать проект в целом и только потом, убедившись, что он достаточно эффективен, переходить к оценке проекта с точки зрения его участников, бюджета, региона и отрасли. В то же время возможны ситуации, когда проект в целом эффективен, однако подобрать для его реализации организационно-экономический механизм, обеспечивающий взаимовыгодность проекта, не удастся.

2. На стадии разработки проекта часто возникает необходимость оптимизировать его технические, технологические и иные параметры. При этом ни схема финансирования проекта, ни состав участников, ни взаимоотношения между ними еще не определены. ориентируясь на показатели коммерческой эффективности проекта, на этой стадии нельзя.

3. Для привлечения инвесторов необходима «рекламная кампания» — просто так они не приходят. Высокая эффективность проекта «в целом» и является такой рекламой. В то же время надо иметь в виду, что полученные на первом этапе оценки эффективности проекта могут существенно корректироваться на втором этапе.

Для дальнейшего исследования необходимо знать, как рассчитываются основные показатели оценки эффективности инвестиционных проектов.

Для оценки инвестиционных проектов используется две группы показателей: показатели, рассчитываемые без учета фактора времени и показатели, рассчитываемые с учетом фактора времени [2, с. 56].

Первая группа показателей более проста в расчете, но она не учитывает того, что сегодняшние и завтрашние деньги для инвестора стоят по-разному, то есть расчеты этих показателей осуществляются без приведения денежных потоков к единому моменту времени.

Вторая группа показателей, в отличие от показателей первой группы учитывают разную стоимость денег в разные моменты времени (теория временной стоимости денег). Эти показатели являются более интересными для владельцев, инвесторов и банков, так как более корректно отражают эффективность проекта (не завывают ее, как показатели первой группы), то есть являются более надежным (лучшим) гарантом успешности проекта. Суть их расчета заключается в приведении будущих денежных потоков (стоимости денег) к «сегодняшнему» дню, вернее, к моменту начала инвестиций в проект (предполагается, что инвестиции будут осуществлены в этом году).

Приведение денежных потоков называется дисконтированием, суть которого состоит в том, что нам «сегодня» нужно принять решение о том, следует ли инвестировать средства в проект, либо стоит проблема выбора более эффективного проекта из нескольких, для этого необходимо знать: насколько выгоден, либо не выгоден проект; либо какой проект более эффективен (выгоден)? Для этого составляем бизнес-план – моделируем деятельность на несколько лет вперед, чтобы рассчитать эффективность, а моделируем, исходя из «сегодняшних» цен, расходов, предполагаемых доходов (а соответственно, исходя из «сегодняшних» платежей и поступлений). Следовало бы еще учесть альтернативные безрисковые вложения, которые могли бы принести определенный доход наверняка, риски неблагоприятного исхода проекта, требуемую норму доходности от вложенного капитала. Предполагается, что как раз дисконтирование планируемых денежных потоков и приводит их к текущему моменту с учетом инфляции, безрисковых вложений, рисков конкретного проекта, либо требуемой нормы доходности от вложенного капитала в зависимости от выбранного подхода к определению ставки дисконтирования, используемой при дисконтировании денежных потоков. Результаты дисконтирования и оценки эффективности проекта во многом зависят от ставки дисконтирования, которая в свою очередь зависит от метода ее определения.

Рассмотрим способы расчета самих показателей эффективности проекта, рассчитываемых с учетом фактора времени [5, с. 98]: NPV –

чистый дисконтированный доход (чистая приведенная стоимость проекта); IRR – внутренняя норма доходности (прибыли/ рентабельности) инвестиций; DPBP - дисконтированный срок окупаемости инвестиций.

Рассмотрим первый показатель эффективности инвестиционного проекта. Чистая приведенная стоимость NPV получается при дисконтировании финансовых потоков и определяет стоимость будущей прибыли проекта в настоящий момент времени для случая совершенного рынка капитала.

Этот метод основан на сопоставлении величины исходной инвестиции с общей суммой дисконтированных денежных поступлений, генерируемых ею в течение прогнозируемого срока. Поскольку приток денежных средств распределен во времени, он дисконтируется доходностью. Высокое положительное значение NPV — это своеобразный запас прочности проекта на случай негативных изменений рыночных условий. Чем выше NPV, тем ниже степень риска инвестора, как кредитного, так и прямого.

Если NPV больше нуля, проект следует принять, если NPV меньше нуля, проект должен быть отвергнут. Если имеются два взаимоисключающих проекта, то должен быть выбран тот, у которого положительный NPV больше.

Рассмотрим следующий показатель эффективности инвестиционного проекта – IRR - внутренняя норма доходности. Данный показатель отражает в отличие от NPV доходность проекта в относительном выражении (в процентах), поэтому является более понятным. IRR – это такое значение ставки дисконтирования (r), при котором $NPV = 0$, то есть при котором текущая стоимость поступлений равна текущей стоимости инвестиций и текущих затрат. IRR отражает безубыточную норму доходности проекта, то есть когда проект становится ни прибыльным, ни убыточным [3, с. 72].

Подводя итог можно сделать вывод, что привлечение инвестиций позитивно сказывается на развитии предприятия. В наиболее общем виде к числу положительных последствий специалисты относят возможность расширения производства, обновления основных производственных фондов, разработку и внедрение новых технологий, повышение качества и конкурентоспособности продукции.

Библиографический список

1. Кваша В.А. Основы теории менеджмента: учебное пособие / В.А. Кваша, Е.В. Горгола, А.В. Золотарева. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский гос. пед. ун-т им. К.Д. Ушинского», 2021. - 125 с.

2. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55-64.

3. Котряхова Е.А. Процесс формирования системы ключевых показателей эффективности организации / Е.А. Котряхова, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 12. С. 69-77.

4. Юрченко А.В. Роль инновационного проекта в развитии экономики предприятия / А.В. Юрченко, А.Д. Бурыкин // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2015. № 4. С. 124-138.

5. Юрченко А.В. Роль реструктуризации в процессе реализации инновационной стратегии развития фирмы / А.В. Юрченко, А.Д. Бурыкин // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2015. № 3. С. 93-104.

УДК 33.336

Механизм факторинговых операций

Кваша В.А., канд. экон. наук, доцент

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты механизма факторинга и его виды, области применения и недостатки использования.

Ключевые слова: механизм, факторинг, виды, платежи, фактор, процент.

The mechanism of factoring operations

Kvasha V.A., candidate of economic sciences, associate professor

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article discusses some aspects of the factoring mechanism and its types, areas of application and disadvantages of use.

Keywords: mechanism, factoring, types, payments, factor, percentage.

Слово фактор происходит от латинского глагола *facio*, что в буквальном переводе означает «тот, кто делает».

Факторинг - это одна из древнейших форм торгового кредитования. Его отдельные черты можно найти и в Римской Империи, и в эпоху царя Хаммурапи, 4000 лет до н. э., когда торговцы применяли его в своей деятельности.

Современный факторинг начал зарождаться в XIV-XVI веках благодаря международной торговле. Англия, Португалия и Голландия в своих колониях создавали «фактории» — единое окно для обмена товарами с метрополией. Так начал складываться институт торговых посредников.

К середине XX века фактории эволюционировали в торговые представительства. Факторы разделились на торговых агентов, логистов, таможенных брокеров, бухгалтеров и финансистов. Из последних двух категорий возник современный факторинг. Кроме того, развитию этой сферы поспособствовала Вторая мировая война. Когда финансовая система Европы была разрушена, правительство США кредитовало европейские государства в рамках Плана Маршалла, но «живые» деньги не покидали Америку, а выплачивались сразу национальным поставщикам.

Впоследствии из государственных закупок схема факторинга перекочевала во внешнеторговые операции коммерческих фирм, а затем — в торговые отношения внутри стран. В нашей стране специализированные факторинговые компании, предлагающие не только авансирование и инкассацию выручки, но и комплекс услуг по управлению дебиторской задолженностью, появились в середине 2000-х годов.

Отсутствие собственного оборотного капитала означает, что предприятие для возобновления своей деятельности вынужденно будет заимствовать оборотные средства в любой форме и на любых условиях [2, с. 288].

И одной из таких форм является факторинг. Простыми словами факторинг — это обмен будущей выручки на деньги за процент. Если бизнесмен продает клиенту товар с отсрочкой платежа, но сам нуждается в этих деньгах немедленно, он прибегает к услуге факторинга. Факторинговая компания, банк или микрофинансовая организация оплачивают счет раньше, чем это сделает покупатель. Такая сделка называется факторинговой. За свои услуги посредник в расчетах — фактор — берет небольшой процент.

В факторинговой сделке участвуют три стороны: продавец (кредитор), который реализует товар или предоставляет услугу с отсрочкой платежа; покупатель (дебитор), который приобретает товар или услугу под

отсроченный платеж, а также финансовый агент (фактор), который покрывает дебиторскую задолженность за процент.

Факторинг позволяет бизнесу продавать товары с отсрочкой платежа и при этом избегать «застоя» финансов. Этот финансовый инструмент зачастую избавляет предпринимателей не только от денежных «ям», но и от трудностей с получением оплаты от клиентов. Однако есть и свои минусы — от требования абсолютной прозрачности документов до исключительно безналичного расчета.

Кроме того, факторинг позволяет бизнесу сделать покупателям выгодное предложение об отсрочке платежа, не опасаясь кассовых разрывов. Предприниматель сможет получить выручку прямо в день отгрузки и пустить эти деньги в дело. При этом факторинговые компании, как правило, не берут залог. Вместо него используется будущая выручка — дебиторская задолженность. С помощью факторинга предприниматели могут масштабировать оборот: увеличить поставки, выйти на новые рынки.

Наконец, есть варианты факторинга, при котором сама факторинговая компания принимает на себя риски и контролирует возврат денег. Фактор может сам проверить платежеспособность клиентов, установить лимит на поставки в кредит конкретному покупателю, порекомендовать длительность отсрочки платежа. Кроме того, фактор может сам напомнить покупателю о сроках оплаты, освобождая бизнес от кредитной рутины.

В западных странах факторинг воспринимают как комплекс услуг по управлению дебиторской задолженностью. Не менее важны, чем предоставление денег, дополнительные услуги — бухгалтерские, юридические, информационные. В России же факторинг в большинстве случаев считается альтернативой кредиту.

Механизм факторинга устроен следующим образом [3]:

1. Продавец проводит сделку и заключает договор об отсрочке платежа.

2. Товар поступает покупателю, на счету продавца появляется дебиторская задолженность (счет на оплату). Этот счет передают фактору.

3. Продавец заключает с ним договор и получает, как правило, 75-90 процентов от суммы. После этого покупатель будет возвращать задолженность по реквизитам фактора, а не кредитора.

4. Покупатель оплачивает заказ, фактор возвращает продавцу оставшиеся деньги за вычетом своей комиссии.

Помимо преимуществ, у факторинга есть несколько недостатков. Среди них невозможность проводить расчеты наличными. Также факторинг не может служить страховкой на случай задержки платежа.

Если заключен договор немедленной оплаты, привлечь факторинговую компанию нельзя. Для факторинга требуется достаточно большой комплект документов, относящихся как к бизнесу продавца, так и покупателя. Кроме того, необходимо предоставлять счета-фактуры, товарные накладные, универсальные передаточные документы и другие справки по конкретным сделкам.

При факторинге всегда фиксируются сроки оплаты. Если привлечен фактор, неформально договориться с покупателем об изменении условий не получится. Наконец, факторинг, как и любое привлечение внешнего финансирования, уменьшает прибыль.

В зависимости от географии и условий факторинга выделяют несколько видов факторинговых сделок [3]:

1. Международный (продавец и покупатель находятся в разных странах) и внутренний (поставка проходит внутри страны).

2. Открытый (клиента предупреждают о факторинге) и закрытый (конфиденциальный, когда клиент получает уведомление после того, как не оплатил поставку).

3. Факторинг с регрессом (если клиент не оплатил поставку, предприниматель возвращает деньги фактору) и без регресса (если не возвращает).

Есть несколько способов выбрать банк для факторинга. Сначала стоит обратиться в кредитные организации, в которых обслуживается ваша компания. Там можно получить улучшенные условия факторинга. Второй способ — обратиться в банки, в которых обслуживаются клиенты-покупатели. В этом случае риск для факторинговой сделки будет ниже, а предложение быстрее и выгоднее. Наконец, можно провести поиск самостоятельно. Рынок факторинга довольно мал, его можно исследовать за несколько часов. При выборе банка для факторинга следует обратить внимание на следующее [3]:

1. У банка должна быть действующая лицензия Центробанка, ее можно проверить тут. ИНН факторинговой компании должен содержаться в списке организаций, состоящих на учете на сайте Росфинмониторинга.

2. Микрофинансовая компания должна значиться в реестре ЦБ. Проверить реальность деятельности и уточнить реквизиты факторинговой компании можно на сайте Федеральной налоговой службы.

По закону, факторинг — это комплекс услуг по погашению задолженности, которые финансовый агент оказывает за уступку этой задолженности. В Гражданском кодексе РФ есть глава 43 «Финансирование под уступку денежного требования», посвященная

регулированию сферы факторинга. В ней описаны основные условия договора, обязательства и состав его участников, а также терминология [1].

Международный факторинг не описан в главе 43 Гражданского кодекса, он регулируется положениями Конвенции УНИДРУА по международным факторинговым операциям, к которой Россия присоединилась с 1 марта 2015 года, и нормами валютного законодательства. Коммерческие организации, выполняющие роль факторинговых компаний, обязаны встать на учет в Росфинмониторинге. При этом факторинг не регулируется отдельным законом, кроме Гражданского кодекса, деятельность факторов в настоящее время не лицензируется.

Как правило, комиссия, которую взимает факторинговая компания, состоит из нескольких частей. Это оплата за использование денег на период отсрочки (в процентах годовых), за оценку финансового состояния покупателя, а также за документооборот. Стоимость факторинга может колебаться в интервале 0,5 до 4% от суммы сделки.

Таким образом применение факторинга является одним из инструментов обеспечения предприятия оборотным капиталом при отсутствии или недостаточности собственного.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ). Часть 1. 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

2. Медведев А.В. Определение степени зависимости от кредитов /А.В. Медведев, А.В. Юрченко // В сборнике научных трудов по материалам международной очно-заочной научно-практической онлайн-конференции «Финансы: международный опыт и российские реалии». – Ярославль: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Ярославская государственная сельскохозяйственная академия», 2016. - С. 287-296.

3. Что такое факторинг: отсрочки платежа, быстрые инвестиции, плюсы и минусы [Электронный ресурс]. - URL: <https://lenta.ru/articles/2022/09/30/factoring/>.

Инвестиционная привлекательность Ярославкой области в условиях действующих санкций

Кириллова А.И., Петерсон Д.М.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В статье обобщен всероссийский опыт по повышению инвестиционной привлекательности региона. Охарактеризованы различные направления инвестиционной деятельности. Проанализирована деятельность организаций внутри Ярославской области. Сделан вывод, что Ярославская область является инвестиционно привлекательным регионом.

Ключевые слова: регион, методы оценки, инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестиционная активность.

Investment attractiveness of the Yaroslavl Region: approaches to assessment and problems of ensuring

Kirillova A.I., Peterson D.M.

Financial University under the Government of the Russian Federation, Yaroslavl branch

Abstract. The article summarizes the All-Russian experience in improving the investment attractiveness of the region. Various areas of investment activity are characterized. The activity of organizations within the Yaroslavl region is analyzed. It is concluded that the potential of the region to increase investment attractiveness is far from being exhausted. The article formulates promising directions for the development of investment activity in this region.

Keywords: region, valuation methods, investments, investment attractiveness, investment.

Привлекательность промышленных предприятий Ярославской области в условиях санкций. В условиях действующих санкций трудности могут возникнуть из-за запчастей, используемых в автоматических устройствах тракторов, комбайнов, поездов, автомобилей и т.д. К примеру, права на производство автоматических компонентов для автомобилей «Лада», в основном принадлежат компании «Renault», которая недавно заявила о приостановке для своей деятельности в России.

Таким образом, электроника, производимая для АвтоВАЗа, резко становится дефицитной в условиях действующих ограничений. Также крупнейшие производители шин Michelin, Bridgestone и Continental заявили о приостановке экспорта своей продукции в Россию и о прекращении работы своих заводов, расположенных в основном в Московской области.

В связи с новыми реалиями, Ярославский моторный завод и Ярославский шинный завод становятся объектами, которые должны привлечь большое количество инвестиций. Ярославский шинный завод напрямую не зависит от стран, предоставляющими сырьё для производства автомобильных шин. Само по себе производство налажено и показало, что может работать в период кризиса ещё во время начала пандемии.

Более того, логистически Ярославль расположен очень удобно - в центре страны. Отсюда по Волге можно доставлять продукцию в южные регионы страны, в северные регионы продукцию можно доставлять по северной железной дороге.

Опираясь на эти данные, можно сделать вывод о том, что промышленное производство региона является благоприятным для инвестиционных вложений. Несмотря на наложенные ограничения и массовый уход иностранных компаний с рынка, многие фирмы не прекращают свою инвестиционную деятельность на территории РФ, Партнерами ярославских предприятий в сфере машиностроения и автокомпонентов продолжают оставаться таких крупные компании, как «Mercedes Benz», японская компания «Komatsu» и французский концерн «Safran». Это показывает, что предприятия, функционирующие на территории Ярославской области, активно сотрудничают с иностранными компаниями, а, следовательно, интересны зарубежным инвесторам.

Распространение туризма в Ярославской области в условиях действующих санкций. После начала проведения специальной операции на Украине многие европейские страны ввели против Российской Федерации санкции. Ограничения были введены в том числе на передвижение россиян по Европе. Так, все международные рейсы, связывающие страны НАТО и Евросоюза с Россией были отменены из-за закрытия воздушного пространства для российских самолётов.

Вследствие фактического закрытия европейских стран для посещения, российские туристы могут воспользоваться экзотическими направлениями для путешествий. Сейчас россияне (если учитывать зарубежные поездки) могут посетить лишь страны Африки, Ближнего и Дальнего востока. С учётом дороговизны таких путешествий, большая часть россиян не смогут

позволить себе такие поездки. В связи с этим спрос на внутрисоссийский туризм логично вырастет.

Так, по данным на 24 марта, предварительное бронирование туров по городам России в три раза превышает прошлогодние показатели, заявили в объединении туроператоров «Турпомощь». На фоне операции на Украине резко сократилось число зарубежных маршрутов, доступных для граждан России. Одной из самых перспективных сфер для инвестиционных вложений в Ярославской области является туристическая сфера. В данном регионе расположены такие исторические центры, как Ярославль, Углич, Ростов, Переславль-Залесский, Тутаев и Рыбинск – древнейшие города, привлекающие каждый год тысячи туристов своей исторической ценностью: памятниками архитектуры, колоритными музеями и ухоженными набережными.

Ярославская область популярна в сфере туризма не только из-за характерного ей русского зодчества, но и из-за выгодного географического расположения. Непосредственная близость к столице позволяет беспрепятственно добраться до области как с помощью автомобиля, так и с помощью поезда. Более того, очень распространены круизы по Волге, на которой расположено большинство городов субъекта. Стоит также отметить аэропорт «Туношна», расположенный в 26 километрах от Ярославля и позволяющий воспользоваться самолетом, чтобы посетить столицу Золотого кольца.

На основании данных о доходах москвичей и их желании путешествовать, можно сделать вывод о том, что граничащие с Москвой регионы потенциально могут привлекать жителей российской столицы.

Сельскохозяйственная привлекательность Ярославской области для инвестиционных вложений в условиях санкций. Также санкции коснулись индустрии сельского хозяйства и промышленности. Здесь можно выделить более общие положения, связанные с затруднением ведения бизнеса в этих отраслях. В основном, трудности могут возникнуть из-за поднятия ключевой ставки до 11% годовых и из-за ухода зарубежных компаний с российского рынка. Так, большинство с/х и промышленных предприятий не смогут обращаться в банки за кредитными ссудами из-за высокого процента по займу. Земли, предназначенные для сельского хозяйства в Ярославской области, занимают порядка 650959 гектар. Это число представляет собой около 37,2% всего земельного фонда региона. Растениеводство в субъекте представлено в основном выращивание кормовых культур, что обусловлено его животноводческой направленностью.

Традиционно, Ярославская область уделяет наибольшее внимание

животноводческому сельскому хозяйству, нежели растениеводческому. Область занимается разведением домашних птиц, свиней, коров, овец и коз. В 2015 году регион вошел в тройку крупнейших производителей яиц домашней птицы, уступив только Ростовской и Ленинградской областям. В 2019 же году хозяйства всех категорий произвели скота и птицы в убойном весе 66832 т, молока 321878 т, яиц 2325,2 млн. шт.

Таким образом, Ярославская область обладает повышенной инвестиционной привлекательностью для развития и углубления сельского хозяйства.

Потенциал Ярославской области не получил всей доступной реализации, найдется еще немало отраслей хозяйства, способных поднять общий уровень производства на качественно новый уровень.

Развитие отраслей промышленности, относящихся к машиностроению, станкостроению и производству нефтехимического сырья принесут дивиденды при более высоких инвестиционных вложениях. Туризм и сельское хозяйство при должных вложениях и грамотной организации также способны приносить прибыль, не уступающую прибыли других отраслей хозяйства.

Библиографический список

1. Инвестиции в развитие производства: отрасли промышленности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.yarregion.ru/depts/der/SiteAssets/Pages/Forms/EditForm/1.%20ИНВЕСТИЦИИ%20В%20РАЗВИТИЕ%20ПРОИЗВОДСТВА.pdf>.

2. Ахтариева Л.Г. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности регионов // Bulletin USUES. Science. Education. Economy. Series: Economy. № 1 (7), 2014 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-otsenke-investitsionnoy-privlekatelnosti-regionov/viewer>.

УДК 336.63

Бюджеты домашних хозяйств: рекомендации по формированию и исполнению

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Харинова А.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены методические аспекты

формирования бюджета домохозяйства и использования его в качестве эффективного инструмента планирования, учета, контроля и анализа поступления и расходования денежных средств отдельной семьи или гражданина. Также в работе приведены статистические данные о структуре расходов среднестатистического домохозяйства в нашей стране.

Ключевые слова: домохозяйство, доходы, расходы, семейный бюджет, финансовая грамотность.

Household budgets: recommendations for the formation and execution

Kolesov R. V., candidate of military sciences, associate professor

Kharinova A. A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article discusses the methodological aspects of the formation of the household budget and its use as an effective tool for planning, accounting, control and analysis of the receipt and expenditure of funds of an individual family or citizen. The paper also provides statistical data on the structure of expenses of an average household in our country.

Keywords: household, income, expenses, family budget, financial literacy.

Наше общество в настоящее время в качестве важнейшего инструмента измерения стоимости различных видов необходимых для удовлетворения человеческих потребностей благ, средства их оплаты рассматривает денежные средства. В связи с этим каждое домохозяйство, будучи интегрированным в активную общественную жизнь, должно иметь соответствующие источники поступления денежных средств (доходы) и осуществлять их расходование. Очевидно, что при прочих равных условиях, величина денежных затрат домохозяйства не может превышать объемы получаемых домохозяйством доходов. Таким образом, можно сделать вывод, что в процессе своей деятельности каждому домохозяйству целесообразно осуществлять финансовое планирование, которое, в своей основе, строится на принципах, которые являются базовыми для функционирующих сегодня экономических субъектов.

Сектор малого и среднего предпринимательства – один из главных сегментов современной рыночной модели хозяйствования. Малое и среднее предпринимательство обеспечивает пополнение бюджетов регионального и муниципального уровня. Субъекты МСП способствуют формированию и укреплению позиций среднего класса – основы общества, гарантирующей социальную и политическую стабильность [1, с. 31].

Поэтому развитие этого сектора существенно влияет на занятость населения, его возможность получать заработную плату для обеспечения жизнедеятельности семей.

Семейный бюджет представляет собой совокупность доходов и расходов за определенный период времени (месяц, квартал, год). Его формирование предполагает выполнение ряда действий:

- установление основных статей доходов и расходов домохозяйства;
- количественную оценку совокупных доходов и расходов домохозяйства, как правило, на предстоящий месяц;
- определение разницы между ожидаемыми доходами и расходами в предстоящем месяце, корректировку на этой основе ранее запланированных затрат и накоплений;
- регулярный учет доходов и расходов, осмысление фактического состояния дел и обоснованную корректировку ранее запланированных показателей.

Крайне важно, чтобы сформированные сбережения в дальнейшем приносили дополнительный доход домохозяйству.

В таблице приведена рекомендуемая форма бюджета домохозяйства на месяц.

Таблица – Рекомендуемая форма бюджета домохозяйства

Накопления на начало месяца, всего					Сумма
в том числе по видам накоплений:					
-					
-					
Переходящий остаток денежных средств на начало месяца					
Дата	Статья доходов		Статья расходов		
X	Всего доходов		Всего расходов		X
Накопления на начало месяца, всего					
в том числе по видам накоплений:					
-					
-					
-					
Переходящий остаток денежных средств на конец месяца					

Приведенную форму рекомендуется заполнять нарастающим итогом сначала до конца месяца. Делать это можно как на бумажном носителе

(достаточно обычного небольшого блокнота), так и в электронном файле – кому как комфортнее. Важно сохранять информацию о движении денежных средств домохозяйства в предыдущие периоды. В дальнейшем, при формировании информационного массива более чем за год, такая информация будет полезна не только в аналитическом, но и в прогностическом плане.

Если в один день возникают как поступления, так и расходование денежных средств, то для отражения каждой операции в форме рекомендуется использовать отдельную строку.

Для домохозяйства можно выделить следующие возможные статьи доходов:

- заработная плата работающих членов семьи;
- пенсии, которые получают члены семьи, имеющие право на пенсионное обеспечение;
- различные виды пособий;
- алименты;
- доходы от сдачи имущества в аренду или его продажи;
- доходы от бизнеса или дивиденды по акциям;
- подарки в денежной форме.

Конечно, у каждой конкретной семьи источники получения денежных средств могут быть различны. В том числе это могут быть поступления, которые доходом можно назвать только условно в силу того, что вследствие их получения у семьи появляются в распоряжении денежные средства. В частности, речь идет о полученных заемных средствах, которые в последующем приведут к возникновению расходных обязательств, да еще и увеличенных на величину начисленных процентов.

В качестве распространенных расходов для домохозяйства можно привести следующие:

- оплата услуг жилищно-коммунального хозяйства;
- расходы на питание;
- оплата медицинских услуг и лекарственных препаратов;
- оплата транспортных расходов (проезд на общественном транспорте или такси, заправка личного транспорта);
- приобретение одежды и обуви;
- бытовые расходы;
- оплата услуг спортивных клубов;
- оплата мероприятий, связанных с проведением досуга;
- расходы на отпуск;
- расходы на погашение обязательств по кредитам и займам;

- уплата налоговых платежей (транспортный и земельный налог, налог на имущество физических лиц, иные обязательные платежи, предусмотренные законодательством);

- приобретение подарков;
- расходы на страхование;
- формирование накоплений.

Отдельные исследования расходов среднестатистических домохозяйств показывают, что их структура выглядит примерно так:

- питание – 36%;
- одежда и обувь – 19%;
- погашение долговых обязательств – 12%;
- оплата текущих (бытовых) расходов – 10%;
- квартирная плата и услуги ЖКХ – 7%;
- оплата транспортных расходов – 5%;
- медицинское обслуживание – 3%;
- прочие расходы, включая, при возможности, формирование накоплений и сбережение средств – 8% [2, с. 13].

Уже по итогам 2–3 месяцев семейного бюджетирования вы сможете сформировать представление о структуре ваших доходов и расходов. В большинстве случаев люди узнают много интересной информации в области, которая для них казалась абсолютно понятной и прозрачной – свои личные финансы.

Таким образом систематический учет доходов и расходов домохозяйства дисциплинирует людей, минимизирует риски спонтанных и необдуманных действий, таких как приобретение дорогостоящих и кажущихся статусными вещей, в том числе за счет средств, полученных в микрофинансовых организациях, и т.п. Кроме того, ведение семейного бюджета способствует более эффективному достижению семейных планов и планов отдельных членов семьи, а также формирует у детей чувство ответственности за принимаемые финансовые решения и понимание того, что в современном обществе благополучие каждого члена семьи в отдельности и всей семьи в целом во многом обусловлено рациональным и грамотным использованием денежных средств.

Библиографический список

1. Колесов Р.В. О государственных мерах экономического стимулирования устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях выхода из пандемического шока / Р.В. Колесов, С.А. Сироткин, М.О. Ермоленко, Ю.О. Григорьева, А.И. Корнева // Вестник евразийской науки. 2021. Т. 13. № 1. С. 31.

2. Семейный бюджет: рабочая тетрадь. – М.: Федеральный методический центр по финансовой грамотности населения на базе Финансового университета, 2022. – 22 с.

УДК 339.37

Пути повышения эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций

*Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент
Буркин А.Д., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В представленной статье авторами рассматривается один из традиционных инструментов маркетинга которым является визуальный мерчандайзинг как искусство применения эффективных дизайнерских идей для привлечения потребителей и стимулирования принятия решения о покупке.

Ключевые слова: мерчандайзинг; магазин; потребитель; торговый зал; розничная торговля; товар.

Ways to improve the effectiveness of the marketing communications complex

*Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor
Burykin A.D., doctor of economics, professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the presented article, the authors consider one of the traditional marketing tools, which is visual merchandising as the art of applying effective design ideas to attract consumers and stimulate purchasing decisions.

Keywords: merchandising; store; consumer; trading floor; retail; goods.

В конкурентной борьбе побеждают компании, которые поддерживают эффективную связь с потребителями и способны удовлетворить их запросы в отношении экономичности и удобства приобретения товара. Стремление к удобству и сокращению времени на приобретение товара

является одной из главных тенденций в поведении потребителей в XXI веке [2, с. 93].

Для максимального удобства потребителей в местах продаж в торговых сетях используют основные положения из теории мерчандайзинга.

Как показывает опыт, мерчандайзинг необходим не только розничному торговцу, но и остальным участникам канала распределения: производителям товаров, дистрибьюторам и покупателям. Однако существует заметная разница в целях мерчандайзинга производителя и розничного торговца.

Цель мерчандайзинга производителя – стимулировать желание потребителей выбрать конкретный товар, торговую марку. Торговец же заинтересован в увеличении общей прибыли и формировании лояльности покупателей; ему важно, чтобы все товары в магазине смотрелись достойно. Поэтому зачастую между торговцем и производителем товаров возникают разногласия.

Различие же в целях мерчандайзинга производителя и розничного торговца может привести к существенным разногласиям между ними, причем негативный результат сотрудничества более опасен для производителя.

Одной из важных составных частей мерчандайзинга, является визуальный мерчандайзинг — это искусство применения эффективных дизайнерских идей для привлечения потребителей и стимулирования принятия решения о покупке [4, с. 105].

Внешний вид здания или помещения магазина — это часть визуального мерчандайзинга. Крупные торговые сети используют стандартные брендовые и легко узнаваемые цвета в оформлении магазинов.

Внутри здания визуальный мерчандайзинг начинает работать с главного входа. Обычно покупатели начинают обход по торговому помещению справа и движутся по залу против часовой стрелки. Правая сторона является началом маршрута, именно она создает первое визуальное впечатление о магазине. Поэтому по правой стороне обычно выкладываются хорошо освещенные товары и объявления о скидках, что стимулирует импульсивные покупки.

Менеджер по мерчандайзингу для создания атмосферы, стимулирующей покупки, использует цвета, освещение, и пространство магазина; визуальную и звуковую информацию о продуктах; сенсорную информацию (например, аромат и музыка).

При оформлении торгового помещения и расстановке оборудования и мебели нужно учитывать особенности поведения покупателей. Основной целью планирования помещения является попытка убедить клиента пройти по всему магазину, оценить весь товар, привыкнуть к стандартному расположению отделов и, наконец, совершить покупку. Следует учесть профиль, размеры и место расположения магазина, а также количество и размещение отделов в торговом помещении. При планировке помещения должны выполняться следующие требования: комфортность условий работы для персонала; рентабельность; возможность предотвращения краж; удобство покупателей в процессе движения по торговому залу и при рассмотрении товара; демонстрация отличительных качеств товара и его свойств, которые могут привлечь покупателей [1, с. 130].

Одним из основных элементов мерчандайзинга является планировка магазина. К факторам, формирующим планировку магазина, относятся: размещение входов и выходов; конфигурация торгового зала; последовательность размещения отделов, секций, товаров; способы выкладки товаров; организация покупательских потоков; система освещения в торговом зале; система установки оборудования и размещения узлов расчета; факторы, связанные с психологическими особенностями человека [3, с. 148].

Цель внутренней планировки – сделать магазин привлекательным и удобным, обеспечивая при этом эффективное использование площадей для достижения планируемого уровня товарооборота и получения максимальной прибыли.

У задней стены торгового зала обычно располагаются товары первой необходимости, что вынуждает покупателей пройти через весь торговый зал и повышает вероятность незапланированных покупок. Довольно часто, особенно в крупных супермаркетах, покупателям с помощью указателей на полу или на потолке облегчают ориентировку на территории магазина.

Третьим по значимости участком является левая сторона торгового зала. Сюда покупатели попадают в завершающей стадии движения, поэтому следует четко продумать расположение отделов и ассортимента товаров в этом отделе. Здесь будет уместно разместить товары повседневного спроса или привлекательные и интересные товары, которые способствуют импульсивным покупкам.

Сложной задачей является привлечение покупателей в угловые части торгового зала. Покупатели не любят заходить туда, но можно разместить там стационарный отдел, который знают и помнят клиенты. В гипермаркете или супермаркете это может быть отдел деликатесов или выпечки, которые распространяют вокруг соблазнительные запахи.

Вообще в угловых участках довольно часто выкладываются товары, которые пользуются устойчивым спросом.

Согласно рекомендациям специалистов по мерчандайзингу, ширина прохода в торговом помещении должна быть комфортной для свободного перемещения потоков покупателей по магазину. Минимальной шириной считается 1,4 м.; в крупных магазинах — не менее 2 м. из расчета, что ширина тележек примерно 60 см. Слишком широкие проходы нежелательны, так как из-за них теряется площадь для выкладки товара.

В результате проведенного нами исследования, можно выделить следующие ключевые моменты: навыки и знания по мерчандайзингу очень важны при завоевании внимания покупателей к товару; планируя торговое помещение, следует учитывать не только прибыльность и объемы продаж товара, но и сезонность спроса, размер торгового помещения, тип оборудования; практически все элементы материальной среды, начиная с обложки каталога и наружных витрин и заканчивая дизайном торгового помещения, должны быть, выполнены в едином стиле; грамотная планировка площади торгового помещения дает покупателям комфортный доступ к максимальному количеству товаров и способствует увеличению объема продаж.

Существуют различные способы увеличения привлекательности магазина, и все они связаны с воздействием на органы чувств посетителей: обонятельный, осязательный, слуховой и визуальный сенсорные каналы восприятия. На визуальный канал восприятия в помещении магазина воздействует, прежде всего, освещение. Оно служит для достижения хорошей видимости товаров, для создания определенного настроения и эмоций, влияет на работоспособность, психическое состояние и самочувствие находящихся в магазине людей. Продуманное освещение может скрыть некоторые недостатки дизайна помещения или товаров.

Для специалиста по мерчандайзингу большое значение имеет, как посетители воспринимают окружающую среду торгового зала: адекватно реальности или иллюзорно [5, с. 187].

Иллюзорные эффекты можно создавать искусственно и использовать для управления поведением посетителей торгового зала. Самыми многочисленными считаются визуально-зрительные иллюзии, возникающие при отражении пространственных компонентов самих объектов (товаров, оборудования, зданий). Наиболее доступны и часто используются иллюзорные эффекты, связанные с искажениями зрительного восприятия посредством оптико-геометрических иллюзий, которые заключаются в кажущемся искажении метрических соотношений между фрагментами изображения.

Товары, оборудование и торговый зал в целом являются физическими телами. Они описываются и воспринимаются посредством различных свойств, в том числе оптических и геометрических. Покупатели часто сравнивают товары по размеру и другим свойствам, имеющим отношение к количеству и другим характеристикам. При этом они, как правило, не пользуются инструментальными методами оценки, а ограничиваются органолептическим методом (визуально). Такой подход оставляет место для искажений и ошибок. Нередко источниками иллюзий являются неправильно или специально выбранные фон и порядок размещения товаров. Манипулируя иллюзиями восприятия размера товаров и оборудования, специалисты торгового зала могут создавать предпочтительные или дискриминационные условия для товаров отдельных производителей или марок в зависимости от статуса, роли и места в мерчандайзинговом процессе и других факторов их привлекательности для розничного торгового предприятия.

Из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что для привлечения и удержания постоянных и новых потребителей, а, следовательно, обеспечения высокой и стабильной прибыли розничной торговой организации необходим комплекс маркетинговых коммуникаций, основное место в котором занимает мерчандайзинг.

Библиографический список

1. Бурькин А.Д. Факторы, формирующие рыночную цену товара // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2017. № 4. С. 124-133.
2. Кваша В.А. Особенности управления инновационным развитием предприятия: монография / В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, С.Б. Тюрин. – Ярославль: Канцлер, 2018. - 213 с.
3. Коречков Ю.В. Проблемы управления инновационной деятельностью предприятия и пути их решения: монография / А.Ю. Мудревский, Н.М. Бурыкина, С.Б. Тюрин, Ю.В. Коречков. – Ярославль: Канцлер, 2017. - 364 с.
4. Тюрин С.Б. Инвестиционный проект и оценка его эффективности / С.Б. Тюрин, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 7. С. 101-110.
5. Юрченко А.В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия: монография / А.В. Юрченко, С.Б. Тюрин, В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, Р.В. Колесов. – Ярославль: Канцлер, 2018. - 242 с.

Процесс управления финансами компании с использованием информационных технологий

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты процесса управления финансами компании в современных условиях, приведены направления использования информационных технологий в области финансового менеджмента компаний.

Ключевые слова: финансы, экономисты, управление, цифровые технологии, концепция, модель, решения.

The process of managing the company's finances using information technology

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article discusses some aspects of the company's financial management process in modern conditions, shows the directions for using information technology in the field of financial management of companies.

Keywords: finance, economists, management, digital technologies, concept, model, solutions.

В современных условиях развития информационных технологий изменился режим управления бизнесом. Сфера управления расширилась от внутренней к внешней. В эпоху глобального внедрения информационных систем новаторство режима корпоративного финансового управления заключается не только в рациональном планировании и использовании собственных ресурсов компании, но и во включении различных категорий социальных ресурсов, необходимых для операций компании, в систему корпоративного управления финансами.

Управление финансами компании – это крайне важно и сложно. Это важно, потому что сегодняшние инвестиционные решения могут определять судьбу компании на 10, 20 и более лет вперед. Успех или банкротство компании в большей степени также зависит от способности компании получить необходимое финансирование. Крупные инвестиционные проекты или сделки по слиянию-поглощению компаний вовлекают миллиарды рублей. Это сложно, потому что финансовые решения должны быть четкими и своевременными, в то время как финансовые рынки, на которых работают компании, меняются непрерывно.

При этом часто разграничивают такие понятия как управления денежными средствами и управление финансами. Разница между ними несущественная, но она есть: первое носит более операционный и краткосрочный характер, а второе – более стратегический и долгосрочный, по сути, управление финансами являет собой управление денежными средствами в более широких масштабах – в плане как временного горизонта, так и видов деятельности [1].

Хорошие экономисты справляются с рутинными проблемами, но только лучшие экономисты способны реагировать на изменения чтобы решать проблемы нового порядка, в данном случае нужно больше, чем знание формул, здесь необходимо понимание того, почему компании и финансовые рынки ведут себя так, как они себя ведут, и почему общеприменительная практика может быть не лучшим решением проблемы [2].

Современный этап развития науки характерен повышением уровня использования новых информационных технологий для решения фундаментальных проблем и прикладных задач по обеспечению развития экономики и общества в целом. При этом внедрение цифровой экономики во все сферы жизни общества и опережающее развитие стало одним из глобальных трендов последних лет [3].

На современном этапе управление финансами выходит на новый уровень. Интернет-технологии, распределенные сети, системы когнитивной и Big Data обработки данных, финтех-технологии, а также быстрые изменения в информационном пространстве требуют иного подхода к управлению финансами.

Все аспекты управления финансами отражаются точно, своевременно и динамично. Реализация более разумного распределения и контроля предприятия очень важна для повышения эффективности управления финансовыми ресурсами компании, а также может эффективно повысить гибкость реакции рынка.

В современном динамичном мире, когда производительные силы и производственные отношения, по-видимому, достигли предела в своем совершенствовании, а цифровые финтех-технологии обеспечивают практически мгновенное перемещение капитала в любую сферу в любой точке мира важным является не только управление финансовыми потоками, но даже простой учет оценок рейтинговых агентств. При этом все более значимым становится постоянный мониторинг как сферы деятельности предприятия, так и фундаментальных достижений науки. Своевременность и решительность при завершении жизненного цикла отдельного проекта или глобальной перестройке всей деятельности предприятия в целом с перенаправлением средств в иные, более перспективные отрасли является нормальной практикой современного предприятия. На данный момент существует задача выбора и создания концепции системы управления финансами с учетом современных интернет- и информационных технологий.

Основная цель поиска и внедрения концепции системы управления финансами на предприятии делится на две подцели: анализ предметной области и выбор программного решения для построения модели управления финансами.

Иначе говоря, необходимо выполнить системный анализ той предметной области, к которой относится будущая система, для чего следует провести всестороннее исследование объекта, в нашем случае — процесса управления финансами предприятия, как собственными, так и привлеченными.

Для эффективного программного решения с использованием всего спектра современных методов научных подходов анализируют и выбирают программные и технические средства имеющейся интеллектуальной системы, которые максимально удовлетворили бы пользователя. Выбор среды использования системы имеет две основные составляющие:

- определение видов и типов;
- определение необходимых параметров программного и технического обеспечения, которое могло бы использоваться для корректной работы реализованной системы управления финансами предприятий.

В области интеллектуальной обработки данных управление финансами предприятия осуществляется по новой схеме. С помощью применения интернет-технологий можно оптимизировать бизнес-процессы, такие как расчеты, учет, отчетность, анализ, управление и контроль, а также осуществлять удаленную обработку финансовых

данных, возмещение, аудит, мониторинг и т.п. Новая модель финансового менеджмента позволяет компаниям добиться централизованного управления через сети передачи и обмена данными, устанавливает тесное сотрудничество между внутренними подразделениями и другими компаниями [4].

Рассмотрим основные составляющие этой модели:

1. Распределение финансовой силы, т.е. источников финансирования. На платформе распределения финансов первоочередной задачей компании является достижение распределения финансовой силы, а также ослабление руководства соответствующих ведомств. Кроме того, в определенной степени предоставляется свобода контроля и составления планов и бюджетных отчетов в соответствии с фактической ситуацией развития компании. С другой стороны, предприятия создают платформу обслуживания финансовых служб в соответствии с требованиями. Тогда руководству нужно следить за фактической ситуацией и обеспечивать рациональность деятельности, повышая эффективность.

2. Формирование действительной системы финансового контроля. На основе платформы обслуживания финансового обмена достигаются централизованный финансовый учет и полнота раскрытия информации, гарантируется всесторонний внутренний финансовый учет компании и обеспечивается точность финансовой информации отдела и дочерних предприятий.

3. Построение надежной информационной системы финансового управления. Крайне важно активно строить надежную информационную систему управления финансами на объекте, где применяются средства искусственного интеллекта. Работа по развитию интеллектуальных технологий обработки данных экономической деятельности ведется в глобальных сетях и удаленно, ведь бухгалтерская информация компании находится в динамичной форме, ее трудно зафиксировать. С другой стороны, открытость рынка предприятий может формировать многопользовательскую информационную модель.

4. Формирование комплексной системы гарантий защиты информации в сети. На предприятиях, использующих распределенную обработку информации, финансовое управление платформами корпоративного финансового обмена требует учета реальных условий. Необходимо четко признать различные потенциальные факторы риска при обработке информации. Среди них могут быть сформированы соответствующие политические и эффективные правовые средства для обеспечения безопасности сети и ее управления. Кроме того, предприятия должны быть постоянно осведомлены относительно безопасности финансового

персонала корпорации и сетевой информации. Нужно принять эффективные меры, чтобы избежать заражения вирусами, а также по-настоящему реализовать защиту конфиденциальных данных в сети. При использовании цифровой подписи необходимо обеспечить ее безопасность.

5. Широкое использование современных финтех, когнитивных и Big Data-технологий.

6. Постоянный мониторинг как сферы деятельности предприятия, так и смежных сфер, в том числе достижений фундаментальных наук.

Дальнейшая реализация модели системы управления финансами предприятия требует конкретных мер:

1. Установка новой модели управления финансами предприятия. Руководящий персонал предприятия должен выступать предвестником в корректировке концепции управления финансами. На фоне совершенствования интернет-технологий на предприятии трансформация концепции управления финансами используется как стратегическое средство содействия лучшему развитию предприятия. Программа управления материальными активами на каждом этапе уточняется, следовательно, в соответствии со стратегическими требованиями будущего развития управление капиталом компании совершенствуется. Задача менеджмента заключается в уточнении основных источников различных капиталов и финансовых ресурсов компании.

2. Создание механизма внесения изменений в модели управления корпоративным финансовым управлением. Финансовый менеджмент предприятия должен осознавать преимущества обмена информацией в интернете, чтобы иметь достаточную идеологическую основу для построения нового типа модели финансового управления. Централизованное управление использует все преимущества компьютерных сетевых технологий, интегрирует текущую финансовую информацию предприятия, избегая множественных отделов, которые совместно выполняют задачи управления финансами предприятия, что приводит к снижению качества. Следовательно, компаниям нужно связать существующую модель управления капиталом с интернет-средой и реализовывать электронное управление хозяйственной деятельностью.

3. Создание информационной системы управления финансами предприятия. Прежде чем предприятие начнет корректировку технологии управления финансовыми ресурсами, оно должно создать хорошую информационную систему для достижения органической интеграции с интернет-средой. Предприятия используют интернет-технологии как основное средство общения с внешним миром (создавая онлайн-

платформы для закупки сырья и продажи товаров) и сетевые ресурсы — для проведения единой системы планирования имеющихся средств компании. В процессе осуществления валютных операций и других видов экономической деятельности предприятия полагаются на сетевые технологии. Благодаря изучению различной информации уровень финансового менеджмента компании улучшается.

4. Создание корпоративных финансов для улучшения управления безопасностью. До внедрения сетевых ресурсов предприятия должны усвоить передовой опыт других сфер экономики, чтобы избежать проблем, которые могут повлечь утечку информационных ресурсов. Необходимо, чтобы механизм защиты информации предприятия был установлен на высоком уровне. Предприятия должны не только создавать высокоэффективный механизм управления финансовой информационной безопасностью, но и контролировать текущий процесс перевода средств.

5. Установка интегрированной модели корпоративного управления финансами и бизнесом. В эпоху интернета предприятиям нужно удовлетворять индивидуальные потребности пользователей. Это требует от предприятия тщательного управления развитием рыночного бизнеса. Финансовый менеджмент предприятия должен быть вовлечен в управление бизнесом и анализ жизненных циклов пользователей.

6. Установка большой модели данных для управления финансами. Новейшие интернет-технологии, такие как поддержка облачных вычислений, когнитивные и Big Data-технологии, являются обязательным элементом системы управления финансами предприятий. Традиционными объектами исследований финансового менеджмента являются преимущественно бухгалтерские данные без анализа базы данных. Однако в эпоху интернета предприятия могут получать производственные и эксплуатационные данные, включая биометрические данные пользователей, с помощью различных систем, тогда как в области передовых технологий (базы данных и облачные вычисления) достигнут значительный прогресс, и обычные предприятия имеют возможность анализа данных по низкой цене. Как следствие, все больше компаний могут получить информацию о своей хозяйственной деятельности, проанализировав большое количество данных. Это поможет сделать более точный прогноз распределения денежных потоков для развития бизнеса, осуществить углубленное изучение поведенческих предпочтений для внедрения соответствующих стратегий расширения рынка для конкретных пользователей или групп клиентов и проведения корреляционного анализа соответствующих отраслей, для получения будущих доходов от клиентов и др.

7. Установка диверсифицированного способа финансирования. В эпоху развития средств искусственного интеллекта и интеллектуальной обработки данных рынка капитала — это предприятия из легких активов. Для оценки рыночной стоимости они могут поддерживать начальные фонды развития через взаимные фонды, компании по управлению активами и другие каналы финансирования. Этот вид сотрудничества при разработке продуктов или проектов, помимо финансирования, может эффективно стимулировать участие пользователей, консолидировать их, а также расширять рынок.

8. Установка модели контроля риска корпоративного финансового управления. Рынок капитала будет оцениваться с учетом колебаний среды, в которой развивается компания. При усилении рынка капитала сокращение средств приведет к огромным операционным рискам. Кроме того, поскольку все больше транзакций проводится через интернет, корпоративная, финансовая и бизнес-информация может быть быстро обработана в режиме реального времени, но централизованный обмен информацией увеличивает риск ее утечки.

9. Создание комплексной модели обучения персонала. Персонал по управлению финансами должен не только разбираться в бухгалтерии, финансах и капитальных операциях, но и хорошо знать производство, рынок и перспективы развития отрасли. Только тогда можно использовать анализ данных для оценки пользователя, потенциального развития рынка и оказания поддержки для развития бизнеса. Учитывая это, финансовое руководство может иметь соответствующие средне- и долгосрочные планы управления фондами предприятий. Традиционное образование по финансовому менеджменту часто базируется на изучении бухгалтерского учета, что сильно отличается от финансового управления практическими потребностями предприятия. Благодаря анализу опыта высшего персонала финансового менеджмента компания может поощрять и направлять талантливых специалистов для дальнейшего обучения, совершенствования своего уровня и бизнес-возможностей.

Однако деятельность по управлению финансами должна быть не только автоматизированной и запрограммированной, но и учитывать современные факторы влияния:

1. Оптимальное управление финансовыми потоками является определяющим фактором эффективного развития компании при условии приоритетного влияния котировок фондовых рынков и инвестиционных потоков, как мажоритарных, так и миноритарных.

2. Оптимальное управление финансовыми потоками подразумевает применение современных информационных технологий для учета и оптимизации сочетания следующих финансовых политик:

- вложение средств в развитие собственной производственной базы;
- вложение средств в производственный аутсорсинг;
- накопление и вложение средств в доходные финансовые инструменты;
- разумная дивидендная политика;
- корректный оптимальный учет факторов влияния общественно-социальной сферы и административно-политического ресурса, что важно для компаний, достигших определенного уровня развития либо являющихся системообразующими в регионе.

3. Механизмы управления финансовыми потоками организации должны широко применять современные инструменты финтех, когнитивных и Big Data-технологий в сочетании с постоянным мониторингом как в финансово-экономической сфере, так и в области достижений фундаментальной науки; учитывать, использовать и оперативно реагировать на факторы возможного влияния.

4. Возможность выполнения инструментального IT-анализа для своевременного и решительного завершения жизненного цикла проекта с перенаправлением средств в другие перспективные отрасли. Необходимо анализировать различную информацию для облегчения управления финансами предприятий и внедрения инноваций в области корпоративного финансового управления.

Таким образом, современная информационная система управления финансами сосредоточена на целевом управлении и бюджетном контроле, поэтому она находится в контексте распределенной обработки данных в глобальной сети. Компаниям необходимо совершенствовать и улучшать современную систему финансового менеджмента, управление финансами и операциями и дать возможность корпоративному финансовому менеджменту осуществлять развитие предприятия.

Библиографический список

1. Управление денежными потоками: как не оказаться на мели / Джон Теннет; Пер. с англ. - М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2016. – 208 с.

2. Корпоративные финансы: учебное пособие / А.С. Кокин, Н.И. Яшина, С.Н. Яшин, М.Ю. Гинзбург. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 369 с.

3. Кваша В.А. Банковская система при переходе к цифровой экономике / В сборнике: Наука и общество: проблемы и перспективы развития. Материалы V Межрегиональной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников. –

Ярославль: Московский финансово-юридический университет МФЮА, Ярославский филиал. 2018. С. 103–106.

4. Балдин К.В. Информационные системы в экономике. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 224 с.

УДК 658.5

Предотвращение валютных рисков как способ минимизации потерь в бизнесе

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

Алексеев Ф.Н.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты минимизации потерь в бизнесе на основе мер по предотвращению валютных рисков.

Ключевые слова: валюта, курс, риск, бизнес, минимизация.

Prevention of currency risks as a way to minimize losses in business

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

Alekseev F.N.

Financial University under the Government of the Russian Federation, Yaroslavl Branch

Abstract. The article discusses some aspects of minimizing losses in business based on measures to prevent currency risks.

Keywords: currency, exchange rate, risk, business, minimization.

В настоящее время экономика Российской Федерации находится под влиянием внешних шоков и давления со стороны стран Запада, что провоцирует усложнение условий развития предпринимательской деятельности.

Одной из таких сложностей является усугубление валютных рисков для тех организаций, чья деятельность связана с международной торговлей и в случае увеличения курса иностранной валюты компания будет нести

убытки от своей деятельности. Именно поэтому важность использования механизмов для предотвращения валютных рисков является высокой.

Важно отметить, что объем валютных рисков напрямую зависит от объема международной торговли или частоты и количества оборудования, которое компания закупает за рубежом. Исходя из этого владелец этого бизнеса должен задать себе два главных вопроса.

Первый- насколько его деятельность в бизнесе является зависимой от увеличения курса иностранной валюты. И второй: какая максимально критическая точка величины курса, при которой прибыль будет уменьшена на интервал от 50% до 70%.

В случае, когда бизнес зависит от колебаний курса валюты, то необходимо обезопасить его и минимизировать валютные риски. Главное отметить, что масштаб деятельности – не является значимым, стоит обращать внимание на долю выручки, на которую влияет курс валюты.

Углубляясь в историю и вспоминая снижение курса национальной валюты в 2014 году, а также конец февраля 2022 года, доказывают абсолютную значимость валютных курсов как в целом для экономики России, коммерческих организаций, так и домашних хозяйств, что в последствии привело к значительной потере покупательской способности и сокращению доходов организаций.

Изучая понятийный аппарат термина «валютный курс» необходимо отметить, что многие авторы считают, что он в большей степени связан только с его изменением. Но события, происходящие в настоящее время однозначно показывают, что необходимо еще уделить внимание на принятие решений органов госвласти относительно внедрения различных ограничений на хранение, покупку и продажу валюты.

Именно поэтому по мнению Дмитриевой М.А. «валютный риск – это вероятность реализации одного или нескольких событий в связи с изменением курсов валют или действиями органов государственной власти, объектом которых являются валютные ценности, приводящие к положительному или отрицательному изменению экономического положения субъекта предпринимательской деятельности» [2, с. 2423].

В связи с этим общепринятой классификацией валютного риска является классификация, основой которой является признак принадлежности его управления, то есть их подразделяют на внутренние и внешние.

Первые в свою очередь зависят от характерных особенностей риска внутри компании. А вторые от колебаний валютного курса и методов его корректировки органами государственной власти. Исходя из этого методы по его управлению также подразделяются на виды.

Тем не менее основная задача управленца – это сокращение объема валютных рисков. Для этого необходимо использовать традиционные методы, например, осуществлять выбор валюты цены, суть которого заключается в определении и закреплении цены валюты в контракте.

Вторым методом является регулирование валютной позиции, особенно он актуален для компании, в которых преобладает большое количество контрагентов из других стран [3, с. 5].

При этом важно отметить, что варианты реакций управленческого звена на валютные риски также различны. Например, первый вариант, это уклонение или отказ, при выборе которого управленец понимает, что последствия риска опасны и лучшим вариантом является отказ от него, а в основе такого решения лежат результаты, полученные в ходе анализа, который применяется в финансовом менеджменте.

Вторым вариантом является передача риска или его страхование. К третьему варианту относится – локализация, то есть его лимитирование или ограничение, в рамках одного из направлений деятельности. Четвертым – его диверсификация, особенно применима в операционной деятельности. И к пятому относится компенсация, суть которой заключается в предупреждении возникновения угрозы.

Зачастую управленцы предпочитают способы передачи риска, которые в свою очередь подразделяется на две группы:

- базисные инструменты (внутренние), то есть при которых происходит внедрение новых методик и технологий внутри организационно-правовых мероприятий;

- производные финансовые инструменты (внешние), например, форварды, фьючерс, опционы, свопы и т.д.

Отдельно важно отметить, что продолжает развиваться направление страхования валютных рисков, но его развитие сопряжено с рядом сложностей:

- сложность объективной и точной оценки риска;
- потеря части прибыли;
- правильное определение метода страхования.

Компании должны обладать большим количеством информации и уметь формулировать правильные выводы с учетом всех факторов, влияющих на изменение курса валюты.

Обобщив, важно отметить, что, проводя анализ валютных рисков необходимо учитывать не только их классификацию, виды и отдельные специфические особенности, но уделять должное внимание разработке и реализации стратегии управления ими.

Основная задача управленческого звена в настоящее время – это грамотное управление рисками для снижения волатильности доходной части и минимизации потерь от непредвиденных убытков. Именно поэтому необходимо обладать не только практическими аспектами управления валютными рисками, но теоретическими, которые позволят определять факторы их возникновения, определять последствия и разрабатывать пути их ликвидации.

Библиографический список

1. Государственный финансовый контроль в России: современные проблемы и тенденции развития: монография / Тюрин С.Б., Колесов Р.В., Бурыкин А.Д., Юрченко А.В. - Ярославль: Канцлер, 2015. – 113 с.

2. Дмитриева М.А. Валютный риск: от определения к классификации // Российское предпринимательство. 2020. № 16(15). С. 2423-2436.

3. Султанов И.А. Работа с проектными валютными рисками [Электронный ресурс]. URL: <http://projectimo.ru/upravlenie-riskami/valyutnye-riski.html>.

УДК 339.138

Разработка малобюджетных технологий интернет-маркетинга в продвижении торговой марки (бренда) в условиях глобальных изменений

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

Игнатъевская Ю.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты анализа и разработки малобюджетных технологий интернет-маркетинга в продвижении бренда в условиях глобальных изменений маркетинга.

Ключевые слова: малобюджетные технологии, интернет-маркетинг, бренд, продвижение, изменения.

Development of low-budget Internet marketing technologies in promoting a trademark (brand) in the context of global changes

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

Ignatievskaya Yu.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article discusses some aspects of the analysis and development of low-budget Internet marketing technologies in brand promotion in the context of global marketing changes.

Keywords: low-budget technologies, Internet marketing, brand, promotion, changes.

Актуальность настоящего исследования заключается в необходимости в рамках прогрессирующего мирового рынка, изменения курса валют и цен на отвалы, работы и услуги использовать в процессе продвижения продукции и торговых марок малобюджетные способы, которые позволяют снизить затраты на рекламу и уменьшить общий результат по затратам того или иного бренда, предприятия. Также актуальность подтверждает наличие ряда подобных изысканий, проведенных, например, Гушиной Е.Г., Чеботаревой С.С., Третьяковой Т.С., Урядиной А.А. и другими специалистами в этой области.

Целью данного исследования является анализ и разработка малобюджетных технологий интернет-маркетинга в продвижении бренда в условиях глобальных изменений маркетинга.

Глобальные изменения в области экономики России и мира ориентированы на рост объемов производства товаров, реализации услуг и работ, что в итоге должно приводить к росту ВВП. Наблюдаемые по итогам 2021 г. глобальные изменения являются отражением перехода за сравнительно короткий период (порядка 100-200 лет) от мало населенной и слабо измененной человеком Земли к перенаселенной, антропогенно трансформированной экосфере [3]. Изменение жизни людей способствует изменениям в различных ее областях, в том числе в экономике и менеджменте. В результате этого возможно говорить и о брендинге, его влиянии на человека и изменений в способах продвижения торговых марок.

Под брендингом в целом понимается составляющая маркетинговой деятельности компании, действующей в условиях свободного рынка и конкурентной борьбы за потребителя [1, с. 4]. Бренд воздействует на потребителя, способствуя росту (или падению) востребованности товаров и услуг. Интернет-маркетинг в XXI в. – это современный и относительно недорогой вид продвижения бренда, в следствии чего сегодня он активно задействуется в рекламных кампаниях, так, по данным Ассоциации

коммуникационных агентств России, только на 2013 г. на медийную и контекстную рекламу в интернете потрачено порядка 22% общего объема маркетинговых расходов российских предприятий [2, с. 1]. В интернет-маркетинге для продвижения торговых марок используются:

1. Контекстная реклама, являющаяся одним из самых малобюджетных методов и предполагающая привязку бренда к контексту запроса пользователя сети. Данный вид рекламы невозможно игнорировать, в результате чего он является также и одним из самых эффективных. Размещению контекстной рекламы способствуют инструменты, такие как Яндекс.Директ и Google Adwords (платная услуга, при использовании которой рекламодатель платит за клик по объявлению, а не за его демонстрацию, в результате чего видят данный вариант только потенциальные клиенты бренда).

2. Баннерная реклама, представляющая из себя графические или анимированные (что дороже) изображения, при нажатии на которые пользователь интернета переходит на сайт торговой марки. В особенности такой способ интернет-маркетинга востребован в имиджевой рекламе, т.к. позволяет зафиксировать в памяти потребителя логотип бренда.

3. Таргетированная реклама в социальных сетях стала популярной за счет крайне высокой востребованности данных площадок в XXI в. Т.е. преимущество данного способа не только малобюджетность (в том числе бесплатность), но и широкий охват аудитории.

4. Push-уведомления, приходящие на устройства даже при выключенном браузере, содержащие короткий текст, картинку и ссылку на торговую марку – менее востребованный и более затратный вариант рекламы.

5. Рекламные ролики и изображения в мобильных приложениях продвигают торговые марки за счет своей обязательности всплывания в бесплатных современных программах для мобильных телефонов. Является сравнительно затратной, т.к. необходимо спонсировать разработчиков приложений.

6. Реклама в видеороликах на платформе YouTube, RuTube и иных ресурсах, которые продвигают видеоконтент. Это целенаправленный интернет-маркетинг.

7. Всплывающие Pop-up окна является агрессивным и менее востребованным видом рекламы, который способен отпугнуть клиента. Разработка требует особых знаний и грамотного специалиста, услуги которого стоят достаточно дорого.

8. E-mail или рассылка является малозатратной, но не эффективной, т.к. сообщения часто попадают в «спам», из-за чего потенциальные

клиенты торговой марки могут пропустить информацию для них [2, с. 5-6].

На основе проанализированной информации возможно спроектировать наиболее эффективный и по совместительству малобюджетный вариант для продвижения торговой марки (бренда) с использованием современного интернет-маркетинга.

Таким образом, по результатам анализа наиболее востребованными видами рекламы в интернете являются контекстная, баннерная и реклама в социальных сетях. Стоимость данных услуг варьируется от бесплатной (для объявлений в социальных сетях) до 3-15 тыс. руб. в месяц (за клик по контекстной рекламе 15 руб., от 0,35 руб. за переход по баннерной рекламе, за регулярные записи в группах и сообществах в социальных сетях от 3 тыс. руб.). Исходя из этого можно заключить, что наиболее малобюджетной является реклама в социальных сетях и баннерная реклама, которые позволяют продвигать торговую марку (бренд) эффективно и с наименьшими затратами на интернет-маркетинг.

Библиографический список

1. Иванов А.А. Брендинг: учебное пособие. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 74 с.

2. Ковалева И.В., Чубатюк Е. Развитие интернет-маркетинга в продвижении товаров на рынке: теоретический аспект. – Барнаул: Экономика и бизнес: теория и практика, 2019. – 6 с.

3. Основы геоэкологии: учебник для академического бакалавриата / А.Г. Милютин [и др.]; под ред. А.Г. Милютина; [Моск. гос. открытый ун-т]. – М.: Юрайт, 2017. – 542 с.

УДК 330.322

Инвестиционная политика предприятия в современных условиях

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

Кислова Я.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты реализации инвестиционной политики предприятия в современных условиях.

Ключевые слова: инвестиции, политика, бизнес, проекты, оценка, эффективность.

Investment policy of the enterprise in modern conditions

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor
Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor
Kislova Ya.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article discusses some aspects of the implementation of the investment policy of the enterprise in modern conditions.

Keywords: investment, policy, business, projects, evaluation, efficiency.

Для эффективного осуществления инвестиционной деятельности необходимо обращать особое внимание на инвестиционную политику предприятия. Инвестиционная деятельность реализует наиболее эффективные формы вложений капитала, которые направлены на расширение экономического потенциала предприятия.

В современных условиях развития российской экономики имеет большое значение формирование такой инвестиционной политики, которая обуславливает в перспективе эффективность функционирования предприятия. Она обладает основным значением для жизнедеятельности компании в независимости от правовой формы, размеров, отраслевой принадлежности и других особенностей [4, с. 202].

Инвестиционная политика предприятия является на сегодняшний день спорным вопросом и рассматривается с нескольких позиций. Б.А. Райзберг полагал, что инвестиционная политика является неотъемлемой частью экономической сферы предприятия, устанавливающая размеры инвестиций и их структуру, а также использования доходов с учетом необходимости повышения функционального уровня и возобновления основных оборотных средств.

П.Л. Виленский считает, что это система экономических решений, выражающих структуру, объем и направления инвестиций как внутри предприятия, региона, страны, так и за их пределами, направленная на улучшение деятельности предпринимательства, получения денежных ресурсов или других результатов [1].

Таким образом, инвестиционная политика предприятия является совокупностью целей организации, при которых проводится выбор и исполнение наиболее эффективных форм вложения капитала, а также ставятся общие задачи развития и целеполагание финансовой политики

компании. Данная деятельность нацелена на достижение финансовой устойчивости предприятия и создание условий для его перспективного развития, на способность выживания предприятия в непредсказуемых условиях рынка.

Разработка инвестиционной политики поддерживает эффективное развитие организации и состоит из следующих моментов:

- разработанная инвестиционная политика направлена на обеспечение механизма реализации длительных инвестиционных целей экономического и социального развития целого предприятия и отдельных его структур;

- инвестиционная политика четко оценивает инвестиционные возможности организации, полностью реализуя внутренний инвестиционный потенциал и активное использование инвестиционных ресурсов;

- инвестиционная политика представляет собой быструю реализацию новых перспективных возможностей, появляющихся во время постоянно изменчивой внешней инвестиционной среды;

- инвестиционная политика отражает сравнительные преимущества организации в инвестиционной деятельности в сопоставлении с его конкурентами;

- для реализации наиболее важных стратегических инвестиционных решений инвестиционная политика создает соответствующую программу организационного поведения;

- наличие инвестиционной политики обеспечивает четкую взаимосвязь оперативного, текущего и стратегического управления инвестиционной деятельностью организации.

Стабильность доходов по конкретным видам активов является определяющим фактором инвестиционной политики. Такая политика предусматривает покупку акций, облигаций, депозитных сертификатов. Фиксированная норма доходности наиболее эффективна в процессе приобретении активов. Кроме того, вложения в производственную сферу могут обеспечивать стабильный доход [2, с. 127].

Основная задача портфельных вложений реализуется в создание таких инвестиционных характеристик, достижение которых невозможно при размещении средств в отдельно взятый объект.

Инвестиционная политика применяет стандартные подходы для осуществления важных решений и реализации инвестиционных проектов. Для начала анализируется внешняя и внутренняя среды инвестирования, формируются цели, приоритеты и особенности инвестиционного проекта. Затем создаются альтернативы инвестирования, из которых определяются

наиболее подходящий вариант с минимизацией отрицательных последствий. Создается система управления, оценки и контроля полученных результатов внедряемого инвестиционного проекта, которая взаимодействует со всеми предшествующими этапами.

Инвестиционные проекты согласованы между собой по количеству выделяемых ресурсов и срокам реализации исходя из достижения максимально общего экономического эффекта. При разработке инвестиционной политики определяются также общий объем инвестиций, способы рационального использования собственных средств и возможности привлечения дополнительных финансовых ресурсов.

Управление инвестиционными ресурсами предприятия проходит внутри всех целевых проектов и программ и одновременно внутри отдельных инвестиционных проектов.

Согласно пояснительной записке к федеральной адресной инвестиционной программе на 2021 г. и на плановый период 2022 и 2023 гг., государство планирует направить на инвестиционные проекты в 2022 г. — 885,8 млрд. руб., а в 2023 г. — 925,8 млрд. руб. Программой выделены инвестиции на реализацию 1,1 тыс. инвестпроектов, а также более 1 тыс. адресных объектов капитального строительства.

Пандемия COVID-19 привела к вводу жестких карантинных ограничений, что стало причиной резкого спада экономики начиная со второго квартала прошлого года. В этих условиях наиболее привлекательными для инвестиций становятся акции циклических секторов. Стоит обратить внимание в первую очередь на энергетику, потребительский сегмент, сырьевые и промышленные компании, и розничный банкинг. Наиболее неудачными вложениями станут защитные активы: золото, валюта, а также облигации с фиксированным купоном и номиналом. Волатильность на фондовом рынке в будущем году усилится, а приток инвесторов на него замедлится.

Таким образом, инвестиционная политика предприятия направлена на получение прибыли, перспективное развитие и другие положительные эффекты в результате осуществления инвестиционных вложений. Разработка инвестиционной политики направлена на выбор наиболее перспективных и выгодных вложений капитала, приоритетов в развитии компании, достижение долгосрочных целей предприятия, анализ альтернативных инвестиционных проектов, оценку последствий исполнения инвестиционных проектов. Основной задачей инвестиционной политики является четкое распределение инвестиционных ресурсов (финансовые и нематериальные) между

конкретными проектами и программами предприятия, а также формирование «портфеля инвестиций».

Библиографический список

1. Виленский П.Л., Лифшиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. – М.: Дело, 2020. – 1300 с.

2. Ермилова М.И. Инвестиционная деятельность. Учебник. – М.: Юнити, 2019. – 367 с.

3. Колесов Р.В. Российская экономика: от стагнации к развитию / Р.В. Колесов, А.В. Юрченко // В сборнике: Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования. Материалы VII Международной научно-практической конференции. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2018. С. 47-56.

4. Федотова М.А. Инвестиционная привлекательность российских компаний и инвестпроектов. Оценка и управление. – М.: Кнорус, 2021. – 256 с.

УДК 377.3

О первом опыте создания и становления коммерческих учебных заведений в России на примере Ярославской губернии

Коришунова Н.И., канд. физ.-мат. наук, доцент

*Финансовый университет при правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Не зная достижений и ошибок прошлого, нельзя успешно строить будущее. В качестве примера создания и функционирования средних и низших экономических (коммерческих) учебных заведений рассматриваются коммерческие училища, торговые школы, классы и курсы экономических знаний в Ярославской губернии, возникшие на рубеже 19 и 20 веков. В том числе, уделяется внимание содержанию обучения и подготовке преподавателей, роли купечества в открытии и развитии коммерческих учебных заведений.

Ключевые слова: учебные заведения, коммерческие училища, торговые школы, подготовка преподавателей, содержание обучения, роль купечества.

About the first of creating and establishing commercial educational institutions in Yaroslavl province at the turn of the XIX and XX centuries

*Korshunova N.I., candidate of physical and mathematical sciences, associate professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. Without knowing the achievements and mistakes of the past, it is impossible to successfully build the future. As an example of the creation and functioning of secondary and lower economic (commercial) educational institutions, commercial schools, trade schools, classes and courses of economic knowledge in the Yaroslavl province, which arose at the turn of the 19th and 20th centuries, are considered. In particular, attention is paid to the content of education and teacher training.

Keywords: educational institutions, commercial schools, trade schools, teacher training, educational content.

Многочисленное и весьма богатое купечество и другие слои населения успешно развивающегося торгово-промышленного города Ярославля хотели дать своим детям более солидное профессиональное образование. Не имея такой возможности, они вынуждены были отдавать детей в единственную в то время городскую гимназию или в ремесленные училища. Закончив такие учебные заведения, дети купцов не стремились, как правило, продолжать дело отцов, а пополняли собой ряды чиновников (сразу или пройдя через высшую школу).

К этому времени купечество уже осознало себя крупной силой, способной оказать влияние и на общественное мнение, и на государственную власть. В конце 1899 г. было возбуждено «Ходатайство об открытии в Ярославле семиклассного коммерческого училища или же о преобразовании в таковое училище Ярославской торговой школы» [1]. Поддерживать это ходатайство в Министерстве Финансов было поручено лично Городскому голове купцу 1-й гильдии Ивану Александровичу Вахромееву. «Вопрос этот, однако, тогда был решён неблагоприятно для Ярославля, и училище открылось в г. Рыбинске, где были отпущены Биржевым обществом на это дело более крупные ассигнования» [1].

Восьмиклассное (а не семиклассное, как предполагалось изначально) коммерческое училище было открыто в Ярославле на базе торговой школы 21 августа 1911 года, в том же здании. (Новое прекрасное здание объединённое учебное заведение получило лишь в 1915 г. Оно существует и в настоящее время на Советской (бывшей Пробойной) улице, д. 17). Устав Ярославских городских Коммерческого училища и торговой школы был утверждён Министром торговли и промышленности С. Тимашевым 31

марта 1911 г. [1]. В соответствии с принятым Уставом, Коммерческое училище относилось к разряду средних учебных заведений. Его цель – дать учащимся общее и специальное коммерческое образование, а также подготовить их к торговой и промышленной деятельности. Курс обучения в Коммерческом училище состоял из пяти общих классов и трёх специальных. Преподавались следующие предметы: Закон Божий, русский язык и словесность, немецкий и французский языки, история, география, математика (арифметика, алгебра, геометрия, тригонометрия, аналитическая геометрия), естественная история, физика, коммерческая арифметика, бухгалтерия (теория и практика), коммерческая корреспонденция (на русском и иностранных языках), политическая экономия, законоведение (преимущественно, торговое и промышленное), химия, товароведение с технологией, коммерческая география (преимущественно, России), земледование, космография, каллиграфия, рисование и гимнастика, а также проводились практические занятия в лаборатории по химии и товароведению. Кроме перечисленных предметов учащиеся за отдельную плату могли изучать английский язык, стенографию, ручной труд, черчение, пение, танцы и музыку.

Средства Коммерческого училища состояли из платы за учение (60 руб./год в первых трёх классах и 75 руб./год – в остальных) и 10% от сбора с торговых и промысловых свидетельств. На 1911 год учебный отдел Министерства торговли и промышленности отпустил 2500 руб. [1].

Учебный процесс был организован так, чтобы и малоимущим ученикам дать возможность получить знания, позволяющие поступить на службу. Общеобразовательные классы торговой школы были соединены с общеобразовательными классами коммерческого училища. В силу этого, ученики, которые по материальным или иным причинам не могли пройти полный курс среднего учебного заведения, имели возможность получить законченное специальное начальное образование и документ об окончании соответствующего специального учебного заведения, и, следовательно, место в торговых или др. заведениях. Объединение двух учебных заведений давало также заметную экономию по их содержанию: содержание помещений, оплата труда и квартиры одного (а не двух) директора, общая библиотека (фундаментальная и ученическая), общие товарный музей и физическая и др. лаборатории, общее собрание учебных пособий. Всё это позволяло не только улучшать материальную базу объединённого учебного заведения, но и поднять на более высокий уровень качество обучения. Появилась возможность приглашать на штатные должности столичных и др. опытных преподавателей, крупных специалистов-практиков, а не довольствоваться преподавателями других

учебных заведений, которые не могли уделять много времени и внимания работе в коммерческом учебном заведении из оплаты по найму.

В Коммерческое училище и Торговую школу принимались дети всех сословий и вероисповеданий. Всесословный характер коммерческих учебных заведений, функционировавших в соответствии с «Положением» 1896 г. и последующими уточняющими документами, - большой шаг вперёд в плане демократизации и общедоступности образования (в открытые ранее коммерческие учебные заведения принимались исключительно дети купцов и лиц, платящих гильдейские сборы).

Дискриминация по национальному признаку всё же существовала, но только в отношении евреев. К тому же для города, находящегося на сравнительно небольшом расстоянии от столицы, квота евреев была достаточно высокой – до 10% от общего числа учащихся. Преимущественным правом поступления пользовались детям лиц, «принадлежащих к торговому и промышленному классам» [1]. Дети иногородних лиц принимались лишь на места, оставшиеся свободными после набора ярославцев.

В соответствии с п.11 «Положения о коммерческих учебных заведениях» общее руководство делами каждого коммерческого учебного заведения возлагалось «на попечительный совет, состоящий из председателя, директора заведения или заведующего оным и членов в числе, определяемом уставом каждого учебного заведения. Председатель и члены попечительного совета избираются теми земскими собраниями, учреждениями городского общественного управления, сословиями и местными обществами, на средства которых заведения содержатся. Председатели попечительных советов коммерческих училищ утверждаются в сём звании Высочайшими приказами по Министерству финансов, а председатели попечительных советов прочих коммерческих учебных заведений – Министром финансов...».

Попечительный совет Ярославского коммерческого училища был избран 2 мая 1911 г. сроком на четыре года. Его возглавил потомственный почётный гражданин купец 1 гильдии Альвиан Фёдорович Вахрамеев. Городская дума ввела в состав Совета шесть членов: ярославского 1-й гильдии кушца, потомственного почётного гражданина, председателя ярославской биржи, гласного Городской Думы Николая Николаевича Вахрамеева, профессора Валериана Николаевича Ширяева, потомственного почётного гражданина купца 1-й гильдии Авенира Фёдоровича Вахрамеева (казначей), потомственного почётного гражданина, инженера-механика, помощника городского головы, гласного Городской Думы Владимира Семёновича Лопатина, потомственного

почётного гражданина Евграфа Васильевича Дунаева и присяжного поверенного Московской судебной палаты, Гласного Городской Думы, Председателя попечительного совета торговой школы (с 12 сентября 1909 г.), Поверенного Московской торговой палаты Евгения Матвеевича Иваншина. Ещё три члена были избраны Ярославским биржевым обществом: Николай Иванович Оловянишников, Дмитрий Егорович Жаков и Иван Филиппович Петров [1].

Кроме них, в состав Попечительного совета вошёл «избранный Советом и допущенный г. Министром торговли и промышленности к исправлению должности первого директора Ярославских городских коммерческого училища и торговой школы Артемий Васильевич Подшивалов [1]. За ним осталась также и должность инспектора торговой школы, которую он занимал ранее. К этому времени Артемий Васильевич имел уже солидный опыт преподавательской работы и «исполнения» руководящих должностей. Всю жизнь он совершенствовал свои знания, о чём свидетельствуют приведённые ниже факты.

А.В. Подшивалов «первоначальное воспитание получил в Благовещенской учительской семинарии Уфимской губернии, где и окончил полный курс наук по I разряду с наградой II-й степени и со свидетельством на звание начального народного учителя от 17 июня 1893 г., № 365» [2]. До 6 октября 1901 г. он работал учителем, а затем инспектором народных училищ Красноуфимского уезда Пермской губернии. Своё образование Артемий Васильевич продолжил в Москве. В 1903 г. он окончил полный курс наук в Московском учительском институте. Ему было присвоено звание учителя городских училищ. «Распоряжением Учебного отдела Министерства финансов от 4 ноября 1903 г. за № 5679 (А.В.) определён на должность штатного преподавателя и наблюдателя торговой школы общества взаимного вспоможения приказчиков г. Перми...».

Согласно предложению Учебного отдела Министерства финансов от 15 апреля 1904 г. за № 1722, исполнял обязанности инспектора Пермской торговой школы во время отсутствия последнего с 1 июня по 3 августа, с 17 сентября по 10 октября 1904 г., с 20 декабря 1904 г. по 10 января 1905 г.».

На основании Постановления Учебного отдела Министерства торговли и промышленности от 20 сентября 1904 г. за № 5380 А.В. Подшивалову было разрешено преподавать коммерческую географию. В декабре 1906 г. Артемий Васильевич выдержал экзамен в испытательной комиссии при Учебном отделе Министерства торговли и промышленности на право преподавания товароведения в коммерческих учебных заведениях

всех разрядов. С 5 января 1907 г. А.В. Подшивалов начал преподавать товароведение и коммерческую географию в торговых классах при Пермской торговой школе. Распоряжением г. Товарища Министра торговли и промышленности от 9 марта 1907 г. за № 1208 он был утверждён в должности исполняющего обязанности заведующего указанными торговыми классами.

С 1908 г. начинается Ярославский период жизни Артемия Васильевича Подшивалова. Высочайшим приказом по гражданскому ведомству от 17 мая 1908 г. за № 31 он назначается Инспектором Ярославской городской торговой школы с 22 февраля 1908 г. [9], а с 18 июня 1908 г. Товарищем (заместителем - Н.К.) министра торговли и промышленности на него возлагаются также обязанности заведующего торговыми классами при этой школе [4]. Как уже было сказано выше, с открытием в Ярославле Коммерческого училища А.В. Подшивалов становится его первым директором [5].

Наличие в Ярославле Высшего учебного заведения, Демидовского Юридического лицея, позволило директору Коммерческого училища без отрыва от основной деятельности получить высшее юридическое образование. Он «прослушал полный курс Демидовского Юридического лицея и, по выдержании дополнительного испытания за курс восьми классов мужской гимназии и латинского и немецкого языков и космографии, с разрешения г. Министра народного просвещения подвергся весной 1913 г. в качестве экстерна экзаменам за полный курс Демидовского Юридического лицея, выдержал таковые весьма удовлетворительно и представил кандидатскую работу на тему «Нормы права и понятие преступления Русской Правды», почему определением Совета, состоявшегося 17 мая 1913 года, удостоен степени кандидата юридических наук».

Преподавательский состав коммерческих учебных заведений г. Ярославля был весьма разнообразным по уровню образования. Однако на приём в штат училища для преподавания общеобразовательных предметов могли претендовать почти исключительно выпускники университетов или учительских институтов, а право преподавания специальных предметов можно было получить, лишь выдержав экзамены в комиссиях, создаваемых при учебном отделе Министерства торговли и промышленности. Так, преподаватель математики Николай Алексеевич Иванов окончил математическое отделение физико-математического факультета Императорского Московского университета, штатные преподаватели общеобразовательных предметов Иван Артемьевич Лазарев и Александр Михайлович Малафеев окончили курс в Московском

учительском институте, преподаватель математики и физики Иван Гаврилович Боцманов – выпускник математического отделения физико-математического факультета Императорского Московского университета, штатный преподаватель бухгалтерии, коммерческой корреспонденции и географии в торговой школе Надворный советник Александр Петрович Леднёв окончил курс в Казанском учительском институте и выдержал экзамен в испытательной комиссии при Учебном отделе Министерства торговли и промышленности. В Учительской семинарии военного ведомства получил образование преподаватель математики, отставной Статский советник Фёдор Никитич Павлов, член Попечительного совета Авенир Фёдорович Вахрамеев окончил курс Московской практической академии коммерческих наук, председатель попечительного совета торговой школы Евгений Матвеевич Иванышин закончил Демидовский Юридический лицей [6] и т.д.

К моменту открытия коммерческого училища в г. Ярославле в России уже существовали высшие коммерческие учебные заведения, одной из задач которых являлась подготовка преподавателей специальных дисциплин для коммерческих училищ, школ и т.п. Однако, выпускники коммерческих институтов, факультетов, курсов не стремились, как правило, к преподавательской деятельности. Лишь единицы из них пополняли ряды преподавателей.

Кроме рассмотренных выше коммерческих учебных заведений в Ярославле существовали Частные бухгалтерские классы, Частные счетоводные курсы, в городской мужской гимназии и в Ярославском 2-м высшем начальном училище было введено преподавание бухгалтерии. Но этого было недостаточно. Открытие 2-й Городской торговой школа (обучались как мальчики, так и девочки), расположенной на Дворянской (ныне проспект Октября) ул., дом 22, и введение параллельных классов в Коммерческом училище позволили в значительной степени удовлетворить растущие потребности в коммерческих знаниях в одном из крупнейших провинциальных торговых и промышленных центров России.

Как уже отмечалось выше, в уездном г. Рыбинске коммерческое училище появилось раньше, чем в губернском центре. Это произошло, прежде всего благодаря тому, что купечество и представители промышленности, а также члены Биржевого комитета остро почувствовали необходимость в таком учебном заведении, осознали его значение не только для родного города, но и для всего Верхнего Поволжья, а также для северных губерний России. Председатель Биржевого комитета М.Н. Журавлёв писал, в частности, «...Торговля и промышленная деятельность, слагаясь из самых разнородных влияний, ...

требует от лиц, посвятивших себя ей, разносторонних знаний, широко кругозора и деловой находчивости. Всё это может дать только широкое развитие, с одной стороны, и специальные знания – с другой. В силу подобных требований...коммерческие училища, прежде всего, являются общеобразовательными учебными заведениями, они преследуют задачи общего развития и воспитания учащихся, счастливо совмещая, вместе с этим, и назначение более специальное, то есть сообщение тех солидных знаний и сведений, которые так необходимы для каждого торгового деятеля...» [7]. Причём при нём со временем было создано женское отделение, практиковалось совместное обучение лиц обоего пола. Торговая школа появилась позднее.

Устав Рыбинского мужского 7-классного коммерческого училища был утверждён 22 марта 1902 г. и опубликован в Собрании узаконений и распоряжений Правительства. Датой открытия Училища считается 1 сентября 1902 г. [7]. Его учредители – Рыбинский Биржевой комитет и Волжско-Камский коммерческий банк [7]. Училище находилось в подчинении Учебного отдела Департамента торговли и мануфактур. В течение двух лет училище размещалось в помещении коммерческого клуба в доме Председателя Попечительного совета, купца I гильдии, председателя биржевого комитета М.Н. Журавлёва по Черёмуховскому бульвару, дом № 37, а в январе 1905 г. состоялся его перевод в новое трёхэтажное кирпичное здание, построенное на отведённом городом в собственность училища участке земли, находящемся в конце Мологской улицы.

Первым директором Рыбинского коммерческого училища и всех создававшихся в дальнейшем при нём коммерческих учебных заведений стал М.И. Черников. Потомственный дворянин Воронежской губернии Михаил Иванович родился в г. Тифлисе в 1858 г. По окончании 1-й Тифлисской гимназии (в 1877 г.) он поступил на историко-филологический факультет Петербургского университета, который окончил со степенью кандидата в 1881 г. По окончании университета Михаил Иванович, как кавказский стипендиат, был назначен с 1.01.1882 г. преподавателем словесности в Кутаисскую мужскую гимназию. Кроме этого, в Кутаиси он преподавал в женской гимназии и дворянской школе. 1 июля 1886 г. он был переведена ту же должность в свою alma mater Тифлискую I гимназию, где в течение 12 лет преподавал русскую словесность, преимущественно в старших классах. Отметим очень важный факт биографии М.И. Черникова. В Тифлисе он в течение четырёх лет состоял одним из редакторов «Сборника для описания местностей и племён Кавказа». Кроме этого, он опубликовал два педагогических

доклада «К методике преподавания русского языка в VIII классе женских гимназий» и «О преподавании русской словесности в старших классах средних учебных заведений», и в собрании циркуляров по Кавказскому учебному округу и в местной периодической печати вышел ряд весьма талантливых статей М.И. Черникова, посвящённых русской литературе.

В 1898 г. Михаил Иванович был переведён в Петербургскую трёхклассную гимназию; в Петербурге он состоял также преподавателем в Реформаторском училище, в женской гимназии Стоюниной и в учительском институте. С 1 июня 1902 г. статский советник М.И. Черников возглавляет Рыбинское коммерческое училище и все созданные в дальнейшем при нём коммерческие учебные заведения.

В училище принимались представители всех сословий и вероисповеданий. Около 50% учащихся были иногородними. Жили они у родственников или на квартирах у горожан. Таких учеников регулярно посещали учителя, наблюдатели, директор, врач. Вёл официальный журнал учёта этих посещений [7].

Общеобразовательные предметы преподавались по программе реального училища. В большем объёме давались иностранные языки (английский, немецкий, французский). В старших классах преподавался латинский язык. Это обусловлено тем, что выпускники Рыбинского училища получили право поступать в Университеты, выдержав экзамен по латинскому языку. В трёх старших классах преподавались специальные предметы. Кроме предметов, вошедших в будущем в курс обучения в Ярославском городском коммерческом училище, в Рыбинском училище изучались ещё финансовое право и история торговли. Для будущих коммерсантов эти учебные дисциплины представляются весьма важными, полезными для организации их практической деятельности. К сожалению, они отсутствовали не только в Ярославле.

Для выпускников Рыбинского училища, успешно закончившим курс, были установлены те же льготы, что и для выпускников столичных коммерческих училищ. Такие же льготы в будущем получили и выпускники Ярославского городского коммерческого училища. После длительного обсуждения при РКУ было открыто Женское коммерческое училище. Однако, несмотря на настоятельные высказывания в пользу женского училища, в первый год (1908 - 1909 уч. год.) было принято всего 15 учениц. Возник вопрос о совместном обучении мальчиков и девочек. Он встретил мощное сопротивление. Основные аргументы «против» имели моральный характер. Но училищу с совместным обучением лиц обоего пола суждено было существовать, причём в составе восьми классов [7].

9 октября 1907 г. при Рыбинском коммерческом училище были открыты Вечерние торговые классы. Они действовали 3 года: 1907 – 1908, 1908 – 1909, 1909 – 1910 учебные годы. Из-за отсутствия средств для их дальнейшего существования классы были закрыты 1 сентября 1910 г. [8].

В 1911 г. открылось Общество вспомоществования нуждающимся учащимся Рыбинских мужского и женского коммерческих училищ, в 1916 г. Попечительным советом утверждён проект инструкции для Хозяйственного комитета.

В 1914 г. семиклассное коммерческое училище преобразовано в восьмиклассное с совместным обучением мальчиков и девочек. В следующем году воспитанникам училища, окончившим полный курс, было предоставлено право поступления в университеты с дополнительным экзаменом только по латинскому языку [9].

Отметим, что в Ярославле открытие коммерческих учебных заведений шло в таком порядке: сначала была открыта первая торговая школа, затем торговые классы при ней, и лишь после этого был поднят вопрос о создании торгового училища. В курс городской гимназии было включено преподавание бухгалтерии.

В Рыбинске же ещё 19 мая 1810 г. Смотритель Рыбинского уездного училища титулярный советник Балакиревский обратился к Ярославскому губернскому директору училищ Никифору Фёдоровичу Покровскому с предложением открыть при уездном училище коммерческий класс. В пользу этого предложения, в частности, говорилось: «...Город Рыбинск есть город почти портовый, а потому и занятие жителей оного состоит больше в торговой промышленности, нежели ремесленности; но, по отдалённости от столиц, где особые учреждены Коммерческие училища, не имеют они способов дать детям своим образования о ведении счетов и книг купеческих сообразно изданным при уставе о банкротах формам; для чего многие из них и предлагают мне о заведении при уездном училище для начальных в том познаний бухгалтерского класса...».

«...за должное со своей стороны признаю в ответственность токового их к училищам благорасположения сделать уважение к их требованию, и завести при уездном училище бухгалтерский класс, а тем паче, что в особом для того учителе нужды не настоят; ибо если только благоугодно будет высшему начальству я должность сию по семилетней ответственности в практике принимаю на себя, да и так что стараться буду преподавать начальные правила науки сей без всякого на то жалования и из единственного к начальству за него ко мне внимания, уважения и у к общей пользе поревнования...» [7].

18 декабря 1810 года при уездном, а затем и при приходском училище был открыт бухгалтерский класс.

К 1905 году Россия имела, только в ведении Министерства Финансов, 119 низших и средних учебных заведений. Все эти учебные заведения имели свою историю и свои особенности. Однако их Уставы опирались на те же законы, что и Уставы Ярославских и Рыбинских Коммерческих училищ, школ, курсов, классов. Поэтому обзор работы Коммерческих учебных заведений, существовавших в Ярославской губернии, даёт достаточно точное общее представление о функционировании коммерческих учебных заведений России начала XX века.

Библиографический список

1. Государственный архив Ярославской области. Ф. 509. Оп. 1. Д. 451, Д. 897, Д. 1275, Д. 1450, Д. 2923.

2. Государственный архив Ярославской области. Ф. 563. Оп. 1. Д. 32.

3. Указатель Правительственных распоряжений от 1 июня 1908 г., № 32.

4. Отношение канцелярии г. Министра торговли и промышленности от 18 июня 1908 г., № 8310.

5. Отношение канцелярии г. Министра торговли и промышленности от 23 июня 1911 г. за № 9940.

6. Государственный архив Ярославской области. Ф. 564. Оп. 1. Д. 29.

7. Рыбинский филиал Государственного архива Ярославской области. Ф.75. Оп. 1. Д. № 27, Д. 37, Д. 60, Д. 370, Д. 440.

8. Собрание узаконений за 1909 г. № 60, ст. 494; за 1910 г. № 193, ст. 2045.

9. Собрание узаконений за 1915 г. № 133, № 343.

УДК 519.6

Поговорим о натуральных числах

Коришунова Н.И., канд. физ.-мат. наук, доцент
*Финансовый университет при правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Рассматриваются основные приёмы применения свойств множества натуральных чисел при решении задач элементарной и высшей математики.

Ключевые слова: натуральные числа, структура и свойства натуральных чисел, метод математической индукции.

Discuss about natural numbers

*Korshunova N.I., candidate of physical and mathematical sciences, associate professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The basic techniques of applying the properties of the set of natural numbers in solving problems of elementary and higher mathematics are considered.

Keywords: natural numbers, structure and properties of natural numbers, method of mathematical induction.

Последнее задание в каждом варианте для единого государственного экзамена по математике большинство выпускников средних школ даже не пытаются решать, несмотря на то что здесь требуется, как правило, лишь знание основных свойств целых (или только натуральных) чисел [1]. Более того, многие простые задачи на применение свойств чисел воспринимаются как олимпиадные. Когда-то они, действительно, были таковыми.

Указанная проблема успешно перекочёвывает и в вузы в курс «Высшая математика». Рассмотрим простейшие свойства множества натуральных чисел, которые или совсем не знают выпускники средней общеобразовательной школы, или не умеют их применять.

Задачи, решение которых разбирается ниже, включают важные этапы. А именно, рассмотрение серии частных случаев, выдвижение гипотезы на основании полученных результатов, её подтверждение или отклонение.

Задача 1. Определите число единиц в десятичной записи числа 2^{2021} .

Решение. Число чётное, значит на последнем месте может стоять 0, 2, 4, 6 или 8. Ноль исключаем, т.к. число, заканчивающееся на 0, должно делиться на 5, что в данном случае невозможно. Установим последовательность, в которой последняя цифра числа принимает одно из четырёх значений 2, 4, 6 или 8.

Итак, $2^1 = 2$, $2^2 = 4$, $2^3 = 8$, $2^4 = 16$, $2^5 = 32$, $2^6 = 64$ и т.д.

Последовательность появления чётных цифр: 2, 4, 8, 6, 2, 4, 8, 6, 2, ... Если показатель степени при делении на 4 даёт в остатке 1 (имеет вид $n=4k+1$), то последняя цифра два, если остаток равен 2 ($n=4k+2$), то 4, если 3 ($n=4k+3$), то 8, если делится на 4 без остатка ($n=4k$), то 6. Ничего другого быть не может, так как последняя цифра в записи произведения натуральных (и целых) чисел зависит только от последних цифр в записи

сомножителей. Число 2021 имеет вид $4 \cdot 505 + 1$. Следовательно, последняя цифра в десятичной записи числа 2^{2021} равна 2.

Задача 2. То же задание для числа 7^{2022} .

Решение. Число нечётное. Оно может оканчиваться цифрой 1, 3, 7, 9. Цифру 5 исключили, так как степень семи на 5 не может делиться. Установим порядок, в котором возникают возможные цифры.

$$7^1 = 7, 7^2 = 49, 7^3 = 343, 7^4 = \dots 1, 7^5 = \dots 7, 7^6 = \dots 9, \text{ и т. д.}$$

Последовательность последних цифр: 7, 9, 3, 1, 7, Показатель степени $2022 = 4 \cdot 505 + 2$. Следовательно, последняя цифра числа – 9.

Задача 3. То же задание для числа 14^{2022} .

Решение. $14^{2022} = 7^{2022} \cdot 2^{2022}$. Обозначим последнюю цифру числа А символом пцА. Очевидно, пц АВ = пцА·пцВ – 10к. Поэтому

$$\text{пц}14^{2022} = \text{пц}7^{2022} \cdot \text{пц}2^{2022} - 10k = 9 \cdot 4 - 30 = 6.$$

Аналогично решаются такие задачи: определить число единиц в десятичной записи чисел 9^{111} , 105^{105} , 11^{999} , 13^{1313} , $(-19)^{19}$.

Рассмотрим ещё один пример использования периодического повторения числовых значений.

Задача 4. Найти значение 2023-й производной функции $y = \sin x$ при $x = \frac{\pi}{6}$.

Решение. Вычислим несколько последовательных производных данной функции:

$$y' = \cos x, y'' = -\sin x, y''' = -\cos x, y^{IV} = \sin x, y^V = \cos x, \dots$$

Значения последовательности производных в точке $x = \frac{\pi}{6}$: $\frac{\sqrt{3}}{2}, -\frac{1}{2}, -\frac{\sqrt{3}}{2}, \frac{1}{2}, \frac{\sqrt{3}}{2}, \dots$. Набор из четырёх чисел повторяется. Число 2023 при делении на 4 даёт в остатке 3. Поэтому $\sin^{(2023)}\left(\frac{\pi}{6}\right) = -\frac{\sqrt{3}}{2}$.

Замечание. С решения аналогичной задачи начинается вычисление коэффициентов в разложении $\sin x$ и $\cos x$ в ряд Тейлора-Маклорена.

Аналогично решается задача: найти $\cos^{(2021)}(x)$ при $x = 0$.

Задача 5. Доказать, что произведение 2023-х последовательных натуральных чисел делится на сумму этих чисел.

Решение. Имеем дело с последовательностью натуральных чисел вида: $n+1, n+2, n+3, \dots, n+2021, n+2022, n+2023, n \in \mathbb{N}$.

Очевидно, это арифметическая прогрессия с разностью $d = 1$. Сумма её членов:

$$\begin{aligned} S_{2023} &= \frac{a_1 + a_{2023}}{2} \cdot 2023 = \frac{n + 1 + n + 2023}{2} \cdot 2023 \\ &= (n + 1012) \cdot 2023. \end{aligned}$$

Среди 2023-х последовательных натуральных чисел есть такое, которое делится на 2023 и есть число, равное $n + 1012$. Отсюда следует, что произведение членов приведённой выше последовательности делится на S_{2023} .

Замечание. Утверждение задачи 5 можно доказать, используя метод математической индукции.

Решение следующей задачи также опирается на свойство множества натуральных чисел: произведение k последовательных натуральных чисел делится на каждое из натуральных чисел, заключённых между 1 и k , то есть делится на их произведение, а значит на $k!$ (k факториал).

Задача 6. Требуется доказать, что число $n^5 - 5n^3 + 4n$ делится на 120 для любого натурального числа n .

Решение. Возможно применение метода математической индукции. Мы обратимся к методу, использующему свойства натуральных чисел и факты из элементарной математики среднего звена общеобразовательной школы.

Данный многочлен пятой степени легко раскладывается на множители:

$$n(n^2 - 4)(n^2 - 1) = (n - 2)(n - 1)n(n + 1)(n + 2).$$

Получили произведение пяти последовательных натуральных чисел. Из пяти таких чисел одно делится на 5, из трёх последовательных чисел одно делится на 3. Кроме того, из пяти таких чисел, по крайней мере, два чётных. При этом, из двух последовательных чётных чисел одно делится на два, а другое – на четыре. Делаем вывод, что данное число, по крайней мере, делится на $5 \cdot 3 \cdot 2 \cdot 4 = 120$. Или сразу можно было сделать вывод о том, что данное число делится на $5! = 120$.

Можно сформулировать задачу на нахождение наибольшего возможного делителя данного многочлена пятой степени.

В следующей задаче используется такой простой факт: двузначное число можно представить в виде $a \cdot 10 + b$, где a – число десятков, а b – число единиц в десятичной записи числа (Например, $56 = 5 \cdot 10 + 6$).

Задача-шутка. Два лыжника так расстроились, уступив золото Олимпиады, что решили сменить вид спорта и продать всю свою экипировку. За каждую пару лыж спортсмены получили столько условных денежных единиц, сколько у них было пар лыж на двоих. На вырученные деньги они купили яхты для парусной регаты по 10 усл. ед. за яхту и одну байдарку. В результате дележа поровну одному из друзей досталось на одну яхту больше, а другой взял байдарку и получил от компаньона доплату. Определить величину доплаты, если известно, что она выражается целым числом условных единиц.

Решение. Обозначим через n число пар лыж, имевшихся в собственности обоих спортсменов. Но тогда цена каждой пары лыж составляет также n условных единиц. Значит в распоряжении друзей оказалось n^2 условных денежных единиц. Цена одной яхты – 10 усл. ед. Поэтому:

$$n^2 = 10k + l,$$

где k – число купленных яхт ($2 < k < n$), а $l < 10$ – стоимость байдарки. Очевидно, число яхт нечётное. Отсюда следует, что n – натуральное число, квадрат которого – двузначное число с нечётным числом десятков. А это только 4 и 6. Четыре сразу отбрасываем, так как число яхт $k > 1$. Для шести имеем:

$$6^2 = 36 = 10 \cdot 3 + 6.$$

Значит, 6 усл. ед. было заплачено за байдарку, и владелец «лишней» яхты обязан доплатить своему товарищу $(10 - 6):2 = 2$ усл. ед.

Аналогичное свойство используется при решении следующей задачи.

Задача 8. Числа 3248, 1653, 1479, 522 делятся на 29. Доказать, что на 29 делится определитель:

$$\Delta = \begin{vmatrix} 3 & 1 & 6 & 5 \\ 8 & 3 & 2 & 4 \\ 9 & 1 & 4 & 7 \\ 2 & 0 & 5 & 2 \end{vmatrix}.$$

Решение. Используем также свойства определителя:

- величина определителя не изменится, если к элементам любой строки (столбца) определителя прибавить соответствующие элементы другой строки (столбца), умноженные на одно и то же число;
- общий множитель элементов строки (столбца) можно вынести за знак определителя.

К элементам первого столбца определителя прибавим элементы второго столбца, умноженные на 1000, элементы третьего столбца, умноженные на 100 и элементы четвертого столбца, умноженные на 10. Получим:

$$\begin{aligned} \Delta &= \begin{vmatrix} 3 + 1000 + 600 + 50 & 1 & 6 & 5 \\ 8 + 3000 + 200 + 40 & 3 & 2 & 4 \\ 9 + 1000 + 400 + 70 & 1 & 4 & 7 \\ 2 + 500 + 20 & 0 & 5 & 2 \end{vmatrix} = \\ &= \begin{vmatrix} 1653 & 1 & 6 & 5 \\ 3248 & 3 & 2 & 4 \\ 1479 & 1 & 4 & 7 \\ 522 & 0 & 5 & 2 \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} 29 \cdot 57 & 1 & 6 & 5 \\ 29 \cdot 112 & 3 & 2 & 4 \\ 29 \cdot 51 & 1 & 4 & 7 \\ 29 \cdot 18 & 0 & 5 & 2 \end{vmatrix} = \end{aligned}$$

$$= 29 \cdot \begin{vmatrix} 57 & 1 & 6 & 5 \\ 112 & 3 & 2 & 4 \\ 51 & 1 & 4 & 7 \\ 18 & 0 & 5 & 2 \end{vmatrix} : 29, \text{ ч. т. д.}$$

На протяжении ряда лет последняя задача в задании единого государственного экзамена по профильной математике предполагает свободное владение свойствами числовых множеств и, прежде всего, множества натуральных чисел. Даже опытные преподаватели не берутся обучить учащихся выпускных классов основным приёмам решения этих задач. И подобная проблема с успехом перекочёвывает в вузы.

Другим приёмам решения затронутого нами класса задач предполагается посвятить следующие статьи.

Библиографический список

1. Единый государственный экзамен. Математика. Профильный уровень: типовые экзаменационные варианты. 10 вариантов / под ред. И.В. Яценко. - М.: Национальное образование, 2022. – 80 с.

УДК 336.61

Особенности и развитие финансового менеджмента в бюджетных учреждениях здравоохранения Российской Федерации

Кузнецова С.О., канд. юр. наук

Репин Р.П.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности формирования и развития системы финансового менеджмента в бюджетных учреждениях здравоохранения Российской Федерации. Была дана авторская интерпретация финансового менеджмента в сфере здравоохранения, обозначены основные подходы к построению эффективной системы контроля и управления финансами в медицинских учреждениях.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансы организаций, здравоохранение, медицинские учреждения.

Features and development of financial management in budgetary healthcare institutions of the Russian Federation

Kuznetsova S.O., candidate of legal sciences

Repin R.P.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article discusses the features of the formation and development of the financial management system in budgetary healthcare institutions of the Russian Federation. The author's interpretation of financial management in the healthcare sector was given, the main approaches to building an effective system of control and financial management in medical institutions were outlined.

Keywords: financial management, finance institutions, public health, health care facilities.

Здравоохранение, является основным институтом, что обеспечивает должное качество жизни для каждого гражданина России, и именно оно нуждается в наибольшей степени в модернизации системы менеджмента в целом, и конкретно финансового менеджмента, в частности. Эта тема становится актуальной на фоне стагнации экономики Российской Федерации и снижения уровня бюджетных затрат на социальное обеспечение граждан. Повышение уровня финансового менеджмента бюджетных организаций в целом необходимо для защиты финансово-хозяйственного базиса государственных учреждений здравоохранения, без которого была бы затруднительна реализация их базовых функций.

Также важно отметить, что для достижения оптимального эффекта, исследование и дальнейшее развитие системы финансового менеджмента института здравоохранения, должны носить комплексный и системный характер с обширным охватом всех объектов их управления.

Кроме того, необходимо учесть и следующие ключевые вопросы:

- какие существуют на данный момент возможности для повышения эффективности использования финансовых ресурсов организации;
- какую роль будет играть здравоохранение в экономике с большой долей инновационного сектора;
- является ли достаточным качество и количество бюджетного обеспечения для внедрения новых форм медицинской помощи;
- планируются ли правительством Российской Федерации смена направления структурных изменений в общей системе здравоохранения.

Потребность в повышении социальной и экономической эффективности деятельности системы здравоохранения требует применять инструментов адаптивного управления финансовыми средствами в

медицинских организациях, учитывая всю их специфику и чёткую социальную направленность в нынешних условиях рынка.

Исходя из вышесказанного, появляется смысл и явная необходимость в формировании особой системы финансового менеджмента бюджетных организаций, инструментарий которой будет нацелен на управление и регулирование финансовых отношений организаций здравоохранения.

Для более точного описания финансового менеджмента в контексте здравоохранения, необходимо ознакомиться с уже существующими определениями данного понятия от дипломированных экспертов. В таблице 1 собраны несколько определений, которые дали такие известные авторы как Ионова А.Ф., Шермет А.Д., Стоянова Е.С. и Ковалев В.В.

Беря за основу приведённые в таблице 1 определения финансового менеджмента, мы считаем возможным представить авторскую интерпретацию термина «Финансовый менеджмент» в сфере здравоохранения. По нашему мнению, финансовый менеджмент является методологическим комплексом, целью которого является осуществление управления финансовыми ресурсами учреждений здравоохранения с чётко выраженным доминированием контрольной функции, для увеличения показателей эффективности финансово-хозяйственной и социальной деятельности.

Таблица 1. - Подходы разных авторов к понятию «Финансовый менеджмент»

№ п/п	Понятие «Финансовый менеджмент»	Авторы
1	Финансовый менеджмент, есть процесс управления финансовым оборотом, формирования и использования денежных ресурсов бюджетной организации [1].	Шермет А.Д., Ионова А.Ф.
2	Финансовый менеджмент – это точная деятельность по управлению финансами учреждения, направленная на достижение его стратегических и тактических целей [4].	Стоянова Е.С.
3	Финансовый менеджмент является системой финансовых отношений, возникающих на предприятии вследствие привлечения и использования финансовых ресурсов [2].	Ковалев В.В.

Данное нами определение, по нашему мнению, учитывает взаимное влияние социальных и экономических составляющих в медицинской отрасли, позволяя выявить ключевые цели бюджетных организаций, что должны быть поставлены перед финансовым менеджментом в этой сфере.

К объектам управления, то есть к управляемой подсистеме финансового менеджмента можно отнести финансовые ресурсы,

финансовые показатели, что характеризуют эффективность деятельности организации, а также финансовые отношения, возникающие в процессе осуществления данной организацией своих непосредственных функций.

А вот к субъектам управления, то есть к управляющей подсистеме финансового менеджмента уже можно отнести руководители учреждений здравоохранения, экономистов и всех сотрудников отдела финансового менеджмента. Во время исполнения своей непосредственной медицинской деятельности они выполняют следующие функции:

1) проводят финансовый контроль, осуществляемый с целью проверки финансово-хозяйственной деятельности бюджетных учреждений сферы здравоохранения;

2) формируют финансовые планы на различных уровнях планирования. Такой финансовый план представляет собой план финансово-хозяйственной деятельности, который может включать в себя даже бизнес-планы, в случае если у учреждения есть иные (внебюджетные) источники финансовых ресурсов;

3) осуществляют оперативное управление собственными финансовыми ресурсами.

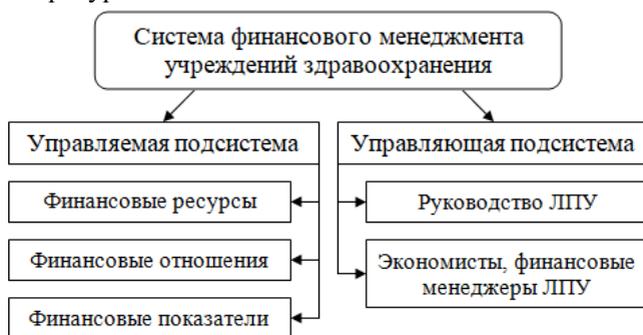


Рисунок 1. Система финансового менеджмента бюджетных учреждений здравоохранения

Для реализации финансового планирования в медицинских учреждениях применяется клинко-экономический анализ, суть которого состоит в определении стоимости конкретной болезни на основании результатов проведённого анализа и моделирования затрат, которые потенциально понесёт учреждение здравоохранения при лечении того или иного заболевания. В конечном итоге следует провести ряд расчетов по затратам бюджетных и внебюджетных финансовых ресурсов, после чего нужно определить цену лечения пациента исходя из расчета на один отчётный год и учитывая стоимость койко-дня для конкретной болезни.

По данным из работ специалистов, применение данного метода, является ключевой составляющей в рамках системы финансового менеджмента медицинских учреждений. Специфика их деятельности характеризуется высоким уровнем морально-этической ответственности, из этого следует, что при планировании финансово-хозяйственной деятельности, экономические параметры не будут выступать в роли ограничителей, но в тоже время, необходимо понимать риск возникновения дефицита бюджетного финансирования [3].

Использование финансового менеджмента в сфере здравоохранения стремится к повышению качества управления финансовыми ресурсами, их распределением и перераспределением для финансового обеспечения деятельности учреждений здравоохранения Российской Федерации.

На нынешнем этапе развития экономика Российской Федерации пребывает в состоянии рецессии, что эксперты связывают, в том числе со снижением регулирующих и закрепленных доходов бюджета.

По этой причине в системе финансового менеджмента учреждений здравоохранения появляется необходимость в решении следующих задач:

- оперативное формирование непротиворечивых и надёжных методов для анализа эффективности использования финансовых средств при реализации финансово-хозяйственной деятельности;

- полная оптимизация системы финансового обеспечения деятельности учреждений здравоохранения;

- своевременная модернизация системы управления, в том числе поиск современных форм пропаганды новых методов лечебно-профилактической деятельности доказательной медицины;

- чёткое и прозрачное формирование алгоритмов экономической оценки качества профессиональной деятельности сотрудников бюджетных медицинских учреждений.

Организация финансового менеджмента в учреждениях здравоохранения основана на ряде положений и принципов, что совпадают с рядом базовых принципов финансового менеджмента:

- 1) направленность на стратегические цели развития. В том случае, если миссия медицинского учреждения и цели его развития вступают в прямое противоречие с текущими решениями руководства, то данные решения должны быть отклонены или частично пересмотрены, так как они не отвечают стратегическим целям развития данной организации;

- 2) высокая подвижность управления, так как такие решения часто нужно принимать оперативно по ходу изменения ситуации и вариативность подходов к разработке и принятию отдельных управленческих решений;

3) у решений в области финансового менеджмента всегда есть две группы: финансовые решения, что связаны с текущим финансированием и инвестиционные решения, что призваны обеспечить учреждениям здравоохранения долгосрочное финансовое обеспечение [5].

Таким образом, можно с полной уверенностью сказать, что при формировании и модернизации системы финансового менеджмента в учреждениях здравоохранения стоит учитывать такие важные факторы как: получение прибыли и высокая финансовая эффективность не являются главной целью деятельности, специфика социальной ответственности в деятельности учреждения, постановки целей и задач, применение тонких специальных методов при проведении финансового прогнозирования, планирования и анализа, высокий уровень внешнего контроля со стороны государственных органов, для обеспечения должной реализации установленной социальной политики.

Несмотря на достаточно серьёзные внешние и внутренние барьеры, для повышения как финансовой, так и социальной эффективности деятельности учреждений здравоохранения ни в коем случае нельзя допускать появления излишней коммерциализации деятельности организации и снижение уровня бюджетной поддержки государства их основного вида деятельности, не менять законодательные нормы отрасли слишком часто, дабы не создавать благоприятную почву для принятия поспешных, вследствие чего ошибочных тактических и стратегических решений администрациями бюджетных учреждений здравоохранения.

Библиографический список

1. Ионова А.Ф. Финансы предприятий: анализ и менеджмент // А.Д. Шеремет, А.Ф. Ионова. – М.: ИНФРА, 2009. – 479 с.
2. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент в ответах и вопросах. – М.: Проспект, 2020. – 304 с.
3. Михайлюк А.С. Некоторые проблемы менеджмента и платности услуг государственных медицинских учреждений // В мире научных открытий. 2015. № 7–2. С. 772–781.
4. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: практика и теория. – М.: Перспектива, 2010. – 656 с.
5. Чараева М.В. Повышение эффективности использования // Вестник Забайкальского государственного университета. 2017. № 2. С. 134–146.

Инвестиционные проекты и их роль в экономике предприятия

Левашов О.А., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

Аннотация. В представленной статье авторы рассматривают суть инвестирования, с точки зрения инвестора, понятие инвестиционного проекта и цель составления инвестиционного проекта, особое внимание авторами уделено классификации инвестиционных проектов.

Ключевые слова: инвестирование; инвестор, инвестиции, инвестиционный проект.

Investment projects and their role in the enterprise economy

Levashov O.A., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

Yaroslavl higher military school of air defense

Abstract. In the presented article, the authors consider the essence of investment, from the investor's point of view, the concept of an investment project and the purpose of drawing up an investment project, special attention is paid by the authors to the classification of investment projects.

Keywords: investing; investor; investment; investment project.

Инвестиции – долгосрочные вложения частного или государственного капитала в различные отрасли национальной или зарубежной экономики с целью получения прибыли. В экономической литературе под инвестициями понимаются денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [1, с. 75]. А под инвестиционной деятельностью - вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [1, с. 79].

Суть инвестирования, с точки зрения инвестора, заключается в отказе от получения прибыли «сегодня» во имя прибыли «завтра». Операции такого рода аналогичны предоставлению ссуды банком. Соответственно,

для принятия решения о долгосрочном вложении капитала необходимо располагать информацией, в той или иной степени подтверждающей два основополагающих предположения [3, с. 76]:

- вложенные средства должны быть полностью возмещены;
- прибыль, полученная в результате данной операции, должна быть достаточно велика, чтобы компенсировать временный отказ от использования средств, а также риск, возникающий в силу неопределенности конечного результата.

Формирование рыночной экономики в России невозможно без развития предпринимательства, которое, прежде всего, проявляется в реализации отдельных инвестиционных проектов и программ.

Цель составления инвестиционного проекта заключается в том, чтобы дать руководству предприятия наиболее полную картину состояния предприятия и возможностей его развития.

Инвестиционный проект - это документ, который включает систему взаимосвязанных во времени и пространстве, и согласованных с ресурсами средств (методов) и действий, направленных на развитие экономики предприятия [4, с. 51].

В инвестиционном проекте рассматриваются научно-технические, технологические, организационные, социальные, финансовые и прочие аспекты предпринимательской деятельности.

Инвестиционный проект должен дать ответы на следующие вопросы:

- какие финансовые затраты требуются для реализации проекта;
- какова эффективность (рентабельность) проекта;
- когда (в какой срок) окупятся затраты.

Инвестиционный проект является эффективным средством доведения новой идеи до лиц, способных финансировать проект.

В то же время инвестиционный проект является основой для оценки перспектив развития и управления новым бизнесом.

Таким образом, инвестиционный проект помогает реально оценить идею, внести ее в документацию, осознать ее, оценить ее эффективность и «узкие» места и руководить процессом реализации инвестиционного проекта.

Принятие предприятием решения об инвестировании проекта обуславливается целями, которые оно ставит перед собой.

Иерархия инвестиционных целей, имеет следующий вид (в порядке уменьшения): прибыльность инвестиционной деятельности, определяется как норма прибыли на инвестиции; рост предприятия путем ежегодного увеличения оборота реализации продукции и доли контролируемого рынка; поддержка репутации (имиджа) предприятия среди потребителей и

сохранение доли рынка; увеличение производительности труда; производство новой продукции [2, с. 105].

Все инвестиционные проекты можно классифицировать по следующим признакам [5, с. 127]:

1) по срокам реализации: краткосрочные (до 1 года); среднесрочные (от 1 до 3 лет); долгосрочные (более 3 лет).

2) по масштабам: малые; средние; большие (крупные); грандиозные.

3) по составу: «монопроекты» (простые) - отдельные конкретные проекты с четкой ориентацией (направленностью) и определенными масштабами. Допускают упрощения при проектировании и реализации, формировании команды проекта; «мультипроекты» - это комплексные проекты, которые складываются из монопроектов; «мегапроекты» - комплексные проекты развития регионов, секторов экономики. Складываются из моно- и мультипроектов, объединенных общей целью. Составляющие «мегапроектов» взаимосвязаны. Они имеют общие ресурсы, единый период времени на выполнение. Такие проекты могут быть государственными, региональными, межотраслевыми, отраслевыми, международными и смешанными. Отличительная черта мегапроектов - высокая стоимость и капиталоемкость.

4) по видам: коммерческие зависят от цели проекта: получить прибыль или социальный эффект; некоммерческие.

5) по характеру и сферам деятельности: промышленные (направление на выпуск и реализацию новых видов продукции); экономические (направленные на приватизацию предприятий, развитие рынка капиталов, реформирование налогообложения и др.); организационные (направленные на совершенствование и реформирования системы управления); исследовательские (ориентированные на НИР, разработку программных средств); социальные (связанные с реформированием системы социальной защиты населения, охраны здоровья, окружающей среды).

Основными формами инвестиционных проектов являются:

1. Приобретение целостных имущественных комплексов. Эта форма реальных инвестиций обеспечивает обычно «эффект синергизма», который заключается в возрастании совокупной стоимости активов обоих предприятий за счет возможностей более эффективного использования их общего финансового потенциала, взаимодополнения технологий и номенклатуры выпускаемой продукции, возможностей снижения уровня операционных затрат, совместного использования сбытовой сети на различных региональных рынках и других аналогичных факторов.

2. Новое строительство. К новому строительству предприятие прибегает при кардинальном увеличении объемов своей операционной деятельности в предстоящем периоде, ее отраслевой, товарной или региональной диверсификации (создании филиалов, дочерних предприятий и т.п.).

3. Перепрофилирование. Эта форма предусматривает полную смену технологии производственного процесса для выпуска новой продукции.

4. Реконструкция. Эта форма связана с существенным преобразованием всего производственного процесса на основе современных научно-технических достижений. Ее осуществляют в соответствии с комплексным планом реконструкции предприятия в целях радикального увеличения его производственного потенциала, существенного повышения качества выпускаемой продукции, внедрения ресурсосберегающих технологий и т.п.

5. Модернизация. Эта форма связана с совершенствованием и приведением активной части основных производственных средств в состояние, соответствующее современному уровню осуществления технологических процессов, путем конструктивных изменений основного парка машин, механизмов и оборудования, используемых предприятием в процессе операционной деятельности.

6. Обновление отдельных видов оборудования. Эта форма связана с заменой (в связи с физическим износом) или дополнением (в связи с ростом объемов деятельности или необходимостью повышения производительности труда) имеющегося парка оборудования отдельными новыми их видами, не меняющими общей схемы осуществления технологического процесса.

7. Инновационное инвестирование в нематериальные активы. Эта форма направлена на использование в операционной и других видах деятельности предприятия новых научных и технологических знаний в целях достижения коммерческого успеха. Осуществление инновационного инвестирования в нематериальные активы позволяет существенно повысить технологический потенциал предприятия во всех сферах его хозяйственной деятельности.

8. Инвестирование прироста запасов материальных оборотных активов. Эта форма направлена на расширение объема используемых операционных оборотных активов предприятия. Необходимость этой формы инвестирования связана с тем, что любое расширение производственного потенциала, обеспечиваемое ранее рассмотренными формами реального инвестирования, определяет возможность выпуска дополнительного объема продукции.

Правильная и рациональная организация разработки инвестиционного процесса предполагает: обеспечение взаимосвязей и согласованности при разработке отдельных разделов проекта; четкое распределение обязанностей между исполнителями; координацию действий отдельных исполнителей; обеспечение разработки проекта в установленные сроки; доведение положений проекта до всех заинтересованных сторон.

Над инвестиционным проектом работают такие специальности, как менеджеры, финансисты, маркетологи, юристы, экономисты, инженеры. Это могут быть как работники предприятия, так и приглашенные консультанты, и эксперты.

Исходной информацией является (для разработки проекта) информация о спросе на товар, производственная и финансовая информация.

Таким образом, разработка инвестиционного проекта является трудоемким процессом и требует затрат времени и денежных средств. Поэтому одним из условий, обеспечивающих его эффективность и результативность выступает его организация.

Библиографический список

1. Булочкин А.А. Разработка программы управления предприятием в кризисной ситуации / А.А. Булочкин, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 2. № 3. С. 74-83.

2. Кваша В.А. Особенности управления инновационным развитием предприятия: монография / В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, С.Б. Тюрин. – Ярославль: Канцлер, 2018. - 213 с.

3. Котряхова Е.А. Процесс формирования системы ключевых показателей эффективности организации / Е.А. Котряхова, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 12. С. 69-77.

4. Тюрин С.Б. Методологические подходы к оценке инвестиционных проектов / С.Б. Тюрин, А.Д. Бурькин // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2017. № 1 (34). С. 49-57.

5. Юрченко А.В. Роль инновационного проекта в развитии экономики предприятия / А.В. Юрченко, А.Д. Бурькин // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2015. № 4. С. 124-138.

Трансформация как один из способов получения финансовой отчетности по требованиям Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО)

Логина Т.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Трансформация бухгалтерской (финансовой) отчетности, согласно требованиям МСФО, способствует повышению качества, информативности и полезности отчетности для различных пользователей, что доказано международной практикой. Принципы построения системы стандартов международного учета и отчетности привлекают все большее внимание российских специалистов. Статья посвящена рассмотрению процесса трансформации бухгалтерской (финансовой) отчетности в России, как одного из способов получения финансовой отчетности по требованиям МСФО.

Ключевые слова: бухгалтерская (финансовая) отчетность, трансформация отчетности, метод параллельного учета, международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), требования МСФО.

Transformation as one of the ways to obtain financial statements in accordance with the requirements of International Financial Reporting Standards (IFRS)

Loginova T.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The transformation of accounting (financial) statements, in accordance with the requirements of IFRS, contributes to improving the quality, information content and usefulness of reporting for various users, which has been proven by international practice. The principles of building a system of international accounting and reporting standards are attracting more and more attention of Russian specialists. The article is devoted to the consideration of the process of transformation of accounting (financial) statements in Russia, as one of the ways to obtain financial statements in accordance with IFRS.

Keywords: accounting (financial) reporting, reporting transformation, parallel accounting method, International Financial Reporting Standards (IFRS), IFRS requirements.

В современных экономических условиях для организаций, предлагающих свою продукцию на российском и международном рынках товаров и услуг, представление отчетности в соответствии с требованиями МСФО, является необходимым условием развития бизнеса.

Необходимость составления финансовой отчетности по требованиям МСФО обусловлена определенными причинами, основными из которых являются:

- выход организаций на международные рынки капитала;
- подготовка экономической информации для составления консолидированной отчетности;
- привлечение зарубежных инвестиций;
- установление долгосрочных отношений с зарубежными партнерами и др.

Суть трансформации отчетности состоит в дополнительной интерпретации первичной бухгалтерской информации в соответствии с требованиями МСФО. В настоящее время основными способами получения финансовой отчетности по требованиям МСФО являются: метод трансформации и метод параллельного учета.

Параллельный учет предполагает параллельное, двойное ведение учета. Каждый факт хозяйственной жизни показывается дважды: по российским правилам учета (РСБУ) и по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО).

Ведение параллельного учета оправдано в том случае, когда собственники заинтересованы в повышении качества учетной информации и подготовке сопоставимой отчетности, которая обеспечивает достоверное представление о финансовом положении и финансовых результатах деятельности организации.

Метод параллельного учета более точен, он поддается автоматизации, в результате чего снижается трудоемкость работ по составлению комплекта отчетности по МСФО, а также повышается достоверность отчетности. К недостаткам метода можно отнести его высокую стоимость и несовершенство средств программного обеспечения.

При современной автоматизации метод требует разработки специализированных продуктов, основывающихся на единых принципах учета, так как это стандарты финансовой отчетности, а не бухгалтерского учета.

При этом методе учет и отчетность ведутся по российским правилам, а затем статьи отчетности корректируются и реклассифицируются (устранение различий в составе показателей отчетности), превращаясь в отчетность по требованиям МСФО. Суть метода состоит в установлении несоответствий учета и отчетности по РСБУ правилам по МСФО.

Метод трансформации является наименее трудоемким, однако погрешность показателей финансовой отчетности может быть достаточно высокой. Метод в наименьшей степени подлежит автоматизации, так как многие корректировки показателей отчетности выполняются исходя из профессионального суждения специалистов в области бухгалтерского учета и отчетности. Использование метода трансформации отчетности особенно полезно на начальных этапах применения МСФО.

Основная задача трансформации - обеспечение единообразия осуществляемых трансформационных процедур. Трансформация предусматривает индивидуальный подход для каждой организации, поэтому перечень документов для трансформации отчетности может существенно отличаться.

В современных условиях хозяйствования действует уже достаточное количество организаций, которые трансформируют российскую бухгалтерскую отчетность в отчетность по требованиям международной практики.

При подготовке такой отчетности компании используют различные компьютерные программы, такие как Sap Sem или программный комплекс АИС «КУБ – 3» и др., а также таблицы Microsoft Office Excel.

Процесс трансформации отчетности предусматривает несколько этапов:

- на первом этапе производится анализ счетов бухгалтерского учета, используемых для составления форм отчетности, а также учетной политики организации;

- на втором этапе составляются оборотно – сальдовые ведомости в российской системе счетов бухгалтерского учета (РСБУ), а также рабочие документы, в соответствии с которыми выявляются и отслеживаются различия РСБУ и МСФО в отражении тех или иных фактов хозяйственной жизни. На основе остатков оборотно – сальдовой ведомости формируются рабочие таблицы (составляются по мере необходимости, количество зависит от специфики ведения учета) и оформляется пробный баланс;

- третий этап предусматривает составление корректирующих проводок, по экономическому содержанию соответствующих базовым принципам, признакам и ограничениям МСФО, которые доводят значение каждого счета до уровня требований международных стандартов. На

основе корректирующих проводок составляются новые пробные балансы и необходимые отчеты.

На основе данных отчетности, подготовленной по требованиям РСБУ, в результате изменения соответствующих показателей (в случае необходимости – введения новой классификации и переклассификации счетов), производится доведение их значений, по количественным и качественным характеристикам и параметрам до определенных требований МСФО уровня. Этап является наиболее сложным и трудоемким, т.к. должен проводиться с учетом формирования правильных профессиональных суждений о корректировке счетов и с учетом основных различий российских и международных правил учета;

- на четвертом этапе производится реклассификация российских счетов в счета по требованиям МСФО. На этом этапе составляется план счетов учета по требованиям международных стандартов, который строится на основе использования счетов активов, обязательств, капитала, а также доходов и расходов;

- на пятом этапе составляются пробные, а затем и окончательные формы финансовой отчетности;

- на заключительном этапе трансформации отчетности составляются финансовые отчеты по международным правилам.

При подготовке трансформированной отчетности российские компании сталкиваются с рядом проблем, например, следующие:

- выбор функциональной валюты. Если функциональной валютой, т.е. валютой, в которой ведется учет для целей МСФО в соответствии с МСФО 21 «Влияние изменений валютных курсов», будет признан не рубль, то начинать трансформацию необходимо с нахождения базы данных учета в компьютерной программе, которая поддерживает мультивалютность учета и ведется именно в этой функциональной валюте. Если компьютерная система не поддерживает мультивалютный учет (параллельное ведение базы данных в валютах, отличных от рубля, с пересчетом каждой операции в соответствующую валюту по определенному курсу), то трансформация осложняется необходимостью пересчета всего учета по РСБУ в другую валюту [1];

- трансформация в течение нескольких лет подряд. Основной сложностью является необходимость учета поправок, проведенных в предыдущих периодах, в силу необходимости повторения данных поправок в отчетном периоде. Это связано с тем, что такая трансформация в каждом определенном периоде вносит поправки в новые данные российского учета, которые не учитывают поправки, сделанные при трансформации в МСФО в предыдущих периодах. Для облегчения

принципа преемственности отчетности, предыдущие поправки повторяются общей суммой при трансформации текущего периода, а затем вносятся новые поправки, отражающие приведение данных к тем, которые соответствуют требованиям МСФО, предполагая, что учет всегда велся по МСФО;

- смена собственников и специалистов в области учета и отчетности. При смене сотрудников и консультантов, проводивших трансформацию отчетности в предыдущих периодах, организация может столкнуться с частичной потерей информации о трансформации, что потребует дополнительных трудовых, а также временных и денежных затрат.

Для того чтобы исключить такую ситуацию, необходимо подробно документировать трансформационные поправки, суждения и расчеты, осуществляемые при проведении процесса трансформации отчетности. При этом может быть составлен специальный отчет о проведении трансформации финансовой отчетности;

- необходимость консолидации. При подготовке отчетности группой компаний, необходимо наряду с трансформацией, проводить консолидацию финансовой отчетности, с учетом принципа элиминирования, в единую консолидированную финансовую отчетность.

Своевременное решение названных проблем будет способствовать выходу российских организаций на мировой рынок, получению доступа к банковским кредитам на более выгодных условиях, привлечению иностранных инвестиций, улучшит сотрудничество отечественного бизнеса с западными партнерами и т.д.

Процесс трансформации российской отчетности в отчетность по требованиям МСФО в настоящий момент еще недостаточно совершенен и испытывает немало трудностей, так как приходится делать многочисленное количество корректирующих записей, для чего нужны высококвалифицированные специалисты, обладающие широкими знаниями. При этом - чем больше организаций будут составлять отчетность по международным требованиям, тем скорее отпадет необходимость в большом количестве корректировок при трансформации отчетности. Для этого потребуются установить соответствие национальных стандартов бухгалтерского учета международным. Совершенствование российского законодательства в области бухгалтерского учета и отчетности позволит более правильно трансформировать отчетность по требованиям МСФО.

Библиографический список

1. Сайт Совета по международным стандартам финансовой отчетности. - URL: <http://www.iasb.org>.

Оценка кредитоспособности компании на основе расчета моделей банкротства

Логонова Т.В., Керимова Д.Д.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Важнейшим инструментом преодоления риска банкротства является своевременная его диагностика и прогнозирование. Несмотря на многообразие используемых для оценки потенциального банкротства методик, на сегодняшний день не разработана универсальная методика оценки. В то же время использование различных отечественных и зарубежных моделей показывает зачастую противоречивость оценок, полученных с их помощью. Таким образом, вопросы оценки и прогнозирования вероятности банкротства в современных условиях определили актуальность темы статьи.

Ключевые слова: оценка кредитоспособности, методики, модели банкротства.

Assessment of the company's creditworthiness based on the calculation of bankruptcy models

Loginova T.V., Kerimova D.D.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The most important tool for overcoming the risk of bankruptcy is its timely diagnosis and forecasting. Despite the variety of methods used to assess potential bankruptcy, a universal assessment methodology has not been developed to date. At the same time, the use of various domestic and foreign models often shows the inconsistency of the estimates obtained with their help. Thus, the issues of assessing and predicting the probability of bankruptcy in modern conditions determined the relevance of the topic of the article.

Keywords: creditworthiness assessment, methods, bankruptcy models.

В настоящее время можно выделить две группы методик, используемых в диагностике банкротства: регламентированные (или нормативные) методики выявления признаков банкротства, а также

разнообразные «авторские» методики анализа финансового состояния организации.

Регламентированные методики решают разнообразные аналитические задачи в соответствии с содержанием процедур банкротства:

- анализ признаков банкротства;
- анализ обоснованности требований кредиторов;
- анализ финансового состояния;
- оценка достаточности конкурсной массы для удовлетворения требований кредиторов;
- анализ соблюдения сроков, установленных для осуществления конкретных процессуальных действий;
- выявление признаков фиктивного и преднамеренного банкротства;
- анализ степени неплатежеспособности в целях обоснования соответствующей процедуры, возможностей восстановления платежеспособности и финансового оздоровления [4].

На сегодняшний день функционирование любого сектора экономики Российской Федерации подвергается негативным влиянием на финансовую устойчивость, в связи с введенными санкциями. Из-за этого наблюдаются такие негативные макроэкономические процессы, как: снижение покупательной способности населения; падение объемов производства; увеличение рисков инфляции; неустойчивость цен на рынке сырьевых и энергетических продуктов и др.

Поэтому управляющим важно формирование инструментов, направленных на эффективный финансовый менеджмент и обеспечение экономической безопасности.

Особенно это актуально из-за необходимости привлечения заемного финансирования при поддержании финансовой устойчивости компаний. Для чего необходимо формирование надлежащего уровня кредитоспособности организации, а одним из механизмов создания выступает система финансового анализа и оценки возможностей компании-заемщика привлекать кредитные средства и обслуживать свои долговые обязательства перед кредиторами.

Оценка кредитоспособности компании-заемщика в рамках финансового управления устойчивости бизнеса имеет важное значение на ранних этапах кредитного процесса, а также является необходимым компонентом мониторинга [2].

На рисунке 1 изображен список основных причин, которые вынуждают российские банки применять различные методы оценки кредитоспособности потенциальных заемщиков.

Система оценки кредитоспособности компаний состоит из очередности следующих процессов: анализ показателей ликвидности баланса; анализ оборачиваемости капитала; анализ эффективности производства; оценка финансовой устойчивости организации [1].

Одной из основных моделей анализа кредитоспособности организации-заемщика является модель Э. Альтмана. Альтман разработал 5-факторную модель определения индекса кредитоспособности. Оценивая ее, можно отметить, что она обладает высокой точностью прогноза, что объясняется ее построением на базе опыта многих компаний.

Достаточно частой в использовании в отечественной практике оценки кредитоспособности предприятий-заемщиков является модель Бивера. Преимуществом ее является возможность прогнозирования банкротства на временном интервале до 5 лет, однако значения факторов существенно отличаются в силу особенностей российской экономики, поэтому механическое использование модели приводит к значительным отклонениям прогноза от реальности.

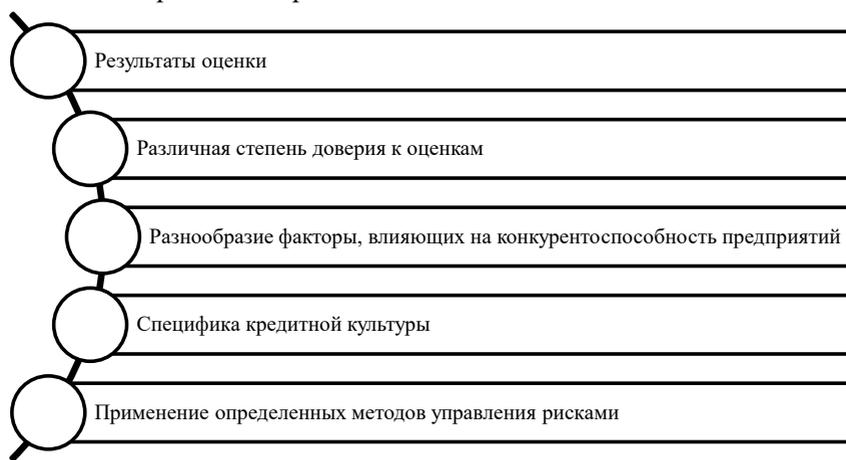


Рисунок 1. Основные причины применения банками различных методов и систем оценки кредитоспособности [4]

В практике отечественного бизнеса известны и другие модели оценки кредитоспособности организаций:

- модель Федотовой, с помощью которой идет оценка текущей платежеспособности предприятия и влияния на нее заемных средств;
- модель Сайфулина и Кадыкова, с помощью которой идет оценка всех финансовых показателей компании [3].

Для примера оценки кредитоспособности организации-заемщика проанализированы данные коммерческой организации.

Для проведения анализа кредитоспособности по методике Э. Альтмана используется следующая формула:

$$Z = 1,2 * X1 + 1,4 * X2 + 3,3 * X3 + 0,6 * X4 + X5,$$

где X1 – соотношение оборотного капитала и суммы активов;

X2 – соотношение нераспределенной прибыли и суммы активов;

X3 – соотношение прибыли до налогообложения и суммы активов;

X4 – соотношение рыночной стоимости собственного капитала и стоимости всех обязательств;

X5 – соотношение объема продаж и суммы активов.

По полученным расчетам по состоянию на 2020 год формируются следующие результаты:

$$X1 - 7,686/8,249 = 0,9317;$$

$$X2 - 0,093/8,249 = 0,0112;$$

$$X3 - 0,011/8,249 = 0,0013;$$

$$X4 - 1,646/6,603 = 0,2492;$$

$$X5 - 0,351/8,249 = 0,0425.$$

Таким образом, можно сделать расчет кредитоспособности компании:

$$Z = 0,9317*1,2+0,0112*1,4+0,0013*3,33+0,2492*0,6+0,0425 = 1,02487+0,01568+0,004329+0,14952+0,0425 = 1,236729.$$

Поскольку показатель Z ниже 1,81, то соответственно организация финансово неустойчивая и имеет высокий риск банкротства, что требует применение концепции антикризисного управления и механизмов оптимизации бизнеса.

Достоинствами данной модели можно назвать простоту и возможность применения в условиях ограниченного объема информации о компании, но в то же время весовые коэффициенты и пороговые значения показателей рассчитаны на основе американских аналитических данных 1960-70-х гг., поэтому они не соответствуют специфике современной экономической ситуации в России и требуют пересмотра.

Опираясь на далеко неполный перечень рассмотренных выше методик оценки риска банкротства, можно с уверенностью сказать, что на сегодняшний день ни одна из них не является универсальной, т.к. большинство из представленных моделей не позволяют спрогнозировать наступление кризисной ситуации заранее, т.е. до появления очевидных признаков. Поэтому пока не разработана эффективная модель диагностики банкротства, целесообразно применять комплексный подход, используя различные варианты оценки и прогнозирования банкротства.

В рамках финансового оздоровления компании для повышения уровня кредитоспособности, как заемщика, можно предложить следующее:

- оптимизировать управление товарно-материальными ценностями организации;
- оптимизировать структуру капитала, с целью увеличения доли собственного капитала;
- повысить скорость оборачиваемости оборотных средств;
- установить систему скидок при досрочной оплате и др.

Таким образом, благодаря использованию таких моделей, как модель Альтмана и др., возможна оценка кредитоспособности организации-заемщика, что позволит оценить финансовую устойчивость, платежеспособность и возможность обеспечения долговых обязательств в будущем.

В случае неудовлетворительной оценки, как в приведенном примере, необходима разработка антикризисных мероприятий с целью оценки возможного банкротства компании.

Библиографический список

1. Афанасьев А.В., Евдокимов Е.В., Марьянов Д.В. Оценка кредитоспособности предприятия-заемщика // Молодой ученый. 2020. № 3 (293). С. 317-319.
2. Куликов Н.И., Ковешникова А.Д. Оценка уровня кредитоспособности предприятия в современных условиях // Российское предпринимательство. 2018. Том 19. № 8. С. 2233-2246.
3. Ленченко В.В. Оценка кредитоспособности предприятия на основе анализа финансовых коэффициентов // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 3-11 (24). С. 99-104.
4. Сулейманова Д.А., Абдуллаева Ш.М. Анализ кредитоспособности предприятия // Экономика и социум. 2020. № 2 (69). С. 408-410.

УДК 336.01

Порядок исправления ошибок в бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций

Логина Т.В., Пронузова А.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Принятие эффективных управленческих решений на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности имеет возможность

только тогда, когда данная отчетность полностью и достоверно отражает финансово-экономическое положение организации, другими словами, составлена безошибочно. Тем не менее, на практике часто случается, когда учетные регистры имеют ошибки, которые попали после окончания учетного процесса в бухгалтерскую отчетность организации. Поэтому проблема, как и в какой момент, исправить эти ошибки, всегда была актуальна для бухгалтеров.

Ключевые слова: отчетность; ошибки; виды ошибок; методы исправления.

The procedure for correcting errors in the accounting (financial) statements of organizations

Loginova T.V., Pronuzova A.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The adoption of effective management decisions based on accounting (financial) statements is possible only if these statements fully and reliably reflect the financial and economic situation of the organization, in other words, they are made accurately. Nevertheless, in practice it often happens when accounting registers have errors that got into the accounting statements of an organization after the end of the accounting process. Therefore, the problem of how and at what point to correct these errors has always been relevant for accountants.

Keywords: reporting; errors; types of errors; methods of correction.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность – это комплекс сведений, который определяет итоги финансово-хозяйственной деятельности компании за отчетный период, сформированных на основе бухгалтерского учета. При составлении бухгалтерской отчетности не редко возникают ошибки, допущенные при расчетах. Допущенные ошибки могут сильно воздействовать на оценку финансового состояния, поэтому каждая организация должна знать способы обнаружения этих ошибок, и к тому же, способы их устранения в соответствии с законодательством РФ [1].

Бухгалтерские ошибки представляют собой отражение неточных данных об экономических и хозяйственных процессах организации в документах. Корректировка ошибок в отчетности происходит в соответствии с моментом их нахождения и характером.

Например, ошибки в отчетности компании могут представлять некорректное отражение или не отражение фактов хозяйственной жизни (рис. 1).

Ошибками в бухгалтерской отчетности не считаются пропуски или неточности, существование которых было выявлено после получения новых сведений, которые были не доступны в момент отображения (не отражения) фактов хозяйственной деятельности.

Положение ФСБУ (ПБУ) 22/2010 «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности"» в данном случае никак не применяются, а обнаруженные в текущем периоде расходы (доходы) прошлых периодов, не нашедшие своего отражения в учете по объективным причинам (не вследствие ошибки), заносятся записями периода их обнаружения, при этом нет потребности в исправлении бухгалтерских записей предыдущих периодов [1].

Имеется ряд условий, оказывающих влияние на методы исправления ошибок в отчетности:

- характер ошибки в виде существенности: несущественная или существенная;

- момент выявления ошибки: до или после окончания отчетного периода [3].



Рисунок 1. Причины возникновения ошибок в бухгалтерской (финансовой) отчетности

Ошибка является существенной, если она в частности или в комбинации с другими ошибками за один и тот же базисный период обладает вероятностью оказывать влияние на управленческие и

экономические решения пользователей, которые принимаются ими на основании отчетности данного периода (п. 3 ПБУ 22/2010) [1].

Компания сама определяет степень существенности ошибки на основании ее величины и характера соответствующей статьи отчетности (п. 3 ПБУ 22/2010).

Ошибки оказывают влияние на все показатели, которые представлены в отчетности за период, в котором она была выявлена (включая показатели отчетного года и сравнительные показатели всех представленных в отчетности предыдущих периодов) (п. 3 ПБУ 22/2010; письмо Минфина России от 24.01.2011 № 07-02-18/01) [2].

В учетной политике компании следует отразить условия признания существенности ошибки. Можно также закрепить индивидуальные критерии для некоторых статей баланса и общий критерий существенности.

Из большого количества вариантов определения существенности ошибки, есть вариант, при котором вводится определенное процентное соотношение величины статьи бухгалтерского баланса, в которой была совершена ошибка, к сумме (итогу) всех составляющих счетов (валюте баланса) или группе статей (итогу по разделу) баланса.

Процедура корректировки ошибок в бухгалтерской отчетности отображена в таблице 1.

Главными методами обнаружения ошибок при помощи самоконтроля и системы внутреннего контроля являются:

- инвентаризация;
- тестирование бухгалтерских записей;
- структурный (вертикальный) и динамический (горизонтальный) анализ данных бухгалтерской отчетности;
- самоконтроль при формировании отчетов (проверка взаимной увязки показателей, арифметико-логический контроль).

Ошибки в бухгалтерской работе могут быть основаны на человеческом факторе. И не важно, о ком идет речь — о молодом специалисте или опытном главном бухгалтере — в полном объеме избежать ошибок нет возможности ни у кого.

Но есть возможность сократить вероятность их появления и снизить последствия ошибок, для чего можно предложить следующее:

- отдельные участки учета должны вести сотрудники, которые специализируются в этих областях. Каждый специалист должен систематически повышать свою квалификацию;
- наиболее сложные изменения в законодательстве должны отслеживать специально подготовленные сотрудники;

Таблица 1. - Процедура корректировки ошибок в бухгалтерской отчетности

Характер ошибки	Период выявления ошибки	Период внесения изменений	Порядок исправления ошибки	
			в бухгалтерском учете	в бухгалтерской отчетности
Ошибки отчетного года				
Существенные и несущественные ошибки	До окончания отчетного года (до 31 декабря отчетного года)	В месяце отчетного года, в котором выявлена ошибка	Исправляется записями по соответствующим счетам бухгалтерского учета (пп. 5, 6 ПБУ 22/2010)	Внесение корректировок не требуется. Финансовый результат будет сформирован сразу с учетом исправленной ошибки
	После окончания отчетного года, но до даты подписания годовой отчетности	В декабре отчетного года (года, за который составляется годовая бухгалтерская отчетность)		
Ошибки предшествующего отчетного года				
Существенные ошибки	После даты подписания годовой бухгалтерской отчетности, но до даты ее представления акционерам, участникам общества, органу государственной власти, органу местного самоуправления или иному органу, уполномоченному осуществлять права собственника	В декабре отчетного года (года, за который составляется годовая бухгалтерская отчетность)	Исправляется записями по соответствующим счетам бухгалтерского учета (пп. 6—8 ПБУ 22/2010)	В случае представления отчетности иным пользователям (не являющимся собственниками, акционерами, участниками обществ) первоначальная отчетность подлежит замене на отчетность, в которой выявленная существенная ошибка исправлена
	После представления годовой бухгалтерской отчетности пользователям, но до даты ее утверждения в установленном законодательством порядке			Первоначальная отчетность пересматривается. В новой отчетности раскрывается информация: — о замене первоначальной отчетности; — об основаниях, послуживших ее пересмотру. Пересмотренная бухгалтерская отчетность представляется во все адреса, в которые была представлена первоначальная бухгалтерская отчетность
	После утверждения бухгалтерской отчетности	В текущем отчетном периоде		Исправляется записями по соответствующим счетам бухгалтерского учета в корреспонденции со счетом 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» (подп. 1 п. 9 ПБУ 22/2010)
Несущественные ошибки	После даты подписания годовой бухгалтерской отчетности	В месяце отчетного года, в котором выявлена ошибка	Исправляется записями по соответствующим счетам бухгалтерского учета в корреспонденции со счетом 91 «Прочие доходы и расходы» (п. 14 ПБУ 22/2010)	Внесение корректировок не требуется

- все учетные операции необходимо проводить через многоуровневый механизм контроля, который включает автоматизированную проверку.

Библиографический список

1. Приказ Минфина России от 28.06.2010 № 63н (ред. от 07.02.2020) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности" (ПБУ 22/2010)».

2. Письмо Минфина РФ от 24.01.2011 № 07-02-18/01 «Рекомендации аудиторским организациям, индивидуальным аудиторам, аудиторам по проведению аудита годовой бухгалтерской отчетности организаций за 2010 год».

3. Поленова С.Н. Бухгалтерский учет и отчетность: учебник для бакалавров. — М.: Дашков и К°, 2021. — 402 с.

Проблемы управления дебиторской и кредиторской задолженностью

Логина Т.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Актуальность данной темы заключается в том, что дебиторская и кредиторская задолженности занимают достаточно большой удельный вес в структуре бухгалтерского баланса и влияют на оценку финансового состояния организации. Цель статьи: на основе анализа и оценки состояния дебиторской и кредиторской задолженности выявить проблемы и разработать рекомендации по совершенствованию системы управления задолженностями в компании.

Ключевые слова: дебиторская и кредиторская задолженность, анализ, управление, проблемы.

Problems of managing receivables and payables

Loginova T.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. the relevance of this topic lies in the fact that receivables and payables occupy a fairly large share in the structure of the balance sheet and affect the assessment of the financial condition of the organization. The purpose of the article: based on the analysis and assessment of the state of receivables and payables, identify problems and develop recommendations for improving the debt management system in the company.

Keywords: accounts receivable and accounts payable, analysis, management, problems.

Управление дебиторской задолженностью является приоритетным направлением анализа деятельности любой организации.

Для эффективного управления организацией большое значение имеет анализ дебиторской и кредиторской задолженности, так как значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости организации и делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования.

Анализ дебиторской и кредиторской задолженностью будет рассмотрен на примере коммерческой организации, которая имеет следующие виды деятельности: оптовая продажа автомобильных запасных частей; реализация легковых автомобилей Mitsubishi и грузовых автомобилей МАН; ремонт и техническое обслуживание автомобилей и силовых агрегатов (двигателей) и др.

Проведя анализ состава и структуры дебиторской и кредиторской задолженности, можно сделать вывод, что кредиторская задолженность в 2021 году значительно превышает дебиторскую задолженность и этот факт является серьезной проблемой, так как создает угрозу для финансовой устойчивости предприятия.

Таблица 1. – Динамика дебиторской и кредиторской задолженности

Наименование статей	На	На	Изменение (+,-)	
	31.12.2020 г. тыс. руб.	31.12.2021 г. тыс. руб.	Абсолютное тыс. руб.	Относительное %
Дебиторская задолженность	33667	19972	-13695	-40,7
в том числе: покупатели и заказчики	21313	14676	-6637	-31,1
Кредиторская задолженность (краткосрочная)	51098	66238	15140	29,6
В том числе: зadolженность перед поставщиками и подрядчиками	39632	42925	3293	8,3

В анализируемом периоде наблюдается снижение общей суммы дебиторской задолженности на 40,7%. Так как снижение дебиторской задолженности произошло, в основном, за счет снижения задолженности покупателей и заказчиков на 31%, то это может означать уменьшение количества сделок и отгрузок товара.

Значительно уменьшилась долгосрочная кредиторская задолженность – на 39,9%. Ее уменьшение свидетельствует об уменьшении денежных средств из оборота организации. Краткосрочная кредиторская задолженность наоборот возросла на 29,6%. Наибольшую долю в общей сумме кредиторской задолженности занимает задолженность перед поставщиками и подрядчиками. На данную проблему надо обратить внимание и разработать мероприятия по снижению задолженности.

Для более детального анализа дебиторской задолженности необходимо разделить общую сумму задолженности по времени ее возникновения. Классификация дебиторской задолженности по видам за 2020–2021 гг. представлена в таблице 2.

Из таблицы 2 видно, что задолженность в 2021 году уменьшилась. Это произошло за счет уменьшения текущей задолженности предприятия, что свидетельствует об уменьшении заключенных сделок. Также в 2021 году увеличивается проблемная и спорная задолженности, что является негативным фактором, так как их увеличение говорит о проблеме, связанной с неэффективной политикой в работе с контрагентами.

Так как быстрее растет дебиторская задолженность, потребность в дополнительных источниках финансирования увеличивается, что отрицательно для организации, потому что влечет дополнительные затраты [1, с. 51].

Таблица 2. - Классификация дебиторской задолженности по видам

Наименование	31.12.2020г.	31.12.2021г.	Изменение +,-
Текущая задолженность, руб.	22565610,16	12409847,6	-10155762,56
Проблемная задолженность, руб.	653853,08	3336006,19	2682153,11
Спорная задолженность, руб.	2445772,73	3128398,09	682625,36
Безнадежная задолженность, руб.	5389511,89	5296532,49	-92979,4
Всего, руб.	31054747,86	24170784,37	-6883963,49

Для определения интенсивности использования дебиторской и кредиторской задолженности рассчитываются коэффициенты оборачиваемости. Чем больше коэффициент оборачиваемости, тем выше деловая активность.

Таблица 3. - Показатели оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности за 2020 – 2021 гг.

Показатели оборачиваемости	2020 г.	2021 г.	Отклонение (+,-)
1. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, в оборотах	26	22	-4
2. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, в днях	14	16	2
3. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, в оборотах	12	8	-4
4. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, в днях	30	45	15

На основе полученных данных можно сделать следующие выводы: в 2020 году коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности равен 26 оборотам, а в 2021 г. – 22. Снижение данного показателя свидетельствует о росте числа неплатежеспособных клиентов и о других проблемах со сбытом. Период оборота дебиторской задолженности в 2020г. равен 14 дням, а в 2021 г. увеличился до 16 дней.

Период оборота кредиторской задолженности увеличился с 30 дней до 40 дней. Увеличение этого показателя говорит о недостаточном количестве денежных средств для удовлетворения текущих потребностей компании.

Исходя из проведенных расчетов видно, что компании необходимо изыскивать пути повышения эффективности управления дебиторской и кредиторской задолженностью.

Для этого необходимо принять следующие меры:

1) раз в квартал составлять отчет о дебиторской и кредиторской задолженности, который даст сведения руководителю обо всех предстоящих платежах и возможность принять управленческие решения, какие платежи можно отложить с целью высвобождения необходимой суммы денежных средств и кому из покупателей можно предоставить дополнительную отсрочку;

2) по возможности расширить круг потребителей, с целью уменьшения риска неуплаты одним или несколькими покупателями;

3) осуществлять отбор покупателей на основе анализа их платежеспособности в прошлом, текущей платежеспособности и финансовой устойчивости;

4) заключать договоры на поставку товаров и оказание услуг, в которых определяются сроки оплаты;

5) по возможности проводить зачеты взаимных требований, что поможет уменьшить задолженности;

6) устанавливать кредитные лимиты на каждого клиента, определяющие максимальный размер разрешенного кредита для определенного покупателя;

7) каждый месяц проводить сверку взаимных расчетов;

8) ввести систему скидок за ранний платеж на предприятии и штрафов за просрочку платежа. Например, если компания введет систему оплаты поставленных товаров «5/10 нетто 75», то расчет будет следующий:

Цена отказа от скидки = процент скидки / (100% - процент скидки) × 360 / (максимальная длительность отсрочки платежа - период в течение которого предоставляется скидка) × 100% [2, с. 175].

Цена отказа от скидки = $5\% / (100\% - 5\%) \times 360 / (75 - 10) \times 100\% = 29,15\%$.

Размеры штрафных санкций за задержку оплаты позволят возместить все финансовые потери организации (потерю дохода, инфляционные потери и др.);

9) использовать современные формы рефинансирования, например, факторинг, т. е. продажу дебиторской задолженности, а точнее передачу агентских функций по ее управлению третьей стороне.

Организации нужно уделить больше внимания работе с дебиторской и кредиторской задолженностью, так как влияние интенсивности их уменьшения или увеличения оказывает значимое влияние на оборачиваемость капитала, а также на финансовое состояние компании.

Библиографический список

1. Науменко Т.С. Основные этапы комплексного анализа дебиторской задолженности // Научный вестник Южного института менеджмента. 2016. № 3. С. 50-54.

2. Федотова Е.О. Методика анализа дебиторской задолженности: авторский подход // В сборнике: Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации. – Омск, 2019. – С. 171-176.

УДК 338.14

Анализ рисков деятельности экономических субъектов

Логонова Т.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. На рынках современной российской экономики существует жесткая конкуренция, при которой необходимо четко определять перспективы и направления развития предпринимательства при учете возможности возникновения рисков. Актуальность темы заключается в том, что риски в деятельности предприятия – это необходимая составляющая любого бизнеса, поскольку реальная ситуация почти никогда в полной мере не соответствует целям, которые были запланированы или которых нужно достичь. За счет грамотно выполненного анализа, и оценки рисков компании получает возможность выявить сферы повышенного риска, а также принять своевременные решения по сокращению влияния отрицательных последствий.

Ключевые слова: риски экономических субъектов, система управления рисками, финансовый риск.

Risk analysis of the activities of economic entities

Loginova T.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the markets of the modern Russian economy, there is fierce competition, in which it is necessary to clearly define the prospects and directions for the development of entrepreneurship, taking into account the possibility of risks. The relevance of the topic lies in the fact that risks in the activities of an enterprise are a necessary component of any business, since the real situation almost never fully corresponds to the goals that were planned or that need to be achieved. Due to a well-executed analysis and risk assessment, the company is able to identify areas of increased risk, as well as make timely decisions to reduce the impact of negative consequences.

Keywords: risks of economic entities, risk management system, financial risk.

Риск в деятельности предприятия связан с менеджментом, а именно с такими его функциями, как планирование, организация, оперативное управление, применение персонала, а также экономический контроль. Каждая функция имеет связь с конкретной долей риска и требует формирования определенной системы управления к этим рискам. А именно необходима специфическая система (подсистема) управления, основой которой является изучение экономической сути риска, разработка и реализация стратегии отношения к нему в бизнес-деятельности.

В статье анализ рисков оценен на примере компании, основным видом деятельности которой является оптовая торговля потребительскими товарами.

При проведении анализа рисков было выявлено, что данная компания рассчитывает осуществить мероприятия по оптимизации расходов и сохранению платёжеспособности в случае существенного увеличения валютного курса. При этом оцениваются действия эмитента на случай негативного влияния изменения курса валют на деятельность компании.

Для того, чтобы управлять рисками ликвидности, компания должна оптимизировать платежи и расчеты с поставщиками и покупателями, применяя альтернативные формы расчетов (например, зачет встречных

требований), уменьшать затраты на покупку вспомогательного материала (работ и услуг), оптимизировать запасы и др.

Для примера, в статье использован балльный метод оценки риска и выполнена комплексная оценка финансового риска за 2019-2021 гг. (табл. 1).

Расчеты балльной оценки показали, что в изучаемом периоде компания находится в ситуации умеренно высокой степени риска.

Влияние финансовых рисков на показатели ликвидности компании оценивается как высокое. Возникновение нехватки денежных средств для погашения обязательств общества (риск ликвидности) может привести к увеличению кредиторской задолженности, а также повлечь дополнительные затраты и отрицательно повлиять на прибыль.

Рассматривая систему управления рисками, используемую в компании стоит отметить такие методы сокращения уровней риска, как методы диссипации, а также самострахование. Но использование таких методов по сокращению последствий риска усложнит работу компании, что может привести к ряду кадровых проблем. Кроме вышеперечисленных методов в компании используется один из приемов компенсации риска – «мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой среды».

Таблица 1. - Комплексная оценка финансового риска компании

Показатель	2019 год	2020 год	2021 год	Изменения к 2019 году	
				2020 год	2021 год
Коэффициент быстрой ликвидности	0,54	0,3	1	- 0,24	0,7
Коэффициент капитализации	0,86	1,01	1,48	0,15	0,47
Валовая рентабельность продаж	1,49	1,12	1,59	- 0,37	0,47
Коэффициент эффективности оборотных средств	16,14	15,24	8,21	- 0,9	- 7,03
Валовая рентабельность собственного капитала	7,27	6,13	6,56	- 1,14	0,43
Экономическая рентабельность	9,74	13,01	13,98	3,27	0,97
Балльная оценка Р	36,04	36,81	32,82	x	x

Если оценить риски данной компании, то можно выделить следующие виды рисков:

- 1) транспортный риск – организация является оптовым торговым предприятием (продовольственные и непродовольственные товары);
- 2) торговый риск;
- 3) финансовые риски.

В настоящее время в организации отсутствует полноценно функционирующая система логистики, а это весьма негативно может сказаться на потенциальных рисках компании. Можно отметить, что проектирование логистических принципов управления и необходимость построения собственной логистической системы, поможет обществу снизить риски деятельности.

Основываясь на вышеуказанной цели, компании предлагается заключить специальные договоренности со стратегическими поставщиками в целях обеспечения продуктивного соотношения между кредиторской задолженностью и товарными запасами.

Компании необходимо разработать мероприятия по планированию и прогнозированию деятельности. Необходимо также обратить внимание на товарооборот, оценив запасы товаров на складах. Перспективным направлением деятельности организации является создание сети фирменных магазинов, оценив при этом риски, связанные с дополнительными расходами. Также необходимо создать службу контроллинга для более эффективного управления запасами и цепями поставок.

Предлагаемые меры направлены на совершенствование системы управления рисками, возникающими в ходе коммерческой деятельности компании.

Библиографический список

1. Никитина Е.Н. Финансовые риски в производстве, способы защиты // Инновационная наука в глобализующемся мире. 2018. Т. 2. № 1 (5). С. 59-62.
2. Славинова М.В. Методы оценки финансового состояния организации // Наука среди нас. 2018. № 2 (6). С. 215.

Анализ факторов, влияющих на эффективность кредитного портфеля

Сальников А.М., канд. экон. наук, доцент

Ипатова В.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Целью работы является рассмотрение факторов, влияющих на эффективное управление кредитным портфелем коммерческого банка. В результате исследования были выявлены значимые факторы, оказывающие влияние на формирование кредитных портфелей банков. По итогам исследования сделаны вывод о том, что структура кредитного портфеля банка является многопрофильной и зависит от многочисленных внешних и внутренних факторов, на основе которых формируется индивидуальная кредитная политика.

Ключевые слова: кредитный портфель, кредитная политика, кредитный риск, структура кредитного портфеля, эффективность кредитного портфеля.

Analysis of factors affecting the effectiveness of the loan portfolio

Salnikov A.M., candidate of economic sciences, associate professor

Ipatova V.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The purpose of the work is to consider the factors affecting the effective management of the loan portfolio of a commercial bank. As a result of the study, significant factors influencing the formation of banks' loan portfolios were identified. Based on the results of the study, it was concluded that the structure of the bank's loan portfolio is multidisciplinary and depends on numerous external and internal factors, on the basis of which an individual credit policy is formed.

Keywords: loan portfolio, credit policy, credit risk, loan portfolio structure, loan portfolio efficiency.

Одним из главных критериев при оценке кредитного портфеля является оценка объективного состояния заемщика, способности заемщика выплатить предоставленную ему ссуду в определенный момент времени. В этом случае большое значение имеют разные факторы, такие как: финансовое состояние заемщика, качество обслуживания им долга и обеспечение кредита. Также, существует ряд и других факторов, которые нужно учитывать при оценке кредитного портфеля. В частности, это отраслевая принадлежность заемщика, его принадлежность к компании, которая ассоциирована с данным банком, общий уровень развития экономики, конкурентоспособности, его зависимость от поставщиков либо от государственной поддержки [1].

Одной из главных задач по формированию оптимального кредитного портфеля является выявление основных факторов, которые его формируют. Рассмотрим два вида таких факторов:

1. Управляемые факторы – факторы, на которые воздействуют коммерческие банки.
2. Неуправляемые факторы – факторы, на которые не воздействуют банки.

Некоторые ученые отмечают тот факт, что специфика управления качеством кредитного портфеля банка непосредственно зависит от факторов, комплексно воздействующих на его кредитную деятельность [1].

Согласно теории О.В. Иншакова существует возможность выявить и математически оценить основные факторы, воздействующие на кредитную деятельность, глубже рассмотрев интегрирующие и дифференцирующие факторы и предложив исследовать кредитный портфель определенного качества в математическом виде [2].

В данной теории приводятся интегрирующие и дифференцирующие факторы. К первым относят различные нормативы, правила и договоры, расширяющие кредитную деятельность, возможность принятия решений при любых изменениях внешней среды и сведения о внешней и внутренней среде функционирования банка. К дифференцирующим факторам относят знания, навыки и опыт банковских сотрудников, а также, привлечение свободных денежных средств инвесторов и размещение их в кредитные требования.

Основная задача в деятельности коммерческих банков по формированию кредитного портфеля – это увеличение стоимости кредитной организации путём повышения финансовой устойчивости, что определяется дополнительными задачами, такими как необходимость

получения высоких процентных доходов, увеличение реальной стоимости и качества кредитного портфеля, повышение его доходности.

Качество кредитного портфеля определяется его структурой и соответствием стратегическим целям кредитной политики. В этом случае, руководству банка необходимо вести постоянный мониторинг для предотвращения проблем. Управление кредитным портфелем позволяет балансировать и сдерживать риск всего портфеля [1].

Распределение кредитных ресурсов внутри портфеля определяет его структуру. Качество кредитного портфеля оценивается по системе коэффициентов, включающей абсолютные показатели и относительные, характеризующие долю отдельных кредитов в структуре ссудной задолженности. В общем виде это отношение просроченной ссудной задолженности к сумме ссудной задолженности.

Правильно управлять кредитным портфелем – значит предпринимать действия по обеспечению безопасной и непрерывной деятельности в экстремальных ситуациях и разрабатывать план действий по восстановлению нормального функционирования в случае возникновения проблем [2].

При оценке качества кредитного портфеля чаще всего используется метод коэффициентов. На основе этого метода можно выделить следующие направления: количественный анализ и качественный анализ.

Количественный анализ кредитного портфеля банка основан на финансовых коэффициентах. Те, которые характеризуют доходность и те, которые характеризуют качество кредитного портфеля. Коэффициент доходности отражает реальную доходность кредитного портфеля банка, который представляет собой доход, полученный на единицу активов, вложенных в кредиты, за анализируемый период [2].

Анализ качества кредитного портфеля представляет собой комплекс элементов, включающих: принципы, механизм и этапы. Для качественного управления кредитным портфелем нужно организовать эффективное предоставление кредитов заёмщикам. Нужно соблюдать следующее:

- оптимальный уровень кредитного риска;
- ликвидность, удовлетворяющую требованиям Центрального Банка;
- соответствие деятельности банка потребностям экономической политики государства.

Для эффективного формирования кредитного портфеля большое значение имеет формирование резервов по кредитам. Кредитная организация создает резервы на возможные потери по кредитам. Данные резервы способствуют росту его надежности и стабильности.

Одним из важных факторов, влияющих на эффективность кредитного портфеля, является разделение кредитов на целевые и нецелевые. Нечелевой кредит – это кредит, который клиент может потратить на любые цели, зачастую это краткосрочные кредиты на небольшую сумму и кредитные карты. При недостаточной платежеспособности клиента банк может предложить клиенту обеспечить условия возврата и уменьшить процентную ставку по займу на пару процентов. В этом случае банк может предложить поручительства и залог на разные виды имущества. Залог является одним из самых надежных способов обеспечения исполнения обязательств заемщика перед кредитором. Подобные гарантии возврата всё чаще используются банками, так как положительно влияют на уровень кредитоспособности клиента и управление качеством кредитного портфеля банка [2].

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что формирование структуры кредитного портфеля банка представляет собой многозадачный сложный процесс, который предполагает выявление критериев качества эффективного кредитного портфеля таких как доходность, рискованность, ликвидность. Этот процесс начинается с тщательной разработки политики кредитования организации, который преобразуется в документ, утверждённый и периодически пересматриваемый советом директором или правлением кредитной организации. Кредитный портфель – это характеристика структуры и качества выданных ссуд, классифицированных по определенным критериям. Анализ и оценка качества кредитного портфеля позволяют менеджерам банка управлять его ссудными операциями.

Библиографический список

1. Абрамович В.А. Анализ кредитного портфеля коммерческого банка: учебник. – М.: ДИС, 2016. – 253 с.
2. Иншаков О.В. Теория факторов производства в контексте экономики развития. – Волгоград, 2002. – 234 с.
3. Кваша В.А. Банковская система при переходе к цифровой экономике / В сборнике: Наука и общество: проблемы и перспективы развития. Материалы V Межрегиональной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников. – Ярославль: Московский финансово-юридический университет МФЮА, Ярославский филиал, 2018. С. 103–106.

Ценовая политика как ключевой фактор конкурентной борьбы

Сяский Д.Ю., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

Аннотация. В представленной статье авторами рассматривается ассортиментная политика розничной торговли, основанная на определении номенклатуры реализуемых товаров с учетом собственных финансовых возможностей, возможностей поставщиков и партнеров, потребностей рынка, степени риска, сезонности спроса, конъюнктуры, динамики цен и других факторов.

Ключевые слова: ассортимент; розничная торговля; товар; рынок; потребитель; цена.

Pricing policy as a key factor of competition

Syasky D.Yu., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

Yaroslavl higher military school of air defense

Abstract. In the presented article, the authors consider the assortment policy of retail trade based on the definition of the nomenclature of goods sold, taking into account their own financial capabilities, the capabilities of suppliers and partners, market needs, the degree of risk, seasonality of demand, market conditions, price dynamics and other factors.

Keywords: assortment; retail trade; goods; market; consumer; price.

Успех предприятия розничной торговли зависит не от одного, а от совокупности факторов. Основным фактором, влияющим на успешность работы магазина, является выстраивание оптимальной ассортиментной и ценовой политики. Ценовая политика наряду с ассортиментной является частью общей стратегии и отражает цели компании.

Ассортиментная политика розничной торговли заключается в определении номенклатуры реализуемых товаров с учетом собственных финансовых возможностей, возможностей поставщиков и партнеров, потребностей рынка, степени риска, сезонности спроса, конъюнктуры, динамики цен и других факторов. Товарный ассортимент организации

розничной торговли должен соответствовать ожиданиям и представлениям целевой аудитории. В рамках ассортиментной политики важно принять решение о широте, глубине, совместимости и качестве товарного ассортимента.

В процессе деятельности организации розничной торговли, формирование оптимальной структуры товарного ассортимента, при условии наиболее полного удовлетворения потребностей покупателей, должно обеспечивать максимальную рентабельность (прибыльность) и объем продаж. Следует заметить, что достижение максимально возможной рентабельности возможно за счет постоянного мониторинга экономических показателей и своевременного принятия решений по корректировке товарного ассортимента. Немаловажно постоянно отслеживать направления изменений ситуации на рынке, своевременно выявлять перспективные и падающие товарные группы, а также оперативно реагировать на эти изменения.

Чтобы обеспечить эффективность деятельности организации розничной торговли, ритейлер при формировании ценовой политики должен учитывать, что цена является одним из сильнейших мотивирующих факторов, причем даже для состоятельных покупателей. Доказано, что торговой точке, реализующей товары приемлемого качества по низким ценам, покупатели могут простить различные недостатки, к примеру, спокойно отнестись к аскетизму интерьера или отсутствию парковки. Но как только цена становится выше, возрастает роль эмоциональных способов влияния на покупателей. С ростом стоимости реализуемых товаров, увеличивается требовательность покупателя к уровню комфорта и качеству обслуживания. В магазинах, позиционирующихся как магазины для состоятельных покупателей, интерьер и обслуживание должны быть безукоризненными, поскольку за каждого покупателя здесь ведется настоящая борьба.

Стимулированием продаж называются кратковременные побудительные меры к немедленному совершению покупки, а также длительные программы, направленные на повторное совершение покупок. Основные цели стимулирования продаж включают [2, с. 117]: рост объемов продаж; увеличение числа повторных покупок; повышение лояльности; расширение возможности использования товара; повышение заинтересованности потребителей продуктом; увеличение осведомленности о продукте; снижение «веса» цены; дифференцирование потребителей; - улучшение восприятие бренда.

Методы стимулирования продаж в розничном предприятии можно разделить на ценовые, неценовые, основные и дополнительные [5, с. 164].

I. Ценовые методы стимулирования продаж включают в себя: прямое снижение цены, ценовая скидка; новая цена товара; скидка в определенные часы работы; скидка на вторую и последующие покупки (отсроченные скидки); скидки по случаю различных событий у клиента; скидки для определенного канала распространения информации; мелкооптовая продажа; простые дисконтные карты; накопительные дисконтные карты; бонусные программы; стимулирование и сезонность.

II. Неценовые методы стимулирования продаж могут включать: натуральное стимулирование (подарок товара; бонусы: для детей, полезные, доставляющие удовольствие; дегустация и раздача образцов); стимулирование игрой (конкурсы; розыгрыши; лотереи; ситуативный промоушн); стимулирование услугой; дополнительная гарантия; стимулирование торговых посредников и партнеров (организация совместных акций; проведение выставок и презентаций; партнерские программы); стимулирование «сарафанного радио».

III. Методы увеличения среднего чека.

IV. Дополнительные методы могут включать: увеличение порога на покупку; метод контраста; сдача товаром.

Итак, резюмируя вышесказанное необходимо отметить, что одним из ключевых факторов конкурентной борьбы является ценовая политика, отражающая уровень качества товара, имидж фирмы и целевой рынок. При этом оптимальные ценовые решения часто даются непросто, но именно они способствуют формированию лояльности клиентов и обеспечивают успех ритейлера на потребительском рынке.

Нельзя не согласиться с утверждением, что успех или неудача розничной торговой организации во многом определяется степенью приверженности к нему потребителей. Лояльность же покупателей зависит от субъективной оценки магазина, которая формируется в их сознании. Для привлечения внимания покупателей и интенсификации продаж ритейлеры используют целый арсенал средств, связанный с продвижением.

Коммуникации предприятий розничной торговли с покупателями осуществляются с помощью рекламы, стимулирования сбыта, создания определенной атмосферы магазина, мероприятий по связям с общественностью, личных продаж и слухов. Все эти элементы продвижения должны ритейлом использоваться согласовано, чтобы у покупателей сложился четкий позитивный имидж магазина. Продвижение может преследовать различные цели: позиционирование организации розничной торговли, увеличение притока покупателей и объемов продаж,

информирование о расположении и предложении магазина, объявления о проведении различных акций.

Наиболее эффективными способами продвижения для бизнеса являются на сегодня прямые продажи и реализация посредством Интернет-ресурсов [1, с. 127]. Это обусловлено тем, что покупателями выступают в основном занятые люди, у которых, как правило, мало времени на поиск и анализ информации о поставщиках, необходимой продукции. Поэтому, при возникновении потребности в конкретном товаре, услуге, такие люди все чаще прибегают к поиску нужных сведений в Интернет - сети.

При реализации любой собственной продукции через Интернет-ресурсы необходимо определить круг потенциальных потребителей. Это могут быть: - торгово-розничные организации для дальнейшей розничной перепродажи; - торгово-оптовые организации для оптовой перепродажи; - непосредственные покупатели, потребляющие такую продукцию.

Далее нужно провести маркетинговые исследования на предмет уровня спроса, предложения, насыщенности рынка, конкуренции в различных сегментах. В соответствии с полученными результатами исследований требуется разработать стратегию продвижения, сбыта продукции.

Социальные сети становятся немаловажной ступенью в продвижении бизнеса. Одним из методов привлечения нужной аудитории есть создание собственного сообщества на базе уже существующих социальных сетей. Выбор сетей зависит от целей, которые ставит перед собой фирма [3, с. 94].

И еще одной возможностью для представителей бизнеса продвинуть и прорекламировать свою компанию или услуги есть «вирусный» функционал социальных сетей. «Вирусный» означает, что каждое действие пользователей и их друзей отображается как краткая запись в профайле и ленте новостей. Благодаря этому возрастает дополнительная активность. Для продвижения страницы компании необходимо собрать актив пользователей (от 10 до 100), которые обозначаются как «поклонники» компании.

Одно из самых популярных мероприятий по стимулированию сбыта в розничной торговле – специальные распродажи, поддерживаемые рекламой. Основная цель специальных распродаж – стимулирование притока покупателей в магазин и сокращение товарных запасов. Реклама таких распродаж может появляться в печати и на радио, а иногда ограничиваться объявлениями на дверях магазина. Чаще всего, распродажи проводятся для того, чтобы избавиться от остатков товаров в конце сезона [4, с. 108].

Для того чтобы пробудить интерес покупателей к товару, в магазинах проводятся демонстрации и презентации. В супермаркетах, например, покупателям предлагают продегустировать тот или иной продукт.

Купоны наделяют покупателей правом на получение скидки на определенные товары, приобретаемые в этом же магазине. Это самое популярное средство стимулирования сбыта в супермаркетах. Торговцы распространяют купоны посредством прямой рассылки или размещения их в бесплатных газетах. Игры, конкурсы и лотереи – эти способы стимулирования сбыта отличаются от прочих методов стимулирования тем, что победителей определяет жребий, и награду могут получить лишь несколько покупателей.

Подводя итоги, необходимо отметить, что в современных условиях одним из основных принципов ведения бизнеса в розничной торговле и одним из главных условий достижения конкурентных преимуществ является ориентация на покупателя. Стоит особо подчеркнуть, что теперь, чтобы стимулировать покупателя регулярно совершать покупки в конкретной торговой точке, необходим целый ряд факторов, таких как, удобство расположения торговой точки, обширный ассортимент качественных товаров по конкурентоспособным ценам, комфортная атмосфера в торговом зале, привлекательная система стимулирования покупок, а также высокий уровень обслуживания.

Библиографический список

1. Бурыкин А.Д. Факторы, формирующие рыночную цену товара // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2017. № 4. С. 124-133.
2. Кваша В.А. Особенности управления инновационным развитием предприятия: монография / В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, С.Б. Тюрин. – Ярославль: Канцлер, 2018. - 213 с.
3. Коречков Ю.В. Проблемы управления инновационной деятельностью предприятия и пути их решения: монография / А.Ю. Мудревский, Н.М. Бурыкина, С.Б. Тюрин, Ю.В. Коречков. – Ярославль: Канцлер, 2017. - 364 с.
4. Тюрин С.Б. Инвестиционный проект и оценка его эффективности / С.Б. Тюрин, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 7. С. 101-110.
5. Юрченко А.В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия: монография / А.В. Юрченко, С.Б. Тюрин, В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, Р.В. Колесов. – Ярославль: Канцлер, 2018. - 242 с.

Особенности управления персоналом в образовательной организации

Тюрин С.Б., д-р экон. наук, профессор

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

Академия труда и социальных отношений, Ярославский филиал

Аннотация. В представленной статье авторами раскрываются сущность и содержание управления персоналом образовательной организации. В работе показана кадровая политика как генеральное направление работы с персоналом в образовательной организации, и факторы, влияющие на нее.

Ключевые слова: система управления, персонал, образовательная организация, кадровая политика.

Features of personnel management in an educational organization

Tyurin S.B., doctor of economics, professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

Academy of labor and social relations, Yaroslavl branch

Abstract. In the presented article, the authors reveal the essence and content of the personnel management of an educational organization. The paper shows the personnel policy as the general direction of work with personnel in an educational organization, and the factors influencing it.

Keywords: management system, personnel, educational organization, personnel policy.

В настоящий момент в отечественной управленческой литературе существует несколько подходов относительно деятельности, называемой «управление персоналом».

Следует отметить, что при определении данного термина здесь преобладает функциональный подход [2, с. 75]. Однако, несмотря на известные терминологические различия, сущность управления персоналом в целом определяется авторами достаточно сходно, и сходство это, прежде всего, в том, что преподаватели, работники образовательной организации рассматриваются преимущественно как ресурс, необходимый в деятельности организации, и эффективность управления персоналом,

таким образом, рассматривается через показатели эффективного использования соответствующих ресурсов.

По сути дела, традиционная формула расчета качества управления персоналом проста и мало изменилась со времен Ф. Тейлора: качество управления персоналом состоит в том, чтобы организация могло получать максимум отдачи при минимальной численности персонала и минимальных затратах на его содержание [1, с. 372].

Имеющиеся на сегодня концепции в отношении толкования понятия «стратегия управления персоналом» рассматривают в качестве субстанции стратегии кадры, персонал, человеческие ресурсы.

В связи с этим анализ используемых трактовок стратегии управления персоналом позволяет выделить три концептуальные схемы, отражающие различные точки зрения на них. Анализ концептуальных подходов представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Систематизация концептуальных подходов рассмотрения понятия «стратегия управления персоналом»

Характеристики	Концептуальные схемы		
	1-я схема - кадровая стратегия	2-я схема - стратегия управления персоналом	3-я схема – стратегия управления человеческими ресурсами
Признак классификации - субстанция	Кадры	Персонал	Человеческие ресурсы
Объект	Персонал, личный потенциал	Персонал, трудовой потенциал	Занятость, компетенции
Предмет	Направления организационных действий, приоритетные направления действий, планы, курсы действий, правила		
Ориентир (критерий)	Достижение целей, сохранение и развитие личного потенциала персонала предприятия	Выживание, развитие в долгосрочной перспективе, реализация стратегии развития организации, достижение целей	Развитие компетенций, достижение целей
Представители	В.М. Колпаков, Г.А. Дмитриенко.	В.И. Маслов, С.И. Самыгин.	Л.В. Каргашова, С.В. Шекшня.

Система управления персоналом - совокупность подсистем, отражающих отдельные стороны работы с персоналом и предназначенных для выработки и осуществления эффективного воздействия на него.

Система управления персоналом предполагает формирование целей, функций, организационной структуры управления персоналом, вертикальных и горизонтальных функциональных взаимосвязей руководителей и специалистов в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений.

Система управления персоналом включает следующие основные элементы группу специалистов аппарата управления; комплекс технических средств системы управления; информационную базу для управления персоналом; комплекс методов и методик организации труда и управления персоналом; правовую базу; совокупность программ управления информационными процессами решения задач управления персоналом и др. [3, с. 56].

В зависимости от того, какое место отводится системе управления персоналом в деятельности организации, зависит философия ее включения во внутрифирменные процессы. Если она рассматривается как второстепенная подсистема, то ей предписывается роль обслуживания других организационных подсистем с точки зрения своевременного обеспечения процессов необходимым персоналом в нужное время и в необходимом количестве.

Развитие управления персоналом в практике некоторых Вузов Ярославля достигло более значимых результатов. Об этом можно судить по основным показателям их деятельности и активному использованию в практике работы положений таких научных теорий, как «управление человеческим капиталом», «управление знаниями», которые можно считать «надстройкой» к классическому системному управлению персоналом. В современных условиях многие российские Вузы смогут перейти к реализации более сложных и современных концепций управления персоналом в своей деятельности только при условии формирования устойчивого базиса, которым и является система управления персоналом. Ее осмысленное создание и развитие позволит учесть объективные тенденции в деятельности по управлению работниками организации, оказывать на них воздействие в современных условиях развивающегося общества.

Системное управление персоналом определяется состояниями развития и реорганизации системы.

Непосредственным образом с организацией управления персоналом связана кадровая политика. Кадровая политика формируется руководством компании и реализуется кадровой службой в процессе выполнения ее сотрудниками своих функций.

В целом, кадровая политика - это генеральное направление работы с персоналом в организации. Она представляет собой систему сформулированных принципов, правил и норм, отражающих практику взаимоотношений персонала и компании, обеспечивающих реализацию стратегии компании и направленных на достижение целей, стоящих перед компанией. Таким образом, кадровая политика является частью общей стратегии вуза. Без этой связи кадровая политика теряет всякий смысл [4, с. 73].

Термин «кадровая политика» имеет широкое и узкое толкование.

В первом значении, это система правил и норм, приводящих человеческий ресурс в соответствие со стратегией фирмы (отсюда следует, что все мероприятия по работе с кадрами - отбор, составление штатного расписания, аттестация, обучение, продвижение - заранее планируются и согласовываются с общим пониманием целей и задач организации).

В более узком толковании: набор конкретных правил, пожеланий и ограничений (зачастую неосознанных) во взаимоотношениях людей и организации: в этом смысле, например, слова «кадровая политика нашей фирмы состоит в том, чтобы брать на работу людей только с высшим образованием», могут использоваться в качестве аргумента при решении конкретного кадрового вопроса.

Итак, кадровая политика организации есть система взглядов, требований, норм, принципов, ограничений, определяющих основные направления, формы и методы работы с персоналом. Ее целями являются сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, создание высокопроизводительного коллектива, обеспечение благоприятных экономических, социальных и психологических условий его деятельности [5, с. 95].

Объектами данной политики являются планирование персонала; поддержание занятости (в том числе молодежи); организация обучения; стиль, методы руководства; стимулирование; решение социальных проблем; обмен информацией и прочее.

В целом, основными функциями кадровой политики можно назвать следующие: достижение и поддержание оптимального по количеству и качеству персонала организации; создание и развитие системы повышения квалификации работников; построение системы мотивации и стимулирования персонала; формирование высокого уровня деловой этики и отношений; формирование корпоративной культуры организации.

На формирование кадровой политики, ее содержание и положения влияют следующие факторы:

1. Факторы внешней среды, которые включают в себя нормативно-правовые ограничения, ситуацию на рынке труда, состав рабочей силы.

2. Факторы внутренней среды, которые состоят из целей предприятия, структуры организации и управления, условий труда, стиля руководства.

Таким образом, рассматривая сущность и содержание управления персоналом в образовательной организации авторы пришли к выводу, что в литературе отечественных специалистов не существует терминологического единства относительно деятельности, называемой «управление персоналом». Авторы считают, что в основе работы с персоналом в образовательной организации лежит кадровая политика как генеральное направление управления персоналом, и факторы, влияющие на нее.

Библиографический список

1. Бурькина Н.М. Реализация права на труд в образовательной организации // В сборнике: Экономика и управление: теория и практика. – Ярославль: Канцлер, 2018. - С. 370-375.

2. Кваша В.А. Основы теории менеджмента: учебное пособие / В.А. Кваша, Е.В. Горгола, А.В. Золотарева. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский гос. ун-т им. К.Д. Ушинского», 2021. - 125 с.

3. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55-64.

4. Котряхова Е.А. Процесс формирования системы ключевых показателей эффективности организации / Е.А. Котряхова, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 12. С. 69-77.

5. Юрченко А.В. Роль реструктуризации в процессе реализации инновационной стратегии развития фирмы / А.В. Юрченко, А.Д. Бурькин // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2015. № 3. С. 93-104.

УДК 339.37

Мерчандайзинг и его роль в деятельности организации

Широких А.Р., магистр

Ярославский государственный технический университет

Бурькин А.Д., д-р экон. наук, профессор

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В представленной статье авторами рассматривается один из традиционных инструментов маркетинга которым является мерчандайзинг. В работе даны понятие мерчандайзинга, сформулированы основные подходы к организации мерчандайзинга для розничной торговли, представлены основные цели и задачи мерчандайзинга.

Ключевые слова: маркетинг, мерчандайзинг, потребитель, розничная торговля, товар.

Merchandising and its role in the organization's activities

*Shirokikh A.R., master's degree,
Yaroslavl state technical university*

*Burykin A.D., doctor of economics, professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the presented article, the authors consider one of the traditional marketing tools, which is merchandising. The concept of merchandising is given in the paper, the main approaches to the organization of merchandising for retail are formulated, the main goals and objectives of merchandising are presented.

Keywords: marketing, merchandising, consumer, retail, goods.

Одним из традиционных инструментов маркетинга является мерчандайзинг. Мерчандайзинг – новое направление деятельности для России. Мерчандайзинг возник в 1930-е гг. в рамках розничных сетей и представлял собой новые методы организации работы магазина с учетом особенностей поведения покупателей. Деятельность в области мерчандайзинга, проводившаяся с тех пор с разными товарами и в разных типах магазинов, показала, что знание и учет психологии поведения покупателя и механизма совершения им выбора товара и покупки позволяет добиться удивительного роста продаж.

В конкурентной борьбе побеждают компании, которые поддерживают эффективную связь с потребителями и способны удовлетворить их запросы в отношении экономичности и удобства приобретения товара. Стремление к удобству и сокращению времени на приобретение товара является одной из главных тенденций в поведении потребителей в XXI веке [2, с. 93].

Считается, что мерчандайзинг создан для максимального удобства потребителей в местах продаж. Однако для руководителей крупных компаний мерчандайзинг значит гораздо больше, и недооценивать его

нельзя. Применяя данный рычаг управления, можно наиболее выигрышно и выгодно показать товар, существенно повлиять на выбор покупателя и побудить его приобрести больше продукции, нежели им самим планировалось, а главное – сохранить свои позиции на рынке.

При этом, можно выделить основные требования для применения мерчандайзинга в деятельности организации [5, с. 171]:

- организация должна всегда иметь в наличии полный ассортимент товара;

- необходимо специальное оформление: организация торговых залов, включая специальные холодильные установки, стеллажи, витрины с подогревом и т. д.;

- расстановка оборудования по залу, звуковая атмосфера торгового зала, окраска стен, освещение;

- внутри торгового зала должны быть созданы небольшие торговые точки, как правило, с более дорогими и качественными товарами;

- выкладка товаров должна осуществляться таким образом, чтобы заставить потребителя как можно дольше ходить по торговым залам, практически не прибегая к помощи продавцов.

Исходя из вышеперечисленного, можно отметить, что мерчандайзинг понятие обобщенное, эта технология включает в себя не только хорошие коммуникации, отличную работу персонала, а главное – это достижение такой необходимой гармонии посетителя и места продаж, чтобы посетитель чувствовал себя легко, комфортно, свободно и удобно. Побуждая покупателя к покупке, мерчандайзинг одинаково значимо работает и в направлении маркетинга, и в направлении сбыта.

Можно сформулировать основные подходы к организации мерчандайзинга для розничной торговли [1, с. 125]: ассортиментный подход; количественный подход; управленческий подход; демонстрационный подход; коммуникационный подход.

На сегодняшний день выделяют три вида покупок [3, с. 181]:

1. Четко запланированные покупки – эти покупки, которые планируются заранее. К ним готовятся, определяя параметры, качества товара, который хотят приобрести. Предварительно посещают магазины, сравнивают цены.

2. Незапланированные или импульсные покупки – это покупки, которым не предшествовал долгий период размышлений о ее целесообразности. Импульсные покупки совершаются неожиданно непосредственно на месте продажи, но необходимо помнить, что такие приобретения не беспричинны. Спонтанные покупки могут быть различных ценовых категорий, но товары ежедневного спроса лидируют

по количеству продаж импульсного характера. Спонтанное желание купить тот или иной товар приходит тогда, когда в магазине проводятся какие-нибудь акции или выставки, где предлагают пониженные цены или бесплатно попробовать продукт.

Импульсные покупки совершаются гораздо чаще, если товар будет располагаться на уровне глаз. Чтобы стимулировать продажи, в собственных магазинах применяют перестановку товара с полки на полку, и те наименования, которые продавались хуже, в результате продаются гораздо лучше. На нижних стеллажах часто располагается товар для детей, чтобы ребенок мог его хорошо видеть и взять в руки.

На совершение импульсных покупок большое влияние оказывает цвет товара. Большим спросом пользуется товар таких цветов как красный, оранжевый и желтый. Более спокойные и холодные тона чаще встречаются в магазинах для дома, зеленый и коричневый цвет повышает продажи алкогольных напитков. Следует отметить, что максимальное количество импульсных покупок совершается на кассовой зоне, так как у потребителя совсем не остается времени на выбор товара. На долю спонтанных покупок приходится 65% продаж.

3. Частично спланированные покупки – это покупки, которые совершаются, когда покупатель имеет возможность приобрести данный товар, но нет необходимости, чтобы купить его здесь и сейчас в этом магазине. Особенность данного типа покупок заключается в том, что потребитель приобретает товар чаще всего про запас и по выгодной цене. Можно сказать, что на потребителя оказывал влияние ряд различных факторов.

На процесс принятия решения потребителем о приобретении какого-либо продукта влияют четыре основных фактора [4, с. 109]:

1. Социальные факторы. К ним относятся люди, окружающие человека, к которым он будет обращаться за советом при возникновении каких-либо сомнений. Это могут быть родственники, друзья, коллеги.

2. Личностные факторы. В данную группу факторов относят: пол, возраст, образ жизни, род занятий, национальность, образование, жизненный цикл семьи. Необходимо знать, что как меняются данные факторы со временем в жизни человека, так и меняются его убеждения и интересы.

3. Культурные факторы формируются в зависимости от среды, в которой воспитывался человек. С жизненным опытом у человека формируются убеждения, манеры, ценности и нормы, которые оказывают влияние на его поведение.

4. Психологические факторы состоят из таких понятий, как мотивы, восприятие, усвоение и отношение человека к той или иной ситуации. Именно эти факторы возбуждают в человеке потребности в каком-либо товаре и необходимость удовлетворить их. Приходя в любую организацию розничной торговли, потребитель получает наибольшее количество информации об окружающей среде с помощью зрительных органов – глаз. Товар изначально воспринимается визуально и только после этого его, возможно, захочется потрогать.

Таким образом, можно сделать вывод, что мерчандайзинг сегодня выходит на первое место среди неявных факторов, определяющих конкурентные преимущества предприятия розничной торговли, также он завоевывает все большую популярность как комплекс мероприятий, позволяющих стимулировать спрос на месте продажи и обуславливающих экономическую эффективность деятельности торговой точки.

Библиографический список

1. Бурыкин А.Д. Факторы, формирующие рыночную цену товара // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2017. № 4. С. 124-133.

2. Кваша В.А. Особенности управления инновационным развитием предприятия: монография / В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, С.Б. Тюрин. – Ярославль: Канцлер, 2018. - 213 с.

3. Коречков Ю.В. Проблемы управления инновационной деятельностью предприятия и пути их решения: монография / А.Ю. Мудревский, Н.М. Бурыкина, С.Б. Тюрин, Ю.В. Коречков. – Ярославль: Канцлер, 2017. - 364 с.

4. Тюрин С.Б. Инвестиционный проект и оценка его эффективности / С.Б. Тюрин, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 7. С. 101-110.

5. Юрченко А.В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия: монография / А.В. Юрченко, С.Б. Тюрин, В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, Р.В. Колесов. – Ярославль: Канцлер, 2018. - 242 с.

Принципы оценки эффективности инвестиционного проекта

Юрлов В.А., канд. экон. наук, доцент

Бурькин А. Д., д-р экон. наук, профессор

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

Аннотация. В представленной статье авторы рассматривают необходимость оценки эффективности инвестиционных проектов и предлагают при использовании математических методов оценки придерживаться разработанных ими принципов.

Ключевые слова: инвестирование, инвестор, инвестиции, инвестиционный проект, принципы инвестирования.

Principles of evaluating the effectiveness of an investment project

Yurlov V.A., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

Yaroslavl higher military school of air defense

Abstract. In the presented article, the authors consider the need to evaluate the effectiveness of investment projects and suggest using mathematical evaluation methods to adhere to the principles they have developed.

Keywords: investing, investor, investment, investment project, investment principles.

Оценка эффективности инвестиционных проектов - определенный раздел экономической науки. Это, однако, не означает, что заниматься такой работой должны только профессиональные экономисты. Более того, знание основ данной теории позволит любому участнику разработки и реализации инвестиционных проектов (проектировщику, строителю, руководителю коммерческой фирмы, представителю органов власти) уяснить для себя, в чем состоит эффективность конкретного проекта и как она зависит от принимаемых на том или ином уровне решений.

Результаты такой оценки могут использоваться по-разному:

- направляться в государственные органы в составе утверждаемой проектной документации с целью последующего получения тех или иных разрешений или государственной поддержки. В этом случае интерес

представляет оценка «выгодности» данного проекта и для государства или региона;

- предоставляться различным экономическим субъектам (партнерам по кооперации, потенциальным инвесторам, банкам и т.п.) с целью привлечения их к участию в реализации проекта. В этом случае интерес представляет оценка «выгодности» данного проекта для соответствующего экономического субъекта;

- учитываться при принятии решений об участии в предлагаемых проектах или о выборе тех или иных параметров проекта (проектной мощности предприятия, строительно - планировочного решения и др.).

В последнее время расширяется практика разработки документов (назовем их обоснованиями проекта), адресованных не только государству, но и потенциальным участникам проекта. Они преследуют цели заинтересовать потенциального участника проекта, показать, что участие в проекте будет ему выгодно и не сопряжено с чрезмерным риском [4, с. 52].

Важную роль в разработке обоснований проектов играют и расчеты эффективности — они позволяют оценить указанную выгоду количественно, представить ее в рублях дохода.

Оценка эффективности проекта по существу сводится к построению и исследованию некоторой экономико-математической модели процесса реализации проекта. Необходимость моделирования связана не с формулами и не с желаниями разработчиков методических документов. Причина гораздо глубже — при оценке проекта сложный и многоплановый процесс реализации проекта приходится упрощать, отбрасывая малозначачие факторы и акцентируя внимание на наиболее существенных [5, с. 125]. В результате объектом рассмотрения становится не сам проект, а связанные с ним материальные и денежные потоки, и проблема сводится к тому, чтобы «перевести» проектную документацию на язык денежных потоков, а интересы участников проекта отразить в расчетных формулах, позволяющих оценивать денежные потоки с точки зрения этих интересов.

В этой связи стоит отметить, что современная экономическая наука широко использует математические методы. В настоящее время в экономических исследованиях широко используются положения теории экстремальных задач, теории игр, функционального анализа, теории случайных процессов, теории полезности, современных математико-статистических методов и иных математических дисциплин.

Несмотря на существенные различия между типами проектов и многообразие условий их реализации, оценки эффективности проектов и их экспертиза должны производиться в определенном смысле

единообразно, на основе единых обоснованных принципов. Их можно разделить на три группы [1, с. 75]:

1) методологические, наиболее общие, обеспечивающие при их применении рациональное поведение экономических субъектов независимо от характера и целей проекта;

2) методические, обеспечивающие экономическую обоснованность оценок эффективности проектов и решений, принимаемых на их основе;

3) операциональные, соблюдение которых облегчит и упростит процедуру оценок эффективности проектов и обеспечит необходимую точность оценок.

Наряду с ними существуют еще и «частные» принципы, а точнее - правила, в соответствии с которыми осуществляются отдельные этапы оценки или учитываются отдельные специфические для конкретного проекта обстоятельства. Такие правила, иногда основанные на практическом опыте, иногда конкретизирующие общие принципы применительно к определенной ситуации, в случае необходимости излагаются при описании соответствующих этапов расчета.

Рассмотрим вышеприведенные принципы подробнее.

1. Методологические принципы [2, с. 74]:

- измеримость. Эффективность проекта характеризуется показателями, выраженными в количественной шкале, т. е. числами. Это означает, что и все основные характеристики проекта, определяющие его эффективность, также должны измеряться количественно;

- сравнимость. Любые два проекта А и Б сравнимы, т. е. всегда имеет место один, и только один, из следующих трех случаев: проект А эффективнее (лучше, предпочтительнее) Б, или, что-то же самое, проект Б менее эффективен, чем А; проект Б эффективнее А (проект А менее эффективен, чем Б); оба проекта равно эффективны (одинаково предпочтительны);

- выгодность. Проект считается эффективным, если реализация этого проекта выгодна его участникам. Это означает, что затраты, связанные с реализацией проекта, оцениваются не выше, чем получаемые результаты;

- согласованность интересов участников. В общем случае реализация проекта требует скоординированных действий разных участников, причем их цели и интересы не совпадают, а проект они могут оценивать с разных точек зрения, используя разные методы и несопадающие показатели эффективности. Тем самым реализация проекта будет возможна, только если проект окажется выгодным для каждого участника.

2. Методические принципы [3, с. 108]:

- сравнение ситуаций «с проектом» и «без проекта». Оценка эффективности проекта производится путем сопоставления последствий его реализации с последствиями отказа от него. Другими словами, оценка проекта производится путем сравнения ситуаций «с проектом» и «без проекта». Такое сравнение может осуществляться двумя путями:

а) затраты и результаты при реализации проекта сопоставляются с затратами и результатами, которые могли бы возникнуть, если бы проект не был реализован;

б) оценка эффективности производится на основе сопоставления изменений (прироста) затрат и результатов, обусловленных реализацией проекта (то есть на основе приростных показателей затрат и результатов);

- уникальность. При оценке к любому проекту следует подходить как к уникальному, в максимальной степени учитывая его специфику и отличия от других проектов;

- структура капитала. Как правило, используемый в проекте капитал не бывает однородным: обычно часть его - собственный (акционерный), а часть - заемный. Между тем эти виды капитала существенно отличаются по ряду характеристик, прежде всего по степени риска. Поэтому структура капитала является важным фактором, влияющим на норму дисконта и, следовательно, на оценку проекта.

3. Операциональные принципы:

- моделирование. Оценка эффективности проекта производится путем моделирования процесса его реализации с учетом зависимостей между взаимосвязанными параметрами проекта и внешней среды. В конечном счете такое моделирование сводится к преобразованию распределенных во времени затрат и результатов в денежные потоки, то есть потоки денежных поступлений и расходов, выраженных в единых стоимостных измерителях, и к расчету показателей эффективности проекта на основе этих потоков;

- информационная и методическая согласованность. При сравнении различных проектов (вариантов проекта) необходимо обеспечить согласованность исходной информации и методов оценки их эффективности.

Таким образом, при обосновании необходимости разработки проекта и его государственной поддержки целесообразно оценивать его эффективность в целом, базируясь на идеях ресурсного подхода и учитывая стоимостную оценку «внеэкономических» эффектов (экономии свободного времени населения, объем вредных выбросов и т. д.). А на более поздних стадиях — оценивать эффективность участия в проекте, базируясь в основном на денежном подходе.

Библиографический список

1. Булочкин А.А. Разработка программы управления предприятием в кризисной ситуации / А.А. Булочкин, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 2. № 3. С. 74-83.

2. Котряхова Е.А. Процесс формирования системы ключевых показателей эффективности организации / Е.А. Котряхова, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 12. С. 69-77.

3. Тюрин С.Б. Инвестиционный проект и оценка его эффективности / С.Б. Тюрин, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 7. С. 101-110.

4. Тюрин С.Б. Методологические подходы к оценке инвестиционных проектов / С.Б. Тюрин, А.Д. Бурыкин // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2017. № 1 (34). С. 49-57.

5. Юрченко А.В. Роль инновационного проекта в развитии экономики предприятия / А.В. Юрченко, А.Д. Бурыкин // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2015. № 4. С. 124-138.

УДК 005.54

Пути повышения эффективности системы управления персоналом

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В представленной статье авторами рассматривается система целей процесса управления персоналом, позволяющая реализовать социальные потребности с точки зрения персонала и с точки зрения администрации предприятия.

Ключевые слова: система управления, управление персоналом, функции управления, цели управления.

Ways to improve the efficiency of the personnel management system

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. In the presented article, the authors consider the system of goals

of the personnel management process, which allows to realize social needs from the point of view of personnel and from the point of view of the enterprise administration.

Keywords: management system, personnel management, management functions, management goals.

В экономической литературе система управления персоналом рассматривается двояко. С одной стороны, она должна отвечать на вопрос: каковы конкретные потребности работников, удовлетворения которых они вправе требовать у администрации. С другой стороны, эта же система целей должна отвечать на вопрос: какие цели по использованию персонала ставит перед собой администрация и какие условия она стремится для этого создать.

С точки зрения работника предприятия, блок социальных целей можно представить в виде схемы (рис. 1).



Рисунок 1. Система целей, позволяющая реализовать социальные потребности с точки зрения персонала организации [1, с. 132]

С точки зрения администрации предприятия тот же блок целей включает в себя следующие целевые задачи (рис. 2).

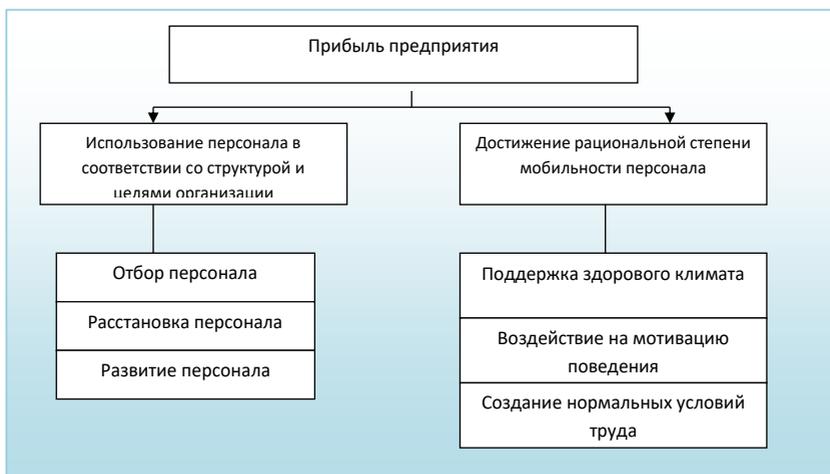


Рисунок 2. Система целей администрации предприятия по использованию персонала [4, с. 73]

При рассмотрении обеих ветвей блока социальных целей (персонала и администрации) можно заметить, что эти цели непротиворечивы. Это, в свою очередь, создает объективную основу эффективных взаимоотношений данных субъектов для достижения общих целей.

Исходя из вышеперечисленных целей, можно сделать вывод, что общей и главной целью управления персоналом и специально создаваемой для этого службы управления персоналом предприятия является обеспечение соответствия качественных и количественных характеристик персонала целям организации.

Основные функции системы управления персоналом организации показаны в таблице 1.

Разные авторы по-разному оценивают градацию данных функций. Так, например, А.В. Золотарева считает, что оценка результатов труда - одна из важнейших функций по управлению персоналом, направленная на определение уровня эффективности выполнения работы [2, с. 65]. Оценка результатов труда является составной частью деловой оценки персонала наряду с оценкой его профессионального поведения и личностных качеств и состоит в определении соответствия результатов труда работника поставленным целям, запланированным показателям, нормативным требованиям.

Таблица 1. - Функции системы управления персоналом организации [3, с. 58].

Название функции	Характеристика
Функция планирования персонала	Заключается в разработке кадровой политики и стратегии управления персоналом; анализе кадрового потенциала организации и рынка труда; организации кадрового планирования и прогнозирования потребности в персонале; поддержании взаимосвязей с внешними источниками, обеспечивающими организацию кадрами
Функция управления наймом и учетом персонала	заключается в организации набора кандидатов на вакантную должность; организацию отбора (собеседования и оценки) и приема персонала; учете приема, перемещений, увольнений персонала; управлении занятостью, документационном обеспечении системы управления персоналом
Функция оценки, обучения и развития персонала	заключается в осуществлении обучения, переподготовки и в повышении квалификации персонала; введении в должность и адаптации новых работников; организации и проведении мероприятий по оценке персонала; управлении развитием карьеры
Функция управления мотивацией персонала	заключается в нормировании трудового процесса и тарификации оплаты труда; разработке систем материального и нематериального стимулирования, а также в применении методов морального поощрения персонала
Функция управления социальным развитием	заключается в организации питания в течение рабочего дня; обеспечении охраны здоровья и отдыха для сотрудников и их семей; организации развития физической культуры; организации социального страхования
Функция правового обеспечения управления персоналом	связана с решением правовых аспектов трудовых отношений, а также с согласованием распорядительных и иных документов по управлению персоналом
Функция информационного обеспечения управления персоналом	заключается в ведении учета и статистики персонала; информационном и техническом обеспечении системы управления персоналом; обеспечении персонала необходимой для работы научно-технической информацией
Функция обеспечения нормальных условий труда	включает в себя обеспечение и контроль соблюдения требований психофизиологии и эргономики труда, охраны труда и окружающей среды и т.д
Функция линейного руководства	заключается в том, что управление персоналом организации осуществляется в том числе и на уровне управления организации в целом. Данную функцию осуществляет не только служба управления персоналом, но и руководители всех уровней

Таким образом, цели управления персоналом двойки, с одной стороны они должны соответствовать потребностям сотрудника, с другой стороны - потребностям администрации. Представленные в работе функции

свидетельствуют о многогранности системы управления персоналом и достаточно сложно выделить среди них определяющую или менее важную.

Библиографический список

1. Воеводина Е.И. Организация оплаты труда на малых предприятиях / Е.И. Воеводина, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 1. № 10. С. 130-137.

2. Кваша В.А. Основы теории менеджмента: учебное пособие / В.А. Кваша, Е.В. Горгола, А.В. Золотарева. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский гос. пед. ун-т им. К.Д. Ушинского», 2021. - 125 с.

3. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55-64.

4. Котряхова Е.А. Процесс формирования системы ключевых показателей эффективности организации / Е.А. Котряхова, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 12. С. 69-77.

УДК 330.322

Мультипортфельный подход к инвестированию

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты инвестиционной деятельности на основе мультипортфельного подхода, приведены критерии разделения инвестиций. А также приведены варианты реализации мультипортфельного подхода инвестирования.

Ключевые слова: инвестиции, риск, портфель, разделение, преимущества, управление, варианты, реализация.

Multiportfolio approach to investing

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article considers some aspects of investment activity on the basis of a multi-portfolio approach, provides criteria for the division of investments. It also provides options for implementing a multi-portfolio investment approach.

Keywords: investment, risk, portfolio, separation, benefits, management, options, implementation.

Дальнейшее развитие событий в российской экономике характеризуется существенной неопределенностью. Она связана как с внутренней подстройкой экономики к новым условиям, так и с внешними событиями. Одним из препятствий для восстановления экономической активности является существенно возросшая неопределенность, связанная как с внешнеэкономическими событиями, так и с внутренними процессами трансформации экономики. В такой ситуации важно, как минимум создавать предсказуемую внутреннюю среду в виде четких, устойчивых ориентиров и понятных правил, соблюдение которых гарантировано. Это даст возможность бизнесу и населению лучше планировать свою деятельность, в том числе и инвестиционную.

Инвесторы с большей готовностью предоставляют финансовые ресурсы в экономике с предсказуемой макроэкономической средой, неотъемлемый элемент которой – ценовая стабильность. Так как низкая и стабильная инфляция защищает доходы и сбережения граждан от значимого и непредсказуемого обесценения.

Попытки повысить потенциал экономики за счет установления слишком низкой ключевой ставки, не соответствующей макроэкономической ситуации, могут привести к долгосрочным негативным последствиям для ценовой стабильности и экономики в целом. В краткосрочном периоде импульс от такого необоснованного снижения ставки спровоцирует ускоренный рост кредитования и увеличение внутреннего спроса. В отсутствие возможностей для быстрого наращивания предложения для удовлетворения возросшего спроса производители будут увеличивать цены, инфляция ускорится. За ростом инфляции последует рост процентных ставок, что станет препятствием для инвестиций и трансформации экономики.

Поэтому лица и компании, обладающие более или менее крупным капиталом, постоянно вынуждены плясать между двух огней. В периоды низких процентных ставок они ищут способы защиты капитала от инфляции. Но в тот момент, когда ставки по депозитам высоки, они вполне резонно полагают, что лучше держать деньги на банковском депозите,

нежели нести повышенные риски, связанные с инвестированием или ведением бизнеса [2, с. 126].

С учетом существующих рисков рационально осуществлять инвестиционную деятельность на основе мультипортфельного подхода. Работа с несколькими портфелями позволяет инвестору распределять свой капитал и эффективно управлять им. Такой подход оправдан, когда возникает необходимость разделить инвестиции по одному или целой группе признаков. Чаще всего инвестиции разделяют по двум основным критериям [1]:

1. По целям. Размещение всех активов для реализации разных целей в одном инвестпортфеле создает массу проблем. Во-первых, становится труднее вести учет текущего состояния каждого из направлений и контролировать исполнение правил отдельных стратегий. Во-вторых, значительно усложняется ребалансировка или реструктуризации корзины активов, собранной для реализации конкретной стратегии. Отдельный портфель для каждой цели гарантирует более качественное сопровождение, контроль над движением цен и своевременное принятие инвестиционных решений.

2. По стратегиям. Многие участники торгов не ограничивают свою деятельность на бирже только одним вариантом вложений. Инвестор может вести инвестиционный портфель и параллельно совершать спекулятивные сделки для увеличения прибыли. В этом случае также рекомендуется иметь под каждую стратегию отдельный портфель. Конечно, спекулятивные инструменты можно держать в одном портфеле с инвестиционными. Единственное, о чем следует помнить — допустимый уровень рисков. Именно с этой точки зрения портфели выгодней разделить: выделить для проведения спекулятивных операций сумму, полная потеря которой не окажет критического влияния на достижение инвестиционных целей, и не использовать основную часть инвесткапитала для сделок с повышенным уровнем риска.

Разделить портфели можно и по другим параметрам. Например, по валютам. Некоторые инвесторы предпочитают иметь разные портфели для инвестирования в рублях, долларах, евро и юанях. Такой подход позволяет уменьшить количество конверсионных операций и общую сумму комиссий. Еще один вариант — разделение по видам активов, когда инвесторы хранят акции, облигации, ETF и инструменты товарного рынка в разных портфелях. Часто инвесторы делят портфели также по странам и секторам.

У инвесторов есть несколько вариантов реализации мультипортфельного подхода. А именно [1]:

1. Открывать счета у одного брокера. Если инвестора устраивает его основной брокер, в частности, его тарифы, доступные инструменты и площадки — этот вариант выглядит наиболее логичным, тем более что российское законодательство не ограничивает ни общее число открытых одним частным лицом брокерских счетов, ни их количество у одного брокера. Стоит помнить, что ограничение действует на количество индивидуальных инвестиционных счетов: у каждого инвестора он может быть только один.

2. Открывать счета у разных брокеров. Такой вариант оправдан, когда стратегии инвестирования предполагают размещение средств на различных площадках. Например, можно разместить портфель, ориентированный на ценные бумаги российских эмитентов, у брокера с оптимальными условиями работы на Московской бирже, а корзину иностранных акций купить у брокера с выгодными тарифами на СПБ Бирже или с прямым доступом на иностранные биржи. Не обойтись без разделения и в том случае, когда вы собираетесь включить в портфель активы с площадок, к которым предоставляют доступ не все брокерские компании.

3. Открывать субсчета на брокерском счете. Некоторые брокеры позволяют открыть на брокерском счете дополнительные счета (субсчета), предназначенные специально для реализации различных инвестиционных стратегий. У такого подхода есть целый ряд достоинств.

Условия обслуживания всех субсчетов соответствуют установленным на основном брокерском счете. Фактически инвестор, выбрав брокера из соображений наиболее выгодной и удобной работы (например, по размерам комиссий и торговой платформе) пользуется ими для каждого из сформированных на субсчетах портфелей. Все операции пополнения и вывода средств осуществляются через один и тот же счет в банке, нет проблем и с налогообложением: брокер выполнит все необходимые удержания по одному брокерскому счету. Если нужно перевести средства из одного портфеля в другой (с одного субсчета на другой) операции выполняются максимально быстро и без дополнительных комиссий.

Мультипортфельный подход инвестирования (разделения портфелей) обладает рядом преимуществ. Одно из них — удобство работы в торговой платформе. Так, для моделирования поведения Индекса МосБиржи инвестору придется купить около 40 акций, а в случае с американским индексом S&P 500 — уже не менее 50 только топовых бумаг. В результате в одном портфеле на экране терминала придется отслеживать динамику не менее почти сотни активов. Но если сформировать два портфеля, работа и в десктопном, и в мобильном приложении станет намного удобнее.

Еще одно преимущество нескольких портфелей — налогообложение. Многие инвесторы держат отдельные портфели как на обычном брокерском счете, так и на индивидуальном инвестиционном счете. В этом случае по второму портфелю можно получать налоговый вычет. Но можно пойти и еще дальше – сформировать отдельный портфель для инвестирования с горизонтом свыше трех лет и получать дополнительные налоговые льготы за долгосрочное владение. В этом случае благодаря так называемой трехлетней льготе можно не платить налог с продажи бумаг, если вы держали их свыше трех лет.

При этом большинство людей хотело бы, чтобы их средства приносили доход, но лишь небольшой процент решает инвестировать их, опасаясь каких-либо сложностей и ограничений. Поэтому выбор инвестиционного актива практически полностью зависит от того, какую цель преследует инвестор. Если он вкладывает последние деньги для того, чтобы обезопасить их от инфляции – необходимо выбирать низкодоходные активы с минимальным уровнем риска. В свою очередь, чем выше желаемый уровень дохода для инвестора, тем более рискованные активы он должен использовать [2, с. 129].

В этих условиях основной целью денежно-кредитной политики Банка России является ценовая стабильность, а основным инструментом ее достижения – управление ключевой ставкой. Изменения ключевой ставки транслируются в динамику ставок по кредитам и депозитам, котировок ценных бумаг и курса рубля. В свою очередь, ценовые параметры, складывающиеся в различных сегментах финансового рынка, влияют на сбережения, потребление, инвестиции, объемы и структуру внешней торговли. В результате изменяются агрегатный спрос в экономике и уровень цен.

Библиографический список

1. Как и зачем создавать несколько инвестиционных портфелей [Электронный ресурс]. URL: <https://www.finam.ru/publications/item/kak-i-zachem-sozdavat-neskolko-investitsionnykh-portfeley-2022-09-15-12-46/>.
2. Кваша В.А., Юрченко А.В. Альтернативы банковским вкладам при снижении ставок по депозитам / В сборнике: Сборник научных статей научно-педагогических работников и магистрантов. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2020. С. 125-129.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Научное издание

*Сборник научных трудов
V-й Национальной научно-практической конференции
научно-педагогических и практических работников
с международным участием
Том 2*

24 июня 2022 года

Компьютерная верстка Монахов И.А.

ISBN 978-5-6046051-5-8



Подписано в печать 20.10.2022. Формат 60x90/16.
Усл. печ. л. 11,125. Тираж 50 экз. Заказ № 5396.

Отпечатано в ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС»
150062, г. Ярославль, пр-д Доброхотова, д.16, кв.158
Тел.: (4852) 58-76-33, 58-76-37

