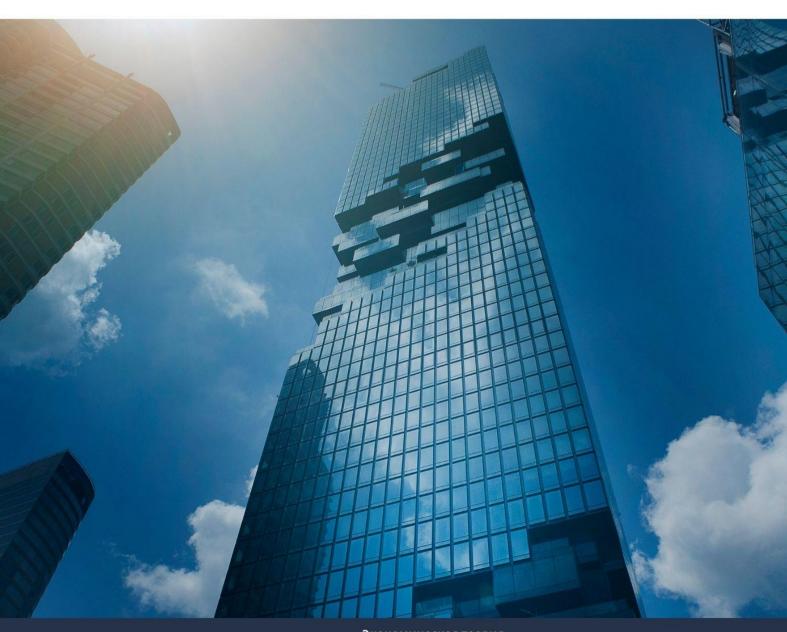
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ



EDRJ.RU ISSN 2542-0208 Экономическая теория
Экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами
Управление инновациями
Экономика и управление в образовании
Государственное управление
Региональная экономика
Мировая экономика
Логистика

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 10/2020

www.edrj.ru Нижний Новгород 2020 УДК 33 ББК 65 Э 401

Экономические исследования и разработки: научноисследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №10– 2020. – 89 с.

ISSN 2542-0208

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современного экономического развития и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления.

Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте www.edrj.ru

УДК 33 ББК 65

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна,** кандидат экономических наук, доцент, руководитель HOO «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

<u>Балашова Раиса Ивановна</u> – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры "Экономика предприятия" Донецкого национального технического университета.

<u>Глебова Анна Геннадьевна</u> – доктор экономических наук, профессор экономики и управления предприятием ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», член Новой экономической ассоциации. Эксперт научных направлений – антикризисное управление и банкротство, экономика предприятия и предпринимательства, управление.

Кожин Владимир Александрович – заслуженный экономист РФ, доктор экономических наук, профессор кафедры организации и экономики строительства Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений – финансы, бюджетирование, экономика предприятия, экономика строительства.

Мазин Александр Леонидович – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Эксперт научных направлений: экономика труда, экономическая теория.

<u>Бикеева Марина Викторовна</u> – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва. Эксперт научных направлений: социальная ответственность бизнеса, эконометрика, статистика.

<u>Лаврентьева Марина Анатольевна</u> – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБО ВО "Нижегородская государственная медицинская академия" Министерства здравоохранения Российской Федерации. Эксперт научных направлений: учет, анализ, аудит, экономическая теория, экономика труда.

Тиндова Мария Геннадьевна – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФБГОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономикоматематического моделирования.

<u>Шагалова Татьяна Владимировна</u> – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Эксперт научных направлений: бюджетирование, мировая экономика, ценообразование, экономика предприятия, инновационный менеджмент.

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

Оглавление

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ 6
Емелин В.Н., Маркитантова Д.А. Финансовая устойчивость
пассажирского автотранспортного предприятия 6
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ14
Линькова Е.А. Правовое регулирование создания и функционирования
городских агломераций в современной России14
МАРКЕТИНГ26
Веряскин П.Г. Создание благоприятного имиджа гостиничного
предприятия при помощи PR-деятельности
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА31
Тиндова М. Г. Изучение социально-экономического положения
Саратовской области методами факторного и регрессионного анализа
ЭКОНОМИКА ТРУДА41
Панова А.Ю., Банцова Е.А. Мотивация и стимулирование труда
работников гидрометеорологической наблюдательной сети ФГБУ
«Северное УГМС»41
Семенова Е.Н. Российский и зарубежный опыт адаптации персонала
45
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ,
ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ50
Азимина Е.В., Сучкова М.Ю. Роль стандартизации в развитии
индустрии 4.0 в Российской Федерации50
Мелешкина И.М. Отраслевые особенности формирования
себестоимости полиграфических услуг54
Никитина О. О. Тренды постизоляционного периода, как актуальный
инструментарий для развития бизнеса68
Хахладжиян А.М. Основные фонды в отраслях химической
промышленности России76
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ 84
Власенко Е.Ю. ОСАГО в Европейском Союзе

Бухгалтерский учет, анализ, аудит

УДК 33

Емелин В.Н., Маркитантова Д.А. Финансовая устойчивость пассажирского автотранспортного предприятия

The financial stability of public transport enterprise

Емелин В.Н.

к э.н., доцент

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева,

Саранск, Россия

Маркитантова Д.А.

магистрант,

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева,

Саранск, Россия

Emelin V.N.

PhD, Associate Professor

N. P. Ogarev National research Mordovia State University

Saransk, Russia

Markitantova D.A.

student

N. P. Ogarev National research Mordovia State University

Saransk, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы финансовой устойчивости пассажирского автотранспортного предприятия (ПАТП). Приведены данные о динамике изменения доходов и расходов предприятия и экономического результата деятельности предприятия. На основании анализа сделан вывод о существенной сезонной цикличности и недостатке получаемых доходов. В связи с этим в статье также рассмотрены вопросы бюджетного субсидирования убыточного ПАТП. При этом процесс субсидирования не всегда постоянен и достаточен для сохранения стабильности, что приводит к формированию кризисной ситуации.

Ключевые слова: пассажирский общественный транспорт, финансовые результаты деятельности, прибыль, финансовая устойчивость, элементы концепции устойчивости пассажирского автотранспортного предприятия.

Abstract: The article discusses the issues of financial stability of public transport enterprise. The data on the dynamics of changes in the income and expenses of the enterprise and the economic result of the enterprise are given. Based on the analysis, it was concluded that there is a significant seasonal cyclicality and a lack of income received. In this regard, the article also discusses the issues of budget subsidies for unprofitable enterprise. At the same time, the process of subsidizing is not always constant and sufficient to maintain stability, which leads to the formation of a crisis situation.

Keywords: public transport enterprise, financial results of activity, profit, financial stability, elements of the concept of the passenger motor transportation enterprise stability.

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва

Важнейшие инфраструктурные сектора, в том числе транспорт, в последние 3 года оказались в инвестиционном упадке. В том числе удар по транспортному сектору кризиса, связанного с коронавирусом, сказался на ситуации в ряде регионов, обострив старые проблемы и создав зону риска. В условиях кризиса важную роль играет поддержка отраслей экономики в устойчивом состоянии. В особой степени это затрагивает сектора экономики, которые являются планово убыточными. К их числу традиционно относится транспортное обслуживание населения специализированными пассажирскими автотранспортными предприятиями.

Предприятия, занимающиеся пассажирскими перевозками, находятся в сложном экономическом положении уже долгие годы. В соответствии с социальной политикой государства по защите населения у АТП нет возможности периодически повышать тарифы, так как они устанавливаются властями субъектов РФ. В связи с этим возникает ситуация, когда предприятие не только не может получать прибыль, но также нет возможности покрыть издержки, несмотря на то, что в расчет тарифа включается фактор возможности бюджета покрывать убытки.

В сфере пассажирских автотранспортных перевозок существует проблема несоответствия получаемых доходов их потребностям для функционирования. На данный момент это может решаться только властью субъектов РФ с учетом финансовых возможностей региона. В первую очередь поддержание устойчивости ПАТП зависит от рациональности и корректности распределения субсидий и полученных доходов от деятельности на покрытие эксплуатационных расходов.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современных условиях залогом стабильности пассажирских автотранспортных предприятий служит его финансовая устойчивость. Платежеспособность и финансовая устойчивость позволяют компании иметь ряд преимуществ перед другими компания такого же сектора при привлечении инвестиций, выборе поставщиков и подборе квалифицированных кадров. Финансово-устойчивое предприятие не подвержено сильному воздействию колебаний рынка и сезонности.

Финансовая устойчивость ПАТП – это состояние финансовых ресурсов предприятия, позволяющее обеспечивать непрерывную финансово-хозяйственную деятельность и сохранять положительный баланс доходов и расходов.

В данной статье рассматриваются вопросы финансовой устойчивости специализированного ПАТП на примере ГУП РМ «Мордовавтотранс».

К факторам, которые определяют устойчивость деятельности транспортного предприятия, относятся такие, как наличие возможности постоянного получения доходов и сокращения расходов (например, внеплановый ремонт автотранспортного

состава). Также необходимо учитывать важность соответствия доходов и расходов плановым показателям, а также их положительный баланс.

Для максимизации финансовых результатов перевозки необходимо организовывать на маршрутах, которые обеспечивают относительно постоянный, без существенных колебаний пассажиропоток. Для минимизации издержек в первую очередь необходимо обратить внимание на правильную организацию эксплуатации автотранспортного состава. Это позволит сократить расходы по текущему обслуживанию автобусов.

ГУП РМ «Мордовавтотранс» обслуживает 21 маршрута, которые связывают различные города и регионы. В целях повышения качества обслуживания предприятие осуществляет корректировку маршрутной сети.

На рисунке 1 приведены графические изображения изменения финансовых показателей деятельности ГУП РМ «Мордовавтотранс» в течение 36 месяцев за период 2016-2018 годов.

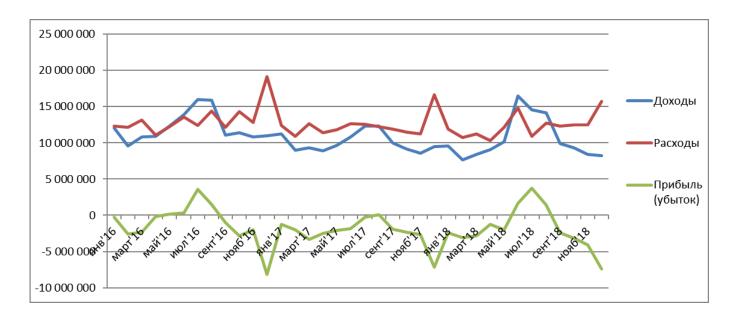


Рисунок 1. Диаграмма изменения величины расходов, доходов и итогового экономического результата ГУП РМ «Мордовавтотранс» в течение 36 месяцев за период 2016-2018 гг.

На основании представленных данных можно сделать вывод, что зимой эксплуатационные расходы ПАТП увеличиваются. В то время, как летом и в межсезонье они имеют стабильный диапазон несильного колебания. Максимальные месячные

доходы ГУП РМ «Мордовавтотранс» формируются в летний период года, что объясняется массовыми отпусками и отъездом жителей из города.

Полученные из анализа данные о тенденциях изменений соответствуют средним показателям в секторе пассажирских перевозок. На это обращается внимание как на этапе проектирования АТП, так и в процессе формирования устойчивого положения.

В таблице 1 представлена информации об объемах бюджетного субсидировании ГУП РМ «Мордовавтотранс» в течение 2016-2018 гг.

Таблица 1 Субсидирование ГУП РМ «Мордовавтотранс» и итоговый финансовый результат

	2016 год			2017 год			2018 год		
Месяц	Прибыль (убыток)	Субси дии	Итог	Прибыль (убыток)	Субси дии	Итог	Прибыль (убыток)	Субси дии	Итог
Январь	-224	1 003	778	-1 212	1 225	12	-2 380	1 561	-819
Февраль	-2 557	1 092	-1 466	-1 957	1 173	-784	-3 078	1 474	-1 604
Март	-2 309	594	-1 714	-3 353	1 383	-1 970	-2 821	1 479	-1 342
Апрель	-155	1 121	966	-2 476	1 491	-985	-1 276	9 704	8 429
Май	141	1 212	1 353	-2 108	1 547	-562	-1 974	609	-1 365
Июнь	306	1 069	1 376	-1 812	1 830	19	1 694	325	2 019
Июль	3 547	865	4 412	-230	1 495	1 265	3 731	613	4 344
Август	1 522	1 265	2 787	99	1 388	1 488	1 389	325	1 714
Сентябрь	-1 017	1 107	89	-1 939	1 533	-406	-2 399	675	-1 724
Октябрь	-2 834	2 847	12	-2 292	1 747	-545	-3 159	2 934	-226
Ноябрь	-1 983	1 590	-393	-2 698	1 562	-1 136	-4 068	4 247	179
Декабрь	-8 162	1 723	-6 439	-7 157	1 930	-5 227	-7 433	4 201	-3 232
ИТОГО за год	-13 726	15 487	1 762	-27 136	18 305	-8 831	-21 772	28 147	6 375

На рисунке 2 представлена динамика изменений финансового результата за 36 месяцев в рассматриваемом предприятии с учетом бюджетного субсидирования. В 2017 году результаты организации меньше всего подвергались сильным перепадам. Как и в 2016 сохранилась динамика сезонности, но не была ярко выраженной. Тогда как в 2018 происходили наиболее сильные изменения, связанные с нерегулярностью размера получаемых субсидий. После того, как организация определяет размер убытка, его возмещение производится в соответствии с договором, согласно которому субсидия формируется на ежемесячной основе. В связи с этим Министерство автотранспорта один раз в месяц выплачивает дотацию на покрытие убытков прошлого месяца.

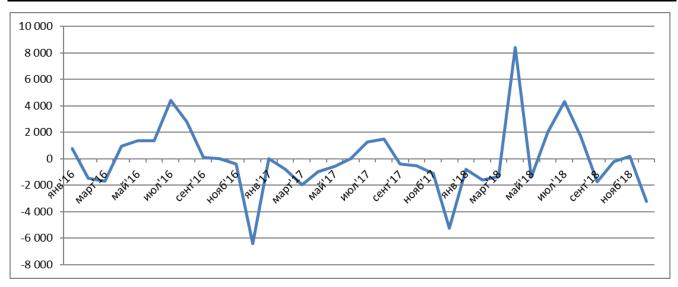


Рисунок 2. Диаграмма изменения итогового финансового результата ГУП РМ «Мордовавтотранс» с учетом бюджетного субсидирования в течение 36 месяцев 2016-2018 гг.

Контроль общей финансовой ситуации и финансового баланса играет важную роль в руководстве любого предприятия. Проведенный анализ показывает, что каждый 1 квартал в процессе управления допускаются дисбалансы, связанные с сезонностью. В общем итоге предприятие получает прибыль, но в 2017 даже по итогу всех месяцев получен убыток, хоть этом году и были самые слабые колебания в динамике изменения. Данный результат связан с неполучением достаточной прибыли в летний сезон и тем, что предприятие в среднем находилось за отрицательной меткой в большинстве месяцев. После расчета общего итога 2017 года и подачи сведений в Министерство в 2018 году попытка стабилизовать ситуацию путем дополнительного субсидирования после 1 квартала. Апрельское субсидирование 2018 г. было рекордным по величине (9,7 млн руб.). В результате этого дотации в лето 2018 также были сокращены в несколько раз. Но уже после 3 квартала предприятию стали необходимы дополнительные дотация для продолжения деятельности, что повторяет ситуацию конца 2016 года.

Рисунок 3 приведены сравнения амплитуды этих циклов и показано, что исследуемый процесс подвержен шестимесячной цикличности, совпадающей с особенностями сезонности деятельности и бюджетного субсидирования.

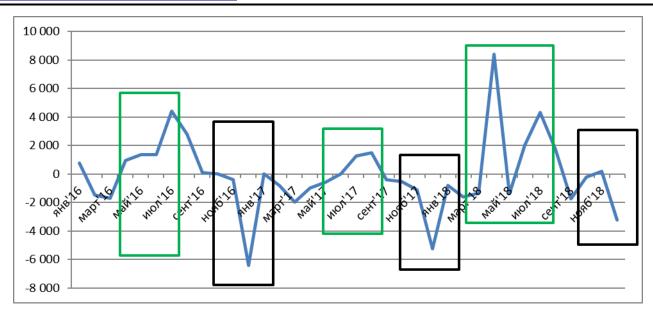


Рисунок 3. Различия в величине амплитуды изменения квартальных циклов изменения результирующего итогового финансового результата деятельности ГУП РМ «Мордовавтотранс»

Каждое лето итоговый финансовый результат деятельности ГУП РМ «Мордовавтотранс» резко увеличивается, а затем в течение ближайших четырех месяцев последовательно уменьшается, достигает минимумов цикла и затем снова начинает увеличиваться. Несмотря на типичность по направлению тенденции, эти циклы не идентичны по величине изменения результирующего признака. На рисунке 3 приведены сравнения амплитуды этих циклов.

Таким образом, можно сделать вывод, финансовая устойчивость ГУП РМ «Мордовавтотранс» в течение 36 месяцев формировалась:

- циклически циклами по 4-6 месяцев и при этом выход из кризиса не снижает амплитуду квартального цикла, т.е. при выходе из устойчивого состояния система возвращается в стабильное состояние не сразу;
- неравномерно амплитуда циклических изменений финансового результата деятельности предприятия изменяется в широких пределах;
- движение к кризису последующие друг за другом финансовые циклы с большой амплитудой (1-2 кварталы 2018 г.) приводят ПАТП в кризисное состояние, требующее более значительных дотаций.

Стабилизирование сложившейся ситуации возможно, но требует долгого времени. Поэтому крайне важно отслеживать динамику изменения финансового состояния ПАТП, рационально распределять полученные субсидии и вовремя замечать ситуацию нарушения баланса между расходами и доходами предприятия.

В заключение необходимо отметить, что рассматриваемый в статье вопрос обеспечения финансовой устойчивости пассажирского автотранспортного предприятия действительно является актуальным. На фоне ликвидации трети всех ПАТП страны и более чем двукратного падения объемов пассажирских перевозок в РФ в течение последних двадцати лет чрезвычайно важно поддерживать устойчивое функционирование успешных перевозчиков.

Библиографический список

- 1. Авдеева Д. А. О динамике и структуре инвестиционной активности на фоне пандемии // Комментарии о государстве и бизнесе. 2020. № 314 [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/399056367.pdf (дата обращения: 25.09.2020).
- 2. Акиндинова Н. А. Где в России жить хорошо? // Комментарии о государстве и бизнесе. 2020. № 307 [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/387456343.pdf (дата обращения: 25.09.2020).
- 3. Аредова А. К. Модель формирования структуры баланса, обеспечивающей экономически устойчивую деятельность автотранспортной организации //Автотранспортное предприятие. 2016. № 6. с. 34-36.
- 4. Аредова А. К. Перевозки пассажиров транспортом общего пользования: основные экономические проблемы и пути их решения // Транспорт Российской Федерации. 2018. № 2 (75). с. 65-69.
- 5. Белогребень А. А. Хозяйственное использование объектов маршрутной инфраструктуры наземного городского общественного транспорта с применением механизма государственно-частного партнерства // Национальные и международные финансово-экономические проблемы автомобильного транспорта. 2017. № 2. с. 39-45.
- 6. Будрин А. Г. Экономика автомобильного транспорта : учеб. пособие. М.: Академия, 2016. 320 с.
- 7. Зенкова Е. С. Оценка финансовой устойчивости как основной критерий анализа финансового состояния организации // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2018. № 18 [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36327287 (дата обращения: 25.09.2020).

- 8. Мануйленко В. В. Исследование содержания понятия «финансовая устойчивость организации» // Вестник Севкавгти. 2018. № 3 [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36433835 (дата обращения: 25.09.2020).
- 9. Матанцева О. Ю. Правовые аспекты экономической устойчивости автотранспортной организации: монография. М.: Юстицинформ, 2016. 248 с.
- 10. Матанцева О. Ю. Пути решения экономических проблем субъектов автотранспортного бизнеса при осуществлении пассажирских перевозок // Национальные и международные финансово-экономические проблемы. 2018. № 2. с. 19-26.
- 11. Матанцева О. Ю., Аредова А. К. Модель формирования структуры баланса, обеспечивающей экономически устойчивую деятельность автотранспортной организации //Автотранспортное предприятие. 2016. № 6. с. 34-36.
- 12. Матанцева О. Ю., Аредова А. К. Перевозки пассажиров транспортом общего пользования: основные экономические проблемы и пути их решения // Транспорт Российской Федерации. 2018. № 2. с. 65-69.
- 13. Персианов В.А. Экономика пассажирского транспорта : учебное пособие. М. : КноРус, 2019. 390 с.
- 14. Сушникова М. В. Финансовая устойчивость как часть анализа устойчивости хозяйствующего субъекта // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 63-4 [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43557739 (дата обращения: 25.09.2020).

Государственное управление

УДК 34

Линькова Е.А. Правовое регулирование создания и функционирования городских агломераций в современной России

Legal regulation of the creation and functioning of urban agglomerations in modern Russia

Линькова Е.А,

студентка 4 курса направления ГМУ очной формы обучения Поволжского института управления филиала РАНХиГС, г.Саратов

Научный руководитель - *Мокеев М.М.,*

кандидат юидических наук, доцент кафедры теории права Поволжского института управления филиала РАНХиГС, г.Саратов

Linkova E.A.,

4th year student of the direction of the State Medical University of full-time education of the Volga Region Institute of Management of the RANEPA branch, Saratov

Scientific adviser - Mokeev M.M.,

Candidate of Science (Law), Associate Professor of the Department of Theory of Law of the Volga Region Institute of Management of the RANEPA Branch, Saratov

Аннотация. В представленной статье проанализированы существенные перспективы развития городских агломераций в современной России. Процесс урбанизации охватывает всё больше стран и Россия не исключение. Агломерация, как неотъемлемый элемент данного явления, всё больше привлекает к себе внимание.

Ключевые слова: городская агломерация, создание и функционирование агломераций, правовые основы развития городских агломераций, институт агломерации.

Abstract. The presented article analyzes the significant prospects for the development of urban agglomerations in modern Russia. The urbanization process covers more and more countries and Russia is no exception. Agglomeration, as an integral part of this phenomenon, is attracting more and more attention.

Keywords: urban agglomeration, creation and functioning of agglomerations, legal basis for the development of urban agglomerations, institute of agglomeration.

Рецензент: Грузинская Екатерина Игоревна - кандидат юридических наук, доцент, заведующая кафедрой государственных и гражданско-правовых дисциплин Новороссийского института (филиала) АНО ВО «Московский гуманитарно-экономический университет»

В реалиях современного мира городские агломерации стали чем-то естественным для многих стран. Городская агломерация – это несколько городских поселений расположенных на небольшом расстоянии друг от друга вокруг города-ядра, объединенные многообразными и интенсивными производственными, транспортными связами в одну систему. Процесс образования агломерации является одним из важных элементов урбанизации.

ООН прогнозирует рост городского населения до 63% к 2030 году по сравнению с 2019 годом, где доля населения городов составляет 55%. В таких странах, как США, Бельгия и Канада уровень урбанизации варьируется от 80% до 90%. В России население городских агломераций увеличилось на пять миллионов человек по сравнению с 2010 годом. Так же стоит отметить и существенный вклад городских поселений в формирование мирового ВВП - было произведено 80% вклада. В Российской Федерации крупные агломерации сгенерировали 68% ВВП в период с 2010 по 2015 год¹.

Из этого следует, что с экономической точки зрения городские агломерации являются крупнейшими рынками, привлекательными для инвесторов. Примерами могут являться единые рынки труда, недвижимости и так далее. С развитием транспортных магистралей человек может купить квартиру в городе-спутнике города-ядра на 25-35% дешевле.

Развитие городских агломераций — это важнейший этап в развитии государства. Формируя развитую экономическую, социальную и культурную среду можно создать более совершенные стандарты качества жизни населения. Именно это будет удерживать население регионов России от переезда в более комфортные города и поможет сформировать крупные точки экономического и социального развития страны.

Конкретно этим и обуславливается возросший интерес к агломерированию территорий. Именно сконцентрировав внимание на агломерациях можно добиться необходимого любому государству экономического роста и социального развития. Именно в развитых агломерациях могут существовать идеальные условия для межхозяйственного и межотраслевого взаимодействия.

В современном мире наблюдается тенденция смены форм расселения. Городские и сельские поселения уходят на второй план на фоне развития такого явления, как «городская агломерация». Автономное развитие как городских, так и сельских поселений не способствует экономическому и социальному развитию страны. Агломерации же напротив, способствуют такому развитию.

В городских агломерациях может находится десятки и даже сотни населенных пунктов, которые связаны между собой единой инфраструктурой, экономическими и социальными отношениями. Единой общепризнанной трактовки термина «городская агломерация» на данный момент нет.

¹ О. В. Изутова Агломерации наступают [Электронный ресурс]. - Экономика — №3 — 21 марта 2019 - Режим доступа: http://bujet.ru/article/370034.php

Считается, что термин «агломерация» впервые использовал Патрик Геддес в своей книге «Эволюция городов» в 1915 году. Он заметил, что благодаря развитию электроэнергетических технологий и модернизации транспорта, города и сёла могут тесно взаимодействовать между собой.

По другому мнению, термин «агломерация» был использован Мишелем Руже. Он говорил о том, что агломерация может возникнуть в том случае, если количество видов деятельности городских поселений выйдет начнёт распространяться на соседние поселения².

В отечественной же литературе существуют свои трактовки данного термина. Н. В. Петров, например, считал, что агломерация — это «компактные скопления территориально сосредоточенных городов и других населенных мест, которые в процессе своего роста сближаются (иногда срастаются) и между которыми усиливаются многообразные хозяйственные, трудовые культурно-бытовые И взаимосвязи» ³. Агломерация по Е.Н. Перцику это «система территориально сближенных и экономически взаимосвязанных населенных мест, объединенных устойчивыми трудовыми, культурно-бытовыми и производственными связями, общей социальной и технической инфраструктурой, - качественно новая форма расселения, она возникает как приемник города в его компактной (автономной, точечной) форме, особый продукт современной урбанизации»⁴.

Так же стоит выделить и различные варианты критериев создания и функционирования городской агломерации. Г. М. Лаппо, например, описывает такую структуру как: город-ядро городской агломерации, спутниковые поселения, пояса спутниковых поселений (первые и вторые), зона периферии, агломерации второго порядка 5 .

Ю. Н. Белоконь представлял структуру городской агломерации как «центральный город, центральный город и первый пояс (ядро агломерации), центральный город и всю внешнюю (пригородную) зону»⁶.

Стоит обратить внимание на слова И. А. Фомина, который говорил, что особое внимание надо обращать на ядро агломерации, которое может состоять из одного или нескольких крупных городов с наибольшей плотностью населения. Так же он считал,

_

 $^{^2}$ Лаппо Г. М. География городов: учеб. пособие для геогр. ф-тов вузов / Г. М. Лаппо. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 480 с.

³ Проблемы изучения городских агломераций/Под ред. Г.М. Лаппо, Ф.М. Листетенругта. - М.: Институт географии АН СССР, 1988. - 76 с.

⁴ Перцик Е.Н. Города мира: География мировой урбанизации. - М.: Международные отношения, 1999. - 382 с.

 $^{^5}$ Лаппо Г. М. География городов: учеб. пособие для геогр. ф-тов вузов / Г. М. Лаппо. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 480 с.

⁶ Белоконь Ю. Н. Региональное планирование (теория и практика) / Ю. Н. Белоконь / под. ред. И. А. Фомина. – К.: Логос, 2003. – 259 с.

что нужно рассматривать ядро агломерации вместе с пригородами и никогда их не разделять 7 .

Создание агломераций имеет свой алгоритм, состоящий из нескольких этапов:

- 1. Определяется город, выполняющий функции ядра агломерации.
- 2. Определяются близлежащие населённые пункты, заинтересованные в агломерировании.
- 3. Определяется перечень предприятий, вносящих существенный вклад в составление бюджета.
- 4. Определяются земли их назначение и принадлежность.
- 5. Определяется численность населения агломерации, разграничиваются территории административных образований.
- 6. Создается схематическая карта потенциального размещения муниципальных образований⁸.

Процесс развития агломераций не является быстрым, он проходит постепенно. Можно выделить три основные этапа. Их выявление необходимо для полного понимания образования агломераций в России и прогноза развития данных территорий. Так же это поможет понять основные факторы их развития.

Следует отметить, что более крупные городские агломерации в Российской Федерации в настоящий момент исполняют роль важнейших элементов опоры расселения страны. В условиях постоянного изменения факторов рыночной экономики именно территориально-хозяйственный комплекс городских агломераций имеет большую устойчивость и возможность адаптации к новым тенденциям. Это обусловлено тем, что в условиях данной формы расселения возможно грамотное и своевременное перераспределение функций и ресурсов между её элементами. Из этого вытекает возросшая в настоящий момент востребованность большего количества городских агломераций.

Стоит опереться на неоднократные исследования, посвящённые данному явлению. По их результатам на территории России существует более 30 крупных агломераций (с городом-ядром в котором население составляет более 500 тыс. жителей). Именно в них сосредоточено около одной трети населения страны и более 50% кадрового потенциала. Среди крупных городских агломераций выделяют такие, как Московскую, Санкт-Петербургскую, Нижегородскую, Ростовскую.

⁷ Фомин И. А. Количественные признаки городских агломераций / И. А. Фомин // Градостроительство. Районная планировка. Городские агломерации – К.: Будивэльнык. – 1967. – С. 20–28.

⁸ Пузанов А.С., Попов Р.А. Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1 / Муниципальное имущество: экономика, право, управление — 2019 – вып. 1 – С. 21-27

С 2002 года начался рост усиления роли пригородных территорий и общее развитие агломерации. В настоящее время данная форма расселения соответствует моделям «крупный город – город», «крупный город – регион», «регион – регион» Важнейшим элементом, обеспечивающим крепкую взаимосвязь внутри агломерации, является устойчивая социально-экономическая связь. Не стоит забывать и про такие факторы как взаимозависимость и взаимную обусловленность общего развития членов данных территорий. Данные факторы выполняют роль опоры в объединении общности использования трудовыми ресурсами. Единая и слаженная инфраструктура тоже является неотъемлемой частью развитой агломерации. В 2013 году создается «дорожная карта» развития агломерации.

Закрепление терминов «крупнейшая городская агломерация», «крупная городская агломерация» произошло в Стратегии пространственного развития России до 2025 года¹⁰.

Как итог, можно сказать что процесс агломерирования является одним из важнейших условий для качественного социально-экономического роста и повышения уровня качества жизни. Сам же процесс в России не достиг своего пика. В настоящее время можно отметить только две сильно развитые агломерационные территории – Московскую и Санкт-Петербургскую.

Вопросы формирования и функционирования городских агломераций находят своё отражения в нормативно-правовых актах Российской Федерации. Правовое регулирование городских агломераций в Российской Федерации имеет множество нюансов.

В период с 2010 по 2019 года, крупнейшие агломерации Российской Федерации сформировали 68% прироста ВВП страны. Исходя из данной информации можно сделать вывод, что в Российской Федерации следует упорядочить процесс формирования и функционирования городских агломераций. Отражение этого суждения можно найти в работе Пузанова А.С. «Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1». В ней автор высказал своё мнение, касаемо нынешнего регулирования функционирования и создания городских агломераций: «В сфере управления развитием городских агломераций в России к настоящему времени сложилась противоречивая ситуация. С одной стороны, на федеральном уровне государственная политика по отношению к

⁹ Шмидт А.В., В. С. Антонюк В.С., Франчини А. Городские агломерации в региональном развитии: теоретические, методические и прикладные аспекты // Экономика региона. - 2016. - Т. 12, вып. 3. - С. 776–789
¹⁰ «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» Интернет портал Правительства РФ http://static.government.ru/media/files/UVAlqUtT08o60RktoOXl22JjAe7irNxc.pdf

агломерациям все еще не сформирована. Хотя агломерации фигурируют в федеральных документах планирования начиная с Концепции-2020, а, например, в рамках приоритетного проекта Минтранса России «Безопасные и качественные дороги» разрабатываются программы, непосредственно ориентированные на агломерации, в федеральном законодательстве понятие «агломерация» до сих пор не определено» 11.

Следует обратить внимание на то, что большинство субъектов Российской Федерации проводят свою политику в сфере агломераций и даже вышли на более высокий уровень понимания данного процесса, нежели на федеральном уровне. В качестве примера можно назвать Томскую область, где на региональном уровне приняты законы, регулирующие сферу агломерирования 12. Так же на территории области действуют межмуниципальные соглашения о взаимодействии по развитию агломераций.

Пузанов А.С. считает, что «агломерации развиваются самостоятельно, без какого-то вмешательства со стороны государства. Искусственно сформировать агломерацию невозможно. Государству необходимо лишь создать юридические конструкции и механизмы, которые позволят упорядочить процесс с тем, чтобы он проходил с наименьшими потрясениями, но с наибольшими экономическими эффектами» ¹³.

Проанализировав существующие на данный момент нормативно-правовые акты, регулирующие создание и функционирование городских агломераций в России можно сделать вывод о том, что существуют два типа документационной регуляции вопросов агломерации - так называемые «явные» и «неявные».

К «явным» можно отнести документы, где тема агломераций вынесена в названия нормативных правовых актов, регулирующие данную область. В основном это законы субъектов Российской Федерации и Распоряжение Правительства РФ от 27.12.2019 N 3227-р «Об утверждении плана реализации Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года».

Часть нормативно-правовых актов в совокупности с полномочиями органов государственной власти того или иного субъекта Российской Федерации вносят большую конкретику в сферу деятельности органов местного самоуправления в сфере полномочий, определённых Федеральным законом от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об

/ Муниципальное имущество: экономика, право, управление — 2019 – вып. 1 – С. 21-27

¹¹ Пузанов А.С., Попов Р.А. Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1 / Муниципальное имущество: экономика, право, управление — 2019 – вып. 1 – С. 21-27

¹² Закон Томской области от 10 апреля 2017 г. № 23-ОЗ «О развитии агломераций в Томской области»

Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации http://docs.cntd.ru/document/467934283 ¹³ Пузанов А.С., Попов Р.А. Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1

общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». Пузанов А.С. считает, что «для большинства таких законов характерно непонимание сути агломераций как естественно возникающих форм расселения: в их текстах, а иногда и в названиях нередко фигурируют некорректные формулировки «создание агломераций» или «формирование агломераций»» ¹⁴.

В качестве примера «явных» нормативно-правовых актов можно привести Закон Томской области «О развитии агломераций в Томской области» 15. Следует отметить, что проект закона Челябинской области «О развитии агломераций в Челябинской области» на 90% идентичен закону Томской области. Также в качестве примера может быть назван Закон Белгородской области «О развитии агломераций в Белгородской области». Больший упор в данном нормативно-правовом акте бы сделан на функции муниципальных образований субъекта¹⁶. Можно выделить два аспекта – первый, где для координации принятия решений по вопросам функционирования агломерации» того или иного муниципалитета агломерации могут создаваться ассоциации муниципальных образований, второй, где для обеспечения функционирования и развития агломерации вправе учреждать хозяйственные общества, образовывать межмуниципальные объединения и другие межмуниципальные организации, а также заключать соответствующие договоры и соглашения.

Вторая группа – это те нормативно-правовые акты, где напрямую по названию нельзя установить связь документа с системой агломераций. В таких нормативноправовых актах существует более важный аспект, влияющий на развитие агломерации - перераспределении полномочий между органами местного самоуправления и органами государственной власти. В соответствии с ч. 1.2 ст. 17 федерального закона № 131-ФЗ в ведение субъекта, на территории которого находится агломерация, перераспределяются полномочия муниципалитетов, находящихся составе агломерации региона¹⁷. Исходя из этого можно констатировать, что де-факто создается региональный уровень управления агломерированной территорией.

В качестве примера можно привести Закон «О перераспределении отдельных полномочий между органами местного самоуправления муниципальных образований Нижегородской области и органами государственной власти Нижегородской

самоуправления в Российской Федерации» Интернет портал http://www.kremlin.ru/acts/bank/20035

¹⁴ Пузанов А.С., Попов Р.А. Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1 / Муниципальное имущество: экономика, право, управление — 2019 – вып. 1 – С. 21-27

¹⁵ Закон Томской области от 10 апреля 2017 г. № 23-ОЗ «О развитии агломераций в Томской области»

Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации http://docs.cntd.ru/document/467934283 ¹⁶ Закон Белгородской области от 1 марта 2016 г. № 58 «О развитии агломераций в Белгородской области»

Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации http://docs.cntd.ru/document/432897304 ¹⁷ Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного

области» ¹⁸ . Закон закрепляет перераспределение части полномочий в области территориального планирования органов местного самоуправления.

В основном, большинство нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы формирования и функционирования городских агломераций принимаются на региональном уровне. На федеральном уровне же вопросы формирования, функционирования и развития городских агломераций на территории Российской Федерации стали закрепляться относительно недавно.

В федеральном законодательстве вопросы агломерации рассматриваются довольно косвенно. В федеральном законе от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" вопросы образования и функционирования агломераций не затронуты, не закреплен термин «агломерация». После внесения поправок в федеральный закон о местном самоуправлении федеральным законом от 27.05.2014 № 136-ФЗ субъектам Российской Федерации была дана возможность определять региональным законодательством порядок наделения муниципальных образований, в границах субъекта статусом городских округов с внутригородским делением. 19

В статье 8 и главе 9 федерального закона от 06.10.2003 N 131-ФЗ описан принцип межмуниципального сотрудничества. В ходе данного сотрудничества образуются советы муниципальных образований в субъектах Российской Федерации или иные объединения муниципальных образований в организационно-правовой форме ассоциаций. Также муниципальные образования могут заключать между собой договоры и соглашения. Москаленко А.Ф. отмечает ограниченность возможностей таких организаций. Запрет передачи властных полномочий органов местного самоуправления межмуниципальным образованиям не позволяет им заменить городские агломерации. ²⁰

Исследуя нормативно-правовую базу регулирования функционирования и создания агломераций следует выделить нормативно-правовые акты в сфере стратегического планирования Российской Федерации. Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» и «Стратегию пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года». В соответствии с Федеральным законом от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом

-

¹⁸ Закон от 26 декабря 2017 года № 190-3 «О внесении изменений в Закон Нижегородской области "О перераспределении отдельных полномочий между органами местного самоуправления муниципальных образований Нижегородской области и органами государственной власти Нижегородской области"» Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации http://docs.cntd.ru/document/465517302

¹⁹ Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» Интернет портал http://www.kremlin.ru/acts/bank/20035

²⁰ Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» Интернет портал http://www.kremlin.ru/acts/bank/20035

планировании в Российской Федерации» в вопросах развития городских агломераций следует опираться именно на социально-экономическую сферу развития городских агломераций ²¹. Стратегия пространственного развития же делает упор на новые подходы к процессам расселения граждан и более качественной политике размещения экономических объектов. Так же важным этапом стало закрепление терминов «крупная городская агломерация» и «крупнейшая городская агломерация». В соответствии с данной стратегией «крупная городская агломерация - совокупность компактно расположенных населенных пунктов и территорий между ними с общей численностью населения 500 тыс. человек - 1000 тыс. человек, связанных совместным использованием инфраструктурных объектов И объединенных интенсивными экономическими, в том числе трудовыми, и социальными связями»²², а «крупнейшая населенных пунктов и территорий между городская агломерация - совокупность ними с общей численностью населения более 1000 тыс. человек, связанных совместным объектов и объединенных использованием инфраструктурных интенсивными экономическими, в том числе трудовыми, и социальными связями»²³.

Закрепление терминов агломераций, более частое их упоминание в относительно недавних нормативно-правовых актах свидетельствует о том, что на федеральном уровне начинают уделять достаточное внимание вопросам формирования и развития агломераций.

В стратегии зафиксировано, что в России было сформировано около сорока крупных городских агломераций и крупнейший городских агломераций. В большей части из них начиная с 2000 года существует тенденция роста населения и на данный момент количество проживающих на агломерированных территориях превышает 73 млн. человек. В соответствии со Стратегией основными целями развития агломерационного комплекса страны являются:

- обеспечение расширения географии и ускорения экономического роста, научнотехнологического и инновационного развития Российской Федерации за счет социально-экономического развития перспективных крупных центров экономического роста Российской Федерации – крупных городских агломераций и крупнейших городских агломераций;
- за счет развития транспортных коммуникаций между перспективными крупными центрами экономического роста и перспективными центрами экономического роста

_

²¹ Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» Интернет портал информационно-правового обеспечения http://base.garant.ru/70684666/

²² «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» Интернет портал Правительства РФ http://static.government.ru/media/files/UVAlqUtT08o60RktoOXl22JjAe7irNxc.pdf

²³ «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» Интернет портал Правительства РФ http://static.government.ru/media/files/UVAlqUtT08o60RktoOXl22JjAe7irNxc.pdf

субъектов Российской Федерации, включая строительство обходов городов и организацию скоростного автомобильного и железнодорожного сообщения между крупными городскими агломерациями и крупнейшими городскими агломерациями;

- содействия созданию современных сетей связи и внедрению узкополосного доступа для сбора и передачи телеметрической информации во всех крупных городских агломерациях и крупнейших городских агломерациях.

В соответствии со Стратегией пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, городские агломерации можно назвать важнейшим элементом в механизме экономического развития Российской Федерации. По вопросам наращивания темпов роста экономики, научно-технического роста и инновационного развития Российской Федерации за счет социального и экономического развития агломерированных территорий в Стратегии выявлены следующие тенденции:

- обеспечить ускорение экономического, научно-технологического и инновационного развития указанных территорий;
- за счет приоритетной поддержки высокотехнологических и наукоемких отраслей производства товаров, услуг, творческих (креативных) индустрий.

Развитие же социальной сферы агломераций согласно Стратегии, зависит от формирования качественной жилой и инфраструктурной среды.

Таким образом, проанализировав нынешнее состояние правового регулирования в сфере агломерации мы пришли к следующим выводам:

Во-первых, на уровне субъектов правовое регулирование формирования и функционирования агломерированных территорий более развито, нежели на федеральном уровне.

Во-вторых, в настоящий момент (2020 год) нарастают тенденции обращения внимание на развитие правового регулирования агломераций. Об этом свидетельствует нормативное закрепления терминов агломераций и целей развития агломерационного комплекса Российской Федерации.

В настоящее время процесс развития агломераций становится все более развитым в России. Термины «крупная городская агломерация» и «крупнейшая городская агломерация» закреплены в Стратегии пространственного развития, что говорит о возросшем внимании к данному вопросу со стороны федеральных органов власти. Однако, большее внимание уделяется социально-экономическому и инфраструктурному развитию уже существующих городских агломераций.

Библиографический список

- 1. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» Интернет портал http://www.kremlin.ru/acts/bank/20035
- 2. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» Интернет портал информационно-правового обеспечения http://base.garant.ru/70684666/
- 3. «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» Интернет портал Правительства РФ http://static.government.ru/media/files/UVAlgUtT08o60RktoOXI22JjAe7irNxc.pdf
- 4. Закон Томской области от 10 апреля 2017 г. № 23-ОЗ «О развитии агломераций в Томской области» Электронный фонд правовой и нормативнотехнической информации http://docs.cntd.ru/document/467934283
- 5. Закон Белгородской области от 1 марта 2016 г. № 58 «О развитии агломераций в Белгородской области» Электронный фонд правовой и нормативнотехнической информации http://docs.cntd.ru/document/432897304
- 6. Закон от 26 декабря 2017 года № 190-3 «О внесении изменений в Закон Нижегородской области "О перераспределении отдельных полномочий между органами местного самоуправления муниципальных образований Нижегородской области и органами государственной власти Нижегородской области"» Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации http://docs.cntd.ru/document/465517302
- 7. Белоконь Ю. Н. Региональное планирование (теория и практика) / Ю. Н. Белоконь / под. ред. И. А. Фомина. К.: Логос, 2003. 259 с.
- 8. Изутова О.В. Агломерации наступают [Электронный ресурс]. Экономика №3 21 марта 2019 Режим доступа: http://bujet.ru/article/370034.php
- 9. Лаппо Г. М. География городов: учеб. пособие для геогр. ф-тов вузов / Г. М. Лаппо. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. 480 с.
- 10. Любовный, В. Я. Городские агломерации России: от стихийного к целенаправленному развитию / В. Я. Любовный // Муниципалитет: экономика и управление. 2015. № 1(10). С. 5-16.
- 11. Лаппо Г. М. География городов: учеб. пособие для геогр. ф-тов вузов / Г. М. Лаппо. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. 480 с.
- 12. Проблемы изучения городских агломераций/Под ред. Г.М. Лаппо, Ф.М. Листетенругта. М.: Институт географии АН СССР, 1988. 76 с.
- 13. Перцик Е.Н. Города мира: География мировой урбанизации. М.: Международные отношения, 1999. 382 с.

- 14. Пузанов А.С., Попов Р.А. Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1 / Муниципальное имущество: экономика, право, управление 2019 вып. 1 С. 21-27
- 15. Пузанов А.С., Попов Р.А. Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1 / Муниципальное имущество: экономика, право, управление 2019 вып. 1 С. 21-27
- 16. Пузанов А.С., Попов Р.А. Отражение вопросов развития городских агломераций в документах стратегического планирования и программных документах регионального и межмуниципального уровня. Часть 1 / Муниципальное имущество: экономика, право, управление 2019 вып. 1 С. 21-27
- 17. Сарварова Э. Р., Гусева М. С. Городские системы расселения: новые перспективы и барьеры развития // Современные наукоемкие технологии. 2014. № 7. Ч. 1. С. 79-81.
- 18. Фомин И. А. Количественные признаки городских агломераций / И. А. Фомин // Градостроительство. Районная планировка. Городские агломерации К.: Будивэльнык. 1967. С. 20–28.
- 19. Шмидт А.В., В. С. Антонюк В.С., Франчини А. Городские агломерации в региональном развитии: теоретические, методические и прикладные аспекты // Экономика региона. 2016. Т. 12, вып. 3. С. 776–789

Маркетинг

УДК 339.13

Веряскин П.Г. Создание благоприятного имиджа гостиничного предприятия при помощи PR-деятельности

Creating a favorable image of a hotel company through PR activities

Веряскин Павел Геннадьевич

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П.Огарёва» Россия, г. Саранск Veryaskin Pavel Gennadievich «Mordovia state University. N. P. Ogareva»

Russia, Saransk

Аннотация. В данной статье раскрывается актуальность внедрения и использования PR в деятельности гостиничного предприятия. Анализируется возможности PR-инструментов при создании благоприятного имиджа отеля. Рассматривается опыт применения Public Relations в деятельности конкретного не сетевого, регионального отеля.

Ключевые слова: рыночная экономика, индустрия гостеприимства, гостиничный бизнес, маркетинг, PR-деятельность отеля.

Abstract. This article reveals the relevance of the introduction and use of PR in the activities of a hotel enterprise. The article analyzes the possibilities of PR tools for creating a favorable image of the hotel. The article considers the experience of using Public Relations in the activities of a specific non-network, regional hotel.

Keywords: market economy, hospitality industry, hotel business, marketing, PR-activity of the hotel.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Организация и ведения гостиничного бизнеса в сегодняшних рыночных условиях требует от менеджеров знания не только специфики работы предприятий этой сферы, но и выработки стратегий, способствующих повышению конкурентоспособности гостиничных организаций и увеличению их рыночной доли на рынке предоставления услуг временного проживания. Данной работа будет актуальна отелям, осознающим необходимость создания не только гостиничной услуги высокого качества, установления оптимальной цены на неё, но и грамотного привлечения общественности как к предприятию в целом, так и к предоставляемым услугам, а также непосредственного побуждения потребителей к приобретению именно у данного предприятия.

Одним из основных и результативных инструментов продвижения торгового бренда и продукта гостиницы являются PR – мероприятия. Общепринято, что Public

Relations – это один из инструментов маркетинга, представляющий из себя плановую деятельность, направленную на формирование всестороннего понимания и доверия общественности фирме, а также на убеждение в её благотворном влиянии на жизнь отдельной личности и общества в целом.

Чтобы не ограничиваться одним понятием, давайте рассмотрим следующие мнения теоретиков и практиков о значении Public Relations:

- знаменитая международная гостиничная сеть Hilton International для себя определило PR так: «Процесс, обеспечивающий нам позитивный имидж и предпочтение со сторон клиентов при участии третьей стороны» [4];
- французский маркетолог Г. Лерой высказал мнение, что PR это «комплекс скоординированных действий по воздействию на общественное мнение, направленных на то, чтобы изменить свою пользу установки и поведения людей»;
- Питер Диксон считает: Public Relations являет собой функцию управления, «посредством которой оценивается мнение общественности, политика и тактика организации соотносится с общественными интересами, а также реализуется программа действий в целях завоевания и расположения общественности» [3].

Примечательно, что возникновение и развитие PR связано с тем, что массовый маркетинг перестал отвечать новым запросам коммуникационной политики гостиничных компаний, стоимость рекламы сегодня увеличивается с каждым днем, а охват её публики резко снижается. Многие отели отлично осознают это и поэтому все чаще применяют Public Relations на практике. [2, 681с.]

Необходимо сказать, что главными и отличительными чертами PR гостиничного предприятия являются следующие аспекты:

- персональный и творческий подход к различным социальным и общественным событиям, что даёт огромную возможность гостиничной компании отличиться и выделить свой продукт и свою марку среди похожих предложений конкурентов;
- охватывает более широкую аудиторию, но не навязывает готовых решений клиентам, давая возможность самостоятельно делать выбор.

Основной целью Public Relations является так называемая теория о маркетинге-взаимодействии, то есть бизнес-структура стремится к достижению взаимопонимания с общественными организациями, с мнением всего общества в сфере деятельности данной структуры. Так связь с общественностью всегда направлена на убеждение потребителей в том, что гостиница в первую очередь заботиться о клиенте, об окружающей среде, о повышении уровня жизни, о выпуске высококачественных услуг, а потом уже только о своей выгоде [1, 270 с.].

Обратившись к рисунку 1. можно наглядно увидеть, что Public Relations в гостиничном предприятии налаживается и работает в трёх направлениях.

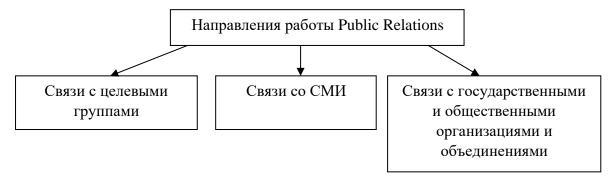


Рисунок 1. Направления работы Public Relations гостиничного предприятия

Необходимо отметить, что в основные PR – мероприятия гостиничной организации может входить достаточно обширный следующий список:

- пресс-релизы;
- пресс-конференции;
- экскурсии, организуемые отелем;
- дни открытых дверей;
- выступление руководящего звена отеля на радио, в печати;
- организация выставок и торжеств о деятельности отеля;
- спонсорская и благотворительная деятельность;
- выпуск книг, журналов, брошюр различной тематики.

Для рассмотрения на практике использования PR – мероприятий и их влияния на общую работу отеля была взята ООО «Гостиница «Саранск» (Россия, г. Саранск). Данная организация имеет заслуженные 3 звезды, опыт работы в сфере гостеприимства 40 лет и к недавнему времени столкнулась с достаточно высокой конкуренцией в лице такой международной гостиничной сети, как «Mercure» - 4 звезды (отноститься к Accor group) и высококлассной гостиницы «Radisson Hotel & Congress Center Saransk». Дело в том, что все три организации, несмотря на разный уровень звёздности, предоставляют качественный сервис, предлагают, с небольшими расхождениями, предельно схожий набор дополнительных услуг и определяют предельно одинаковый уровень цен на проживание. Поэтому в данной статье проанализируем, как ООО «Гостиница «Саранск» при помощи PR- деятельности поддерживает свою долю на рынке гостиничных услуг города Саранск.

ООО «Гостиница «Саранск» использует следующие виды PR – мероприятий: выступления в СМИ, пресс-релизы, пресс-конференции, фирменный стиль, участие в конкурсах и выставках.

Устная речь является мощнейшим способом поддержания связей с общественностью. Вот и в данной гостинице проводится личное общение с каждым клиентом при его регистрации. При этом сотрудниками фирмы узнается, какие предпочтения в размещении есть у клиента, и какими дополнительными услугами отеля он может воспользоваться.

ООО «Гостиница «Саранск» принимает активное участие в конкурсах, например, «100 лучших товаров Мордовии», «SKY TRAVEL AWARDS» в номинациях «Лучший российский отель 3* у аэропорта» и «Лучший региональный отель 3* у аэропорта», а также в выставочной деятельности.

В рассматриваемой гостиничной организации особое внимание уделяется умению вести телефонные разговоры. От сотрудника, отвечающего на звонки потенциальных клиентов, зависит то, каким будет первое впечатление об ООО «Гостиница «Саранск» и согласится ли потребитель воспользоваться услугами размещения данного предприятия.

Уже как три года подряд коллектив и руководство ООО «Гостиница «Саранск» Новым посещают ГКУ3 PM «Большеберезниковский перед ГОДОМ дом ребенка специализированный», что говорит 0 социальной функции данного предприятия и создаёт благоприятный имидж гостиницы.

Рассматриваемое средство размещение стало партнёром «Тотального диктанта», мероприятия всероссийского масштаба, которое прошло 13 апреля 2019 года в том числе и в городе Саранск.

ООО «Гостиница «Саранск» располагает оборудованными залами для проведения культурных мероприятий и различных конференций, что так же привлекает общественное внимание к данному средству размещения.

В коммуникационной политике гостиницы присутствует и спонсорская деятельность. Так отель стал спонсором межрегионального женского форума «Весна перемен», прошедшего в Саранске 9 марта 2019 года, предоставив иногородним участницам уютные номера и доброжелательную обстановку. Это PR-мероприятие увеличило клиентскую базу гостиницы и еще раз доказало, что выбранное средство размещения готово работать с общественностью.

Анализируемый отель всегда внимательно и трепетно относится к своему стилю: обслуживающий персонал имеет фирменную одежду, а логотип компании напоминает о символе города Саранск (лиса), что и позволяет клиентам идентифицировать ООО «Гостиница «Саранск» среди других средств размещения.

Итак, можно сделать вывод, что грамотная PR – деятельность гостиницы поддерживает её привлекательную репутацию в глазах общественности и, следовательно, потенциальных клиентов, способствует повышению продаж, повышает популярность и помогает регулировать отношения и с социумом, и с государственной властью.

Библиографический список

- 1. Диксон. П. Управление маркетингом / П. Диксон.- М.: «Изд-во БИНОМ», 2005. 520 с.
- 2. Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 1071 с.
- 3. Панкратов Ф.Г., Серёгина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1996
- 4. Jessica Miller, «Marketing Communications», Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 34, no. 5 (October 1993), 49.

Региональная экономика

УДК 519.237.5

Тиндова М. Г. Изучение социально-экономического положения Саратовской области методами факторного и регрессионного анализа

Study of the socio-economic situation of the Saratov region using factor and regression analysis

Тиндова М. Г.

к.э.н., доцент кафедры прикладной математики и системного анализа Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А. Tindova M.G.

> Candidat of Sciences (in Economics), Associate Professor Department of Applied Mathematics and System Analysis Yuri Gagarin State Technical University of Saratov

Аннотация. В работе проводится анализ динамики социально-экономического положения Саратовской области с помощью аппарата регрессионного и факторного анализа. На первом шаге работы проводится первичный анализ макроэкономических показателей, характеризующих развитие Саратовской области, на основе анализа временных рядов. Далее проводится корреляционный анализ с целью выявления основных зависимостей между переменными, регрессионный анализ, направленный на построение основных тенденций в исследуемых рядах динамики и коинтеграционный анализ, позволивший сделать прогноз развития Саратовской области на три года. На следующем шаге в работе проводится факторный анализ двумя различными методами, показавший аграрную направленность экономики Саратовского региона.

Ключевые слова: региональная экономика; регрессионный анализ; факторный анализ

Abstract. In this paper, the author analyzes the dynamics of the socio-economic situation of the Saratov region using regression and factor analysis. At the first step of the work, the author conducts a primary analysis of macroeconomic indicators that characterize the development of the Saratov region, based on the analysis of time series. Further, the author conducts a correlation analysis to identify the main dependencies between variables, a regression analysis aimed at building the main trends in the studied series of dynamics, and a co-integration analysis that made it possible to make a forecast of the development of the Saratov region for three years. In the next step, the author conducts a factor analysis using two different methods, which shows the agricultural orientation of the economy of the Saratov region.

Keywords: regional economy; regression analysis; factor analysis

Рецензент: Землянухин А.И. - д.ф.-м.н., профессор, Зав. кафедрой прикладной математики и системного анализа Саратовского государственного технического университета

Анализ социально-экономического развития территории является одним из основных и традиционных методов региональной экономики. Он основывается на использовании системы статистических показателей, которые характеризуют основные явления и пропорции, существующие в региональной экономической системе, и, поэтому относится к группе статистических методов. Цель этого анализа – выявить

диспропорции и неиспользуемые возможности экономического роста для последующего обоснования вариантов стратегии социально-экономического развития региона [1].

Чаще всего методологической основой изучения социально-экономического положения территорий является инструментарий таких методов математического моделирования как факторный и регрессионный анализы. Целью нашей работы является изучение социально-экономического потенциала Саратовской области на основе изучения динамики макроэкономических показателей ее развития (рис. 1) за период с 2010 по 2019 года [2]. В качестве эндогенной переменной, описывающей социально-экономическое развитие Саратовского региона выберем переменную x₄ – ВРП на душу населения.

Регрессионный анализ временных рядов. На рисунке 1 представлен динамический анализ выбранных переменных, который показывает общую тенденцию к увеличению всех показателей, кроме x_1 и x_2 , за рассмотренный промежуток времени.

Первичный анализ временных рядов, основанный на изучении основных статистик [3], показывает, что за исследуемый промежуток времени средняя численность населения в Саратовской области составила 2495,07 тыс.чел и имеется устойчивая тенденция к сокращению (около 15 тыс.чел в год (темп роста) или около 1% в год (темп прироста)).

Аналогично для других переменных. Наибольший средний темп роста характерен для переменной x_4 – ВРП на душу населения – около 22,5 тыс.руб в год (или 19,7% в год (темп прироста)). Также намечен устойчивый рост переменных x_5 – продукция сельского хозяйства – в среднем на 10,5 млрд.руб в год (около 17,8%) и x_9 – инвестиции в основной капитал – на 12,7 млрд.руб в год (или около 17,7%).

Проводя корреляционный анализ [4], была получена достаточно сильная и устойчивая зависимость всех переменных от времени: от $r_{tx_6} = 0.615$ до $r_{tx_3} = 0.983$. Кроме того корреляционный анализ показал отрицательную корреляционную связь переменной x_2 со всеми остальными, кроме x_1 , т.е. увеличение безработицы в регионе приводит к сокращению остальных макроэкономических показателей социально-экономического развития области. Связь между остальными переменными носит положительный характер.

Результаты регрессионного анализа зависимости переменных от времени представлены в таблице 1. Для данных моделей $t_{\rm kp}(n=11,~\alpha=5\%)=1,79,$ другими словами все гипотезы о значимости параметров моделей принимаются по критерию Стьюдента; $F_{\rm kp}(k_1=11,k_2=1,\alpha=5\%)=4,8$ и коэффициенты детерминации значимы по критерию Фишера [5].

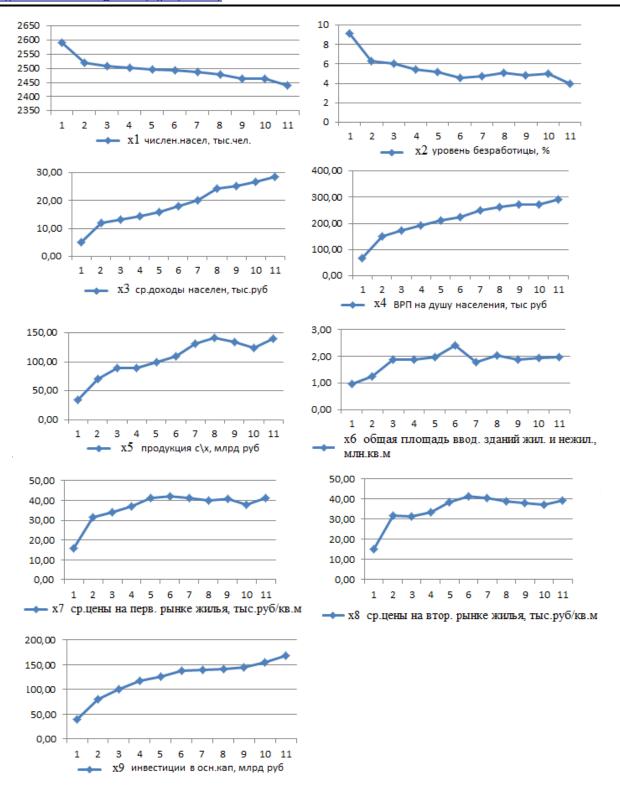


Рисунок 1. Основные тенденции развития показателей социально-экономического положения Саратовской области за 2010 – 2019 гг.

Анализ автокорреляционных функций для выбранных переменных показал наличие только основной тенденции в исследуемых временных рядах и отсутствие каких-либо циклических составляющих.

Другими словами, компонентный состав уровней временных рядов имеет вид: $\mathbf{x}_{it} = \mathbf{T} + \boldsymbol{\varepsilon}.$

Таблица 1 Модели основных тенденций

Переменные	Уравнение	Коэффициент детерминации	t-статистика
X1 – численность населения, тыс.чел	$x_1 = 2558.9 - 10.6 \cdot t + \varepsilon$	0,811	$t_{b_1} = 6.2$
X2 – уровень безработицы, %	$x_2 = 7,4 - 0,32 \cdot t + \varepsilon$	0,607	$t_{b_1} = 3,7$
X3 – средние доходы населения, тыс.руб	$x_3 = 5,6 + 2,15 \cdot t + \varepsilon$	0,967	$t_{b_1} = 16,2$
X4 – ВРП на душу населения, тыс.руб	$x_4 = 99,8 + 19,15 \cdot t + \varepsilon$	0,892	$t_{b_1} = 8,6$
X5 – продукция с/х, млрд.руб	$x_5 = 20.5 + 23.2 \cdot t - 1.2 \cdot t^2 + \varepsilon$	0,939	$t_{b_1} = 5.9$ $t_{b_2} = 3.7$
X6 – общая площадь вводимых жилых и нежилых зданий, млн. кв.м	$x_6 = 0.7 + 0.38 \cdot t - 0.03 \cdot t^2 + \varepsilon$	0,744	$t_{b_1} = 4.7$ $t_{b_2} = 3.4$
X7 – средние цены на первичном рынке жилья, тыс.руб/кв.м	$x_7 = 14,1 + 7,6 \cdot t - 0,5 \cdot t^2 + \varepsilon$	0,852	$t_{b_1} = 5.5$ $t_{b_2} = 4.4$
X8 – средние цены на вторичном рынке жилья, тыс.руб/кв.м	$x_8 = 13.5 + 7.1 \cdot t - 0.45 \cdot t^2 + \varepsilon$	0,837	$t_{b_1} = 5.4$ $t_{b_2} = 4.1$
X9 – инвестиции в основной капитал, млрд.руб	$x_9 = 61,2 + 10,28 \cdot t + \varepsilon$	0,859	$t_{b_1} = 7.4$

Коинтеграционный анализ временных рядов. Дальнейший анализ сосредоточим на изучении влияния на ВРП на душу населения всех остальных показателей.

Проверим гипотезу о наличии коинтеграции между рядами на основе критерия Ингла-Грэнджера. С этой целью строим линейную регрессию зависимости x_4 от остальных переменных: $x_{4t} = -192,6 + 0,06 \cdot x_{1t} + 1,87 \cdot x_{2t} + 3,15 \cdot x_{3t} + 0,48 \cdot x_{5t} - 13,9 \cdot x_{6t} + 2,11 \cdot x_{7t} - 0,26 \cdot x_{8t} + 0,71 \cdot x_{9t}$, параметры b_i данного уравнения значимы при α =5%, R^2 =0,899 и он значим по критерию Фишера. Определяя остатки по данной

регрессии, строим зависимость вида: $\Delta \varepsilon_t = a + b \cdot \varepsilon_{t-1} = 0.16 - 0.52 \varepsilon_{t-1}$. Расчетное значение t-статистики для параметра b равно (3,203); критическое значение критерия Ингла-Грэнджера при α =5% равно 1,9439 [4]. Таким образом, гипотеза об отсутствии коинтеграции между рядами отклоняется, т.е. с вероятностью 95% можно говорить о совпадении динамики изучаемых временных рядов.

Парные коэффициенты корреляции между исследуемыми рядами лежат в диапазоне от $_{x_2x_6}=0.637$ до $_{x_1x_2}=0.943$.

Для моделирования регрессионной зависимости между исследуемыми показателями воспользуемся уравнением регрессии по отклонениям от трендов [6]:

$$\varepsilon_{\rm t\,x_4} = a + \sum_{i \neq 4} b_i \varepsilon_{\rm t\,x_i} = 0 + 0.22 \varepsilon_{\rm t\,x_1} - 15 \varepsilon_{\rm t\,x_2} + 5.3 \varepsilon_{\rm t\,x_3} + 0.3 \varepsilon_{\rm t\,x_5} - 18 \varepsilon_{\rm t\,x_6} - 0.1 \varepsilon_{\rm t\,x_7} - 1.2 \varepsilon_{\rm t\,x_8} + 0.73 \varepsilon_{\rm t\,x_9}.$$

Коэффициент детерминации R^2 =0,992 и он значим по критерию Фишера. Коэффициент b_1 говорит о том, что случайные отклонения по ряду x_4 – ряду ВРП на душу населения – в 0,22 раз выше случайных колебаний в ряду x_1 – численности населения в Саратовской области; остальные параметры аналогично.

Данное уравнение можно использовать для прогноза переменной х₄ в зависимости от предполагаемого изменения остальных переменных.

Ранее получили уравнения зависимости переменных x_i от времени t (таблица 1), тогда уравнение по отклонениям от трендов будет иметь вид:

$$x_{4t} = -402,45 + 29,73 \cdot t - 0,77 \cdot t^2 + 0,22 \cdot x_1 - 15 \cdot x_2 + 5,3 \cdot x_3 + 0,3 \cdot x_5 - 18 \cdot x_6 - 0,1 \cdot x_7 - 1,2 \cdot x_8 + 0,73 \cdot x_9$$

Где параметр b_1 =29,73 говорит о том, что воздействие всех факторов, кроме отобранных факторов x_i ($i \neq 4$) на величину ВРП на душу населения приведёт к его среднегодовому абсолютному росту на 29,73 тыс.рублей.

Параметр b₂=-0,77 показывает скорость данного процесса, т.е. ежегодно данное влияние приводит к снижению увеличения ВРП на душу населения на 770 рублей.

Параметр b_3 =0,22 показывает, что если численность населения увеличится на на 1 тыс.человек, то ВРП на душу населения увеличится на 220 рублей; параметр b_4 =-15 говорит о том, что если уровень безработицы в Саратовской области увеличится на 1%, то ВРП на душу населения сократиться на 15 тыс.рублей; b_5 =5,3 говорит об увеличении ВРП 5,3 тыс.рублей при росте средних доходов населения на 1 тыс.рублей; параметр b_6 =0,3 показывает изменение ВРП при росте объемов продукции сельского хозяйства на 1 млрд.рублей; параметр b_7 =-18 говорит о сокращении ВРПна душу населения при увеличении общей площади вводимых зданий на 1 млн.кв.м; параметры b_8 =-0,1 и b_9 =-1,2 показывают изменение ВРП при росте стоимости жилья на 1 тыс.руб/кв.м на первичном и вторичном рынках соответственно; последний параметр b_{10} =0,73

показывает изменение ВРП на душу населения при увеличении инвестиций в основной капитал на 1 млрд.рублей.

Составим трехгодичный прогноз изменения ВРП на душу населения в Саратовской области на основе построенной модели:

- для 2020 года: в этом случае t=12 и из уравнений, представленных в таблице 1 получаем $x_{1t}=2431,24,\ x_{2t}=3,52,\ x_{3t}=31,39,\ x_{5t}=131,36,\ x_{6t}=1,58,\ x_{7t}=33,34,\ x_{8t}=32,70$ и $x_{9t}=184,55,\$ тогда из уравнения по отклонения о трендов получаем $x_{4t}=594,8,\$ т.е. если численность населения в Саратовской области в 2020 году составит 2431,24 тыс.человек, уровень безработицы 3,52%, средние доходы населения составят 31,39 тыс.рублей, объем продукции сельского хозяйства 131,36 млрд.рублей, общая площадь вводимых зданий 1,58 млн.кв.м, средняя стоимость жилья на первичном и вторичном рынках 33,34 тыс.руб/кв.м и 32,7 тыс.руб/кв.м соответственно, а объем инвестиций в основной капитал 184,55 млрд.рублей, то ВРП на душу населения в 2020 году будет 594,8 тыс.рублей;

- для 2021 года: t=13, $x_{1t}=2420,61$, $x_{2t}=3,19$, $x_{3t}=33,54$, $x_{5t}=125,51$, $x_{6t}=1,32$, $x_{7t}=28,45$, $x_{8t}=28,33$, $x_{9t}=194,82$, a $x_{4t}=635,48$;
- для 2022 года: t=14, $x_{1t}=2409,97$, $x_{2t}=2,87$, $x_{3t}=35,69$, $x_{5t}=117,33$, $x_{6t}=1,01$, $x_{7t}=22,55$, $x_{8t}=23,05$, $x_{9t}=205,11$, a $x_{4t}=675,97$.

Ошибка аппроксимации полученной модели (по отношению к исходным данным) составляет A=16,9%, (по отношению к модели, представленной в таблице 1) A=13,7%.

Факторный анализ социально-экономического положения. Под факторным анализом понимается методика комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результативных показателей [7]. Важным методологическим вопросом в факторном анализе является определение формы зависимости между факторами и результативными показателями, а также моделирование этих зависимостей.

Таблица 2

Анализ изменения факторов

параметр		прошлый период	исследуем. период	изменение показателя	
		(2018)	(2019)	в абсол. знач.	в относит. знач, %
X1	численность населения, млн.человек	0,246	0,244	-0,002	-0,9
X2	уровень безработицы, %	5	4	-1	-20
Х3	средние доходы населения, тыс.рублей	26,82	28,51	1,68	6,3
X4	ВРП на душу населения, тыс руб	271,7	291,9	20,2	7,5
X5	продукция сельского хозяйства, млрд.рублей	124,7	140	15,3	12,3
Х6	общая площадь вводимых жилых и нежилых зданий, млн.кв.м	1,94	1,98	0,04	2,06
X7	средние цены на первичном рынке жилья, тыс.руб /кв.м	37,9	41,2	3,3	8,7
X8	средние цены на вторичном рынке жилья, тыс.руб /кв.м	37,1	39,4	2,3	6,2
Х9	объем инвестиций в основной капитал, млрд.рублей	155,3	167,9	12,6	8,14

В зависимости от типа факторной модели различают два основных вида факторного анализа – детерминированный и стохастический. Детерминированный факторный анализ представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер. Проведем детерминированный факторный анализ социально-экономического положения Саратовской области способом абсолютных разниц [8].

Аналогично предыдущему случаю, в качестве результативного признака факторного анализа выберем показатель x₄ – ВРП на душу населения, остальные переменные рассмотрим в качестве факторов его определяющих.

На первом шаге проведем анализ изменения социально-экономического положения Саратовской области за период 2018 – 2019, результаты которого представлены в таблицах 2 и 3.

Из таблицы 2 видно, что общее изменение всех факторов кроме x₄ за отчетный период составило 22,78%; изменение же переменной x₄ – ВРП на душу населения –

составило только 7,5%, что говорит о наличии других факторов, влияющих на данный показатель и не учтенных в нашем исследовании.

Факторную модель изменения показателя ВРП под влиянием факторов $x_1 - x_9$, рассмотрим в виде: ВРП = $\prod_{i \neq 4} x_i$.

Таблица 3 Факторный анализ изменения ВРП

№ подстанов	факторы, влияющие на показатель						произведение факторов	величина влияния		
ки	X1	X2	Х3	X5	X6	X7	X8	X9	φαιτορου	фактора
0	0,24 6	5	26,8	0,12	1,94	37,9	37,1	0,16	17447,7	
1	0,24 4	5	26,8	0,12	1,94	37,9	37,1	0,16	17290,9	-156,8
2	0,24 4	4	26,8	0,12	1,94	37,9	37,1	0,16	13832,7	-3458,2
3	0,24 4	4	28,5	0,12	1,94	37,9	37,1	0,16	14700,2	867,5
4	0,24 4	4	28,5	0,14	1,94	37,9	37,1	0,16	16504,6	1804,3
5	0,24 4	4	28,5	0,14	1,98	37,9	37,1	0,16	16844,8	340,3
6	0,24 4	4	28,5	0,14	1,98	41,2	37,1	0,16	18311,5	1466,7
7	0,24 4	4	28,5	0,14	1,98	41,2	39,4	0,16	19446,7	1135,2
8	0,24 4	4	28,5	0,14	1,98	41,2	39,4	0,17	21030,1	1583,3
всего									1	3582,33

Следует обратить внимание на то, что в факторной модели, используемой в методе цепных подстановок в первую очередь указываются количественные факторы, а во вторую – качественные.

Расчет влияния факторов представлен в таблице 3.

Таким образом, из таблицы 3 видно, что общее изменение всех факторов в 2018-19 годах привело к повышению ВРП на душу населения на 3582,33 руб. Фактическое изменение ВРП на душу населения составило 20244,6 руб., другими словами, рассмотренные факторы только на 17,7% объясняют колебания ВРП.

Рассчитаем влияние факторов на изменение ВРП на душу населения в 2019 году методом относительных разниц [9]:

- 1) за счет изменения численности населения: $0.246 \cdot \frac{0.244 0.246}{0.246} = -0.02$
- 2) за счет изменения уровня безработицы: $(0.246 0.02) \cdot \frac{4-5}{5} = -0.4882$
- 3) за счет изменения средних доходов населения:

$$(0,246 - 0,02 - 0,4882) \cdot \frac{28,5 - 26,8}{26,8} = 0,122$$

4) за счет изменения продукции сельского хозяйства:

$$(0,246 - 0,02 - 0,4882 + 0,122) \cdot \frac{0,14 - 0,12}{0,12} = 0,255$$

5) за счет изменения общей площади вводимых жилых и нежилых зданий:

$$(0,246 - 0,02 - 0,4882 + 0,122 + 0,255) \cdot \frac{1,98 - 1,94}{1,94} = 0,048$$

6) за счет изменения средней цены на первичном рынке жилья:

$$(0.246 - 0.02 - 0.4882 + 0.122 + 0.255 + 0.048) \cdot \frac{41.2 - 37.9}{37.9} = 0.207$$

7) за счет изменения средней цены на вторичном рынке жилья:

$$(0,246 - 0,02 - 0,4882 + 0,122 + 0,255 + 0,048 + 0,207) \cdot \frac{39,4 - 37,1}{37.1} = 0,16$$

8) за счет изменения инвестирования в основной капитал:

$$(0,246 - 0,02 - 0,4882 + 0,122 + 0,255 + 0,048 + 0,207 + 0,16) \cdot \frac{0,17 - 0,16}{0,16} = 0,223$$

Такой подход позволяет увидеть влияние каждого фактора в отдельности на изменение ВРП на душу населения.

Применение всех выше перечисленных методов факторного анализа изменения социально-экономического положения Саратовской области показало, что сокращение численности населения и уровня безработицы привело к снижению показателя ВРП на душу населения; изменение других факторов, имеющих положительную направленность, привело к увеличению ВРП. Кроме того, наибольшую долю в ВРП области имеет такой фактор как продукция сельского хозяйства, что говорит об аграрной направленности развития Саратовской области.

Библиографический список

- 1. Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. Стратегическое планирование и Екатеринбург УрФУ. 2011.
- 2. Регионы России. Социально-экономические показатели // Стат. сб. / Госкомстат России [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/region_stat/sep_region.html (дата обращения: 20.04.2020).

- 3. Тиндова М.Г. Инструментальные методы сравнительного подхода / М.Г. Тиндова; под ред. В.В. Носова; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. Бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Саратовский гос. социально-экономический ун-т». Саратов. 2012.
- 4. Сажин Ю.В. Анализ временных рядов и прогнозирование: учебник / Саранск: Изд-во Мордов. ун-та. 2013. 192 с.
- *5.* Тиндова М.Г. Нечеткая модель оценки земельных участков // Журнал экономической теории. 2010. № 4. С. 170-179.
- 6. Тиндова М.Г., Максимов А.А. Эконометрический анализ ценообразования жилой недвижимости // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. № 2(18). 2016. С. 71-78.
- 7. Тиндова М.Г. Анализ сезонности в модели прогноза платных услуг населению в РФ // Вестник торгово-технологического института. вып. 10. 2016. С. 115-121.
- 8. Тиндова М.Г. О возможности использования ГИС-технологий в решении задач оценки недвижимости // Экономический анализ: теория и практика. № 4(37). 2005. С. 60-64.
- 9. Ким Дж.-О. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ [Электронный ресурс]. URL: https://obuchalka.org/20190819112785/faktornii-diskriminantnii-i-klasternii-analiz-kim-dj-o-muller-ch-u-klekka-u-r-enukov-i-s-1989.html (дата обращения: 20.04.2020)

Экономика труда

УДК 33

Панова А.Ю., Банцова Е.А. Мотивация и стимулирование труда работников гидрометеорологической наблюдательной сети ФГБУ «Северное УГМС»

Motivation and stimulation of labor of employees of the hydrometeorological observation network of the FGBU "Northern UGMS"

Панова Анастасия Юрьевна

Российский государственный гидрометеорологический университет, доцент кафедры экономики предприятия природопользования и учетных систем Банцова Елена Александровна

Российский государственный гидрометеорологический университет, Магистрант Panova Anastasia Yurievna

Russian State Hydrometeorological University, Associate Professor of the Department of Economics of Environmental Management Enterprise and Accounting Systems

Bantsova Elena Alexandrovna

Russian State Hydrometeorological University, Master student

Аннотация. Целью написания статьи является анализ основных особенностей системы мотивации и стимулирования труда работников, действующей в ФГБУ «Северное УГМС» и перспектив ее развития. В работе использованы следующие методы анализа: сравнительный анализ и описание. В качестве результатов можно указать следующее: выполнен анализ укомплектованности кадрами и особенностей построения системы мотивации и стимулирования труда работников Северного УГМС за трехлетний период (2017-2019 гг.).

Ключевые слова: мотивация труда, стимулирование труда, гидрометеорологические наблюдения, гидрометеорологическая наблюдательная сеть

Abstract. The purpose of this article is to analyze the main features of the system of motivation and stimulation of workers' work, operating in the FSBI "Northern UGMS" and the prospects for its development. The following methods of analysis were used in the work: comparative analysis and description. As the results, the following can be indicated: an analysis of the staffing level and the features of building a system of motivation and stimulation of labor of employees of the Northern UGMS for a three-year period (2017-2019) was carried out.

Keywords: labor motivation, labor stimulation, hydrometeorological observations, hydrometeorological observation network

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Введение. Гидрометеорологические наблюдательные сети представляют собой некоммерческие организации, созданной для обеспечения потребностей государства, юридических и физических лиц в гидрометеорологической, гелиогеофизической информации, в информации о состоянии окружающей среды, ее загрязнении.

Учреждения такого типа нуждаются в особой системе мотивации, потребности которой связаны с особенностями деятельности работников.

Объект и методы исследования. ФГБУ «Северное УГМС», чья деятельность по мотивации и стимулированию работников представляет собой объект статьи, является крупнейшим представителем гидрометеорологической отрасли России. географическая сфера влияния охватывает Арктическую зону нашей страны. Для успешного функционирования такого предприятия, достижения его стратегических целей, обеспечения высокой производительности, необходима эффективная система оплаты труда и работы с персоналом. Необходимо также учитывать, что деятельность предприятий гидрометеорологического профиля осложняется наличием в их структуре труднодоступных метеорологических станций, которые имеют особенные условия труда [1; 3]. В качестве методов исследования использованы сравнительный анализ и описание.

Экспериментальная часть. По состоянию на 1 января 2020 года в ФГБУ «Северное УГМС», включая все подразделения, филиалы и станции, фактическая численность работников составила 1 536 человек, сократившись в сравнении с предыдущим 2019 годом всего лишь на 2 человека. Укомплектованность кадрами составила 85,5 %, из них труднодоступных станций - 64 %. Общая текучесть кадров в 2019 году составила 9,8 % [2]. На рисунке 1 представлены данные об укомплектованности кадрами по структурным подразделениям ФГБУ «Северное УГМС».

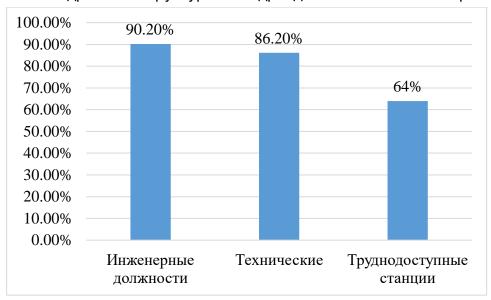


Рисунок 1. Укомплектованность кадрами в ФГБУ «Северное УГМС» по состоянию на 01.01.2020 г.

Одним из важных стратегических направлений кадровой политики предприятия является программа повышения квалификации работников, в рамках которой, по состоянию за 2019 г., специальное обучение прошли 64 специалиста, из них 20 – очно, 44 – дистанционно [5].

Результаты. Отношения между работодателем и работником на предприятии гидрометеорологической отрасли регулируются так называемым «эффективным контрактом», сущность которого заложена в нормативно-законодательных актах РФ [6]. Данный документ содержит все предусмотренные выплаты и бонусы, как материального, так и не материального характера, применяющиеся для оплаты и стимулирования труда персонала.

Основными выплатами стимулирующего характера являются:

- 1) за интенсивность и высокие результаты работы;
- 2) за качество выполняемых работ;
- 3) за стаж непрерывной работы, выслугу лет;
- 4) премиальные по итогам работы;
- 5) за выполнение тяжелых работ, работ с вредными и (или) опасными и иными особыми условиями труда;
 - 6) за работу в местностях с особыми климатическими условиями;
 - 7) За работу в условиях, отклоняющихся от нормальных;
 - 8) прочие стимулирующие выплаты.

Все вышеперечисленное относится к выплатам материального характера и выплачивается работнику в денежном эквиваленте.

Но, наряду с материальными выплатами, особую роль в системе мотивации труда играют и нематериальные поощрения [4]. К сожалению, как показал анализ системы оплаты труда ФГБУ «Северное УГМС», на данном предприятии отсутствует эффективная система нематериального стимулирования, что мы рассматриваем как упущение кадровой политики. В качестве нематериальных стимулов и для обеспечения должной мотивации сотрудников предприятий гидрометеорологической отрасли можно рассмотреть возможность создания условий для:

- карьерного роста;
- признания значимости труда работников (благодарности, грамоты);
- создания благоприятного психологического климата в коллективе (совместные мероприятия, психологические тренинги);
 - профилактики здорового образа жизни (оплата фитнес-услуг);
 - культурного просвещения работников (посещение выставок, экскурсии);
 - рекреационной деятельности (туристические путевки).

Данный вопрос требует дальнейшего детального изучения.

В заключении сформулируем основные выводы:

- 1. Для успешного функционирования предприятия и достижения его стратегических целей необходима эффективная система мотивации и стимулирования труда персонала;
- 2. На примере ФГБУ «Северное УГМС» мы выяснили, что на предприятии действует система эффективного контракта, предусматривающая широкий круг поощрений стимулирующего характера;
- 3. В качестве недостатка системы оплаты труда в ФГБУ «Северное УГМС» следует отметить отсутствие нематериальных средств мотивации сотрудников. Данный вопрос требует детального исследования.

Библиографический список

- 1 Грибановская С.В. Экологическая безопасность как чистое общественное благо. В сборнике: Изменение климата и окружающая среда. Российский государственный гидрометеорологический университет. 2005. С. 363-367.
- 2 Завьялова, Е. К. Нематериальное стимулирование в современных системах управления персоналом российских компаний / Е.К. Завьялова // Вестник СПбГУ. 2007. № 1. С. 165–166.
- 3 Панова А.Ю., Хатуев А.Н. Основные направления решения проблем повышения эффективности деятельности предприятий природопользования//В сборнике: Качество в производственных и социально-экономических системах Сборник научных трудов 6-й Международной научно-технической конференции. В 2-х томах. Ответственный редактор Е.В. Павлов. 2018. С. 143-148.
- 4 Росгидромет. Федеральное государственное бюджетное учреждение «Северное управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды» (ФГБУ «Северное УГМС»). информационное письмо № 201 за 2019 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.sevmeteo.ru/company/i/letter-201.pdf. Дата обращения (05.10.2020)
- 5 Федеральное государственное бюджетное учреждение «Северное управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды». Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа http://www.sevmeteo.ru/company/index.php. Дата обращения (05.10.2020)
- 6 Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. N 597 "О мероприятиях по реализации государственной социальной политики" [Электронный ресурс»]. Режим доступа: https://base.garant.ru/70170950/. Дата обращения (15.10.2020)

УДК 005.95/.96

Семенова Е.Н. Российский и зарубежный опыт адаптации персонала

Russian and foreign experience in personnel adaptation

Семенова Е. Н.

ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет»,
Нижневартовск, Россия
Semenova E. N.
FSBEI HE «Nizhnevartovsk state University»,
Nizhnevartovsk, Russia

Аннотация. В процессе адаптации сотрудники должны адаптироваться к различным аспектам профессиональной деятельности и сфере деятельности самой организации. В этой связи имеет место различный опыт, который позволяет выделить организационную, профессиональную, социальную, психологическую и психоэмоциональную адаптацию. Особенно трудно адаптироваться работникам без какого-либо опыта работы, но в то же время необходимо адаптироваться к условиям конкретной организации, труда, своим новым профессиональным и должностным обязанностям и условиям данной работы.

Ключевые слова. Адаптация, персонал, наставничество, коллектив, сотрудник.

Abstract. In the process of adaptation, employees must adapt to various aspects of their professional activities and the scope of the organization itself. In this regard, there are various experiences that allow us to distinguish organizational, professional, social, psychological and psychoemotional adaptation. It is especially difficult for employees without any work experience to adapt, but at the same time it is necessary to adapt to the conditions of a particular organization, work, their new professional and job responsibilities, and the conditions of this work.

Keywords. Adaptation, staff, mentoring, team, employee.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

На сегодняшний день важность роли персонала в коммерческом успехе компании не сразу приходит к большинству ключевых менеджеров и первых руководителей. По результатам нескольких масштабных опросов, проведённых в 2005-2020 гг., не более 50% отечественных компаний уделяют достаточное внимание вопросам адаптации вновь принятых сотрудников. Между тем, вкладывая в решение подобных вопросов деньги, время и другие виды ресурсов, можно повысить предсказуемость результатов труда отдельных работников и повысить их эффективность, и зарубежный опыт адаптации персонала это подтверждает [2].

Адаптация есть процесс ознакомления нового сотрудника с деятельностью организации и интеграции его в деловую среду, а основными целями, которые преследует работодатель при организации адаптационного периода для новичков, являются: снижение стартовых затрат; понижение неопределённости для вновь нанятых сотрудников; сокращение текучести кадров; формирование позитивного и

конструктивного отношения к работе каждого нового сотрудника. Для достижения этих целей используются различные адаптационные системы. Известно, что успешность этого процесса во многом зависит не только от особенностей производственной среды, но и от принципов управления персоналом, применяемых в конкретной организации. Современные компании, внедряющие новые методы адаптации, в большинстве своём традиционно ориентируются на российский стандарты США, опыт, либо на Японии, Германии других стран, где принято уделять максимальное внимание профессиональной ориентации, обучению и адаптации сотрудников, и для этого есть веские основания. Опыт адаптации персонала в современной России не так уж и велик и показывает далеко не лучшие результаты, взяв не самое лучшее из адаптации советских работников.

Сравнивая российский и зарубежный опыт адаптации персонала, приходится делать неутешительные выводы: слаборазвитый рынок труда; частое непонимание сущности и значения адаптационных процессов; недооценка потенциальных трудностей; отсутствие практического опыта создания реальных адаптационных систем для руководителей компаний.

Представленный перечень факторов далеко не полный, который приводит к крайне низкому уровню качества трудовой жизни в большинстве российских компаний. Выделяется финансовый аспект, который часто объясняет недостаточное внимание к таким важным задачам, как адаптация персонала. Данный опыт показал, что основной причиной отказа от внедрения современных адаптационных практик является нехватка финансовых средств. Но парадокс ситуации заключается в том, что именно человеческий ресурс считается самым дорогим с экономической точки зрения, а нежелание инвестировать в персонал, так или иначе, лишает компанию возможности эффективно его использовать. В результате работодатель теряет гораздо больше денег, чем требует полноценная адаптация персонала. Зарубежный опыт полон ярких примеров и свидетельств этого [1].

Однако есть и положительные примеры, демонстрирующие, насколько полезной может быть своевременная и полноценная адаптация персонала. Приятно удивляет российский опыт построения комплексной системы работы с молодыми сотрудниками в отдельных компаниях. Например, по состоянию на 2009 г., сотрудниками компаний были в основном молодые мужчины и женщины до 30 лет. Именно в этом возрасте специалисты активно строят карьеру. Внедрение комплексной системы адаптации и обучения сотрудников руководством компании позволило всего за один год повысить параметры экономической адаптации и уровень удовлетворенности персонала своей работой. Сотрудники стали

использовать хорошо структурированные алгоритмы и регламенты в своей повседневной деятельности, в результате чего увеличилась переменная часть зарплаты и возрос интерес к работе [2].

При изучении зарубежного опыта адаптации персонала организации целесообразно учитывать и применять на практике только проверенные, эффективные и универсальные методы. В то время как в России редко используются какие-либо комплексные методы (как правило, работодатели ограничиваются старым добрым наставничеством), зарубежные компании часто ориентируются на разработку многоуровневых систем, позволяющих одновременно обеспечить эффективную психофизиологическую, социальную и экономическую адаптацию новых сотрудников.

Важность комплексной адаптации персонала наиболее показательна на примере Японии, где компании пытаются привлечь новых сотрудников еще в школе. Дело в том, что значительная часть молодежи в этой стране выходит на рынок труда вообще без какой-либо квалификации, но это нисколько не смущает руководителей японских фирм. У каждой японской компании есть своя корпоративная философия, которая фокусируется на таких понятиях, как искренность, гармония, сотрудничество и вклад в улучшение жизни общества [3].

Адаптационная программа для новых сотрудников в Японии может занять до двух лет. Она включает в себя: профессиональную подготовку, изучение истории, принципов и целей организации. Для укрепления командного духа новые сотрудники могут быть размещены в общежитии компании в период адаптации. Наставничество играет значительную роль в адаптации персонала. По мнению японцев, это один из самых эффективных методов адаптации персонала.

Руководители компаний не просто так стремятся привлечь молодых специалистов из школы. Они считают, что отсутствие навыков в их свидетельствует о том, что они не испорчены и готовы принять правила поведения, которые были приняты в этой организации. После окончания вуза каждому молодому специалисту назначается наставник, который, как правило, является выпускником того же вуза. Он знакомится со своей семьей, посещает свой дом, помогает ему адаптироваться на новом месте и разрешает возможные конфликты. Такое наставничество осуществляется до 35 лет. Во время адаптации в Японии новые сотрудники проходят обучение В течение программе, трех месяцев разработанной компанией. Эта программа разработана таким

образом, чтобы развить сильный корпоративный дух уже на этапе обучения [4]. Разработанные американскими специалистами методы адаптации персонала направлены скорее на индивидуализм рабочей силы, чем на ее коллективизм. Для современного этапа развития HR в зарубежных компаниях

характерно увеличение содержания, форм и методов работы с трудовыми ресурсами компании. Кроме того, политика зарубежных менеджеров базируется на углублении специализации в различных функциях управления человеческими ресурсами и повышении профессионализма сотрудников системы управления персоналом.

Хорошим примером адаптации может послужить компания Apple, где персонал играет ключевую роль. Первый рабочий день начинается с ознакомительной программы. Каждый новый сотрудник получает пакет, который содержит: наклейки «Добро пожаловать в Apple», документ из отдела кадров и футболку с указанием года начала работы в компании, а также новый iMac, который должен быть установлен самостоятельно, без технической поддержки. Компания считает, что, если сотрудник достаточно умен, чтобы работать в Apple, то он достаточно умен, чтобы подключить свой компьютер к серверам. Также работодатели ожидают, что в страхе не справиться с этой задачей новый сотрудник начнет быстрее общаться и знакомиться с коллективом. Даже здесь основное внимание уделяется тому, как сотрудник самостоятельно адаптируется к условиям работы в компании и как он проявит себя в определенных ситуациях. Бесспорен тот факт, что компания Apple берет в свою команду только сильных и целеустремленных людей, поэтому степень, в которой сотрудник готов приложить усилия для адаптации в компании, является важным моментом [4].

В Германии проблемы адаптации персонала решаются несколько иначе, так как в этой стране существует специальный закон, который предписывает нормы правового режима предприятия. Этот нормативный документ обязывает работодателя полностью ознакомить вновь прибывшего специалиста с условиями труда и спецификой его сферы деятельности, а также представить его будущим работникам на работе. Для этих целей используются личное общение и обучение. Новичок знакомится с нормативными документами и процедурами. Он получает хорошие советы от старших должностных лиц.

В России в последнее время наметился возврат к такому явлению, как наставничество в ряде сфер деятельности (образование, лечебное дело, ряд производств: сварка, токарное дело), кроме этого, в последнее время развивается такое направление, как «обратное наставничество» (помощь молодых специалистов для взрослых сотрудников, особенно вновь устроившимся в коллектив). Для повышения эффективности адаптации сотрудника без опыта и повышения мотивации к работе в организации, руководителям и специалистам по управлению персоналом сегодня необходимо уделять должное внимание психофизиологическому аспекту адаптации [5].

Таким образом, совмещая позитивные и полезные стороны российского и зарубежного опыта приспособления персонала к новым условиям, современная компания способна в кратчайшие сроки создать комплексную систему адаптации. Комплексный подход к адаптации персонала позволяет эффективно обучать новых сотрудников и повышать их трудоспособность и лёгкое вхождение в коллектив.

Библиографический список

- 1. Белехова Г.В., Бабич Л.В, Чекмарева Е.А. Теоретикометодологические аспекты исследования категории «Качество трудовой жизни» // Социальное пространство. 2017. №3 (10). С. 2-13.
- 2. Вилинская О. Зарубежный опыт адаптации персонала: эффективные и универсальные методики, их отличия от российских // Директор по персоналу 2017. № 4. С. 25-29.
- 3. Дзюба М.А. Опыт зарубежных и российских компаний по адаптации персонала // Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2014. №S. C. 83-86.
- 4. Ильина Л.А., Макарова Н.А. Особенности систем мотивации, применяемых в различных странах, и перспективы их использования в России // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: экономические науки. 2006. №49-2. С. 176-180.
- 5. Николаевский Е.Н. Психофизиологическая адаптация как важное звено адаптации сотрудников организации // Инновационная наука, 2016. №9. С. 338-340.

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 33

Азимина Е.В., Сучкова М.Ю. Роль стандартизации в развитии индустрии 4.0 в Российской Федерации

Role of standardization in the development of the 4.0 industry in the Russian Federation

Азимина Е.В., Сучкова М.Ю.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет (СПбГЭУ)
Azimina E.V., Suchkova M.U.
St. Petersburg State University of Economics (UNECON)

Аннотация. В статье рассматривается потенциал организаций перехода на цифровые технологии. Цифровизация производства, как инструмент выхода из экономического кризиса и роль стандартизации в этом процессе. Важность создания и запуска на государственном уровне платформы «Промышленность Российской Федерации 4.0» по аналогии немецкой «Industry 4.0.». И постановка задач стандартизации в цифровизации промышленности.

Ключевые слова: Стандартизация, цифровизация производства, цифровизация экономики, индустрия 4.0., развитие технологий.

Abstract. The paper deals with the potential of organizations for transition to digital technologies. Digitalization of production as a tool for overcoming the economic crisis and the role of standardization in this process. The importance of creating and launching the platform "Industry of the Russian Federation 4.0" at the state level by analogy with the German "Industry 4.0. And setting of standardization tasks in the digitalization of industry.

Keywords: Standardization, digitalization of production, digitalization of economy, industry 4.0., technology development.

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва

Трудно переоценить роль и значение стандартизации в современном мире. Стереотипы работают аспектом суждения, мерой свойства, конкретной залогом сопоставимости и взаимозаменяемости, содействуя увеличению защищенности, охране самочувствия людей и обороне, находящейся вокруг среды, что наиболее стереотипы содействуют способствуют улучшению свойства жизни. На современном этапе развития отечественной экономики стандартизация является ключевым фактором перехода к Индустрии 4.0. Попробуем раскрыть данный тезис.

Цифровые технологии активно врываются в нашу жизнь, формируя новые потребности и новые способы их удовлетворения, создавая новую конкурентную среду, где борьба ведется за внимание потенциального потребителя в сети, а в конкурентное

противоборство за та кое внимание вступают представителя совершенно разных отраслей, ломая сложившиеся стереотипы маркетинга. Случившаяся в этом году пандемия, как негативное последствие реализовавшегося риска, который был идентифицирован уже давно, но о существовании которого было не принято вспоминать, стала сильным катализатором цифровой трансформации общественно-экономической жизни. Более того, работа в период пандемии на «удаленке» показала преимущества цифровых технологий и их потенциал для организаций.

Цифровизация производства- становится одним из главных инструментов выхода из экономического кризиса и дальнейшего развития российской промышленности, а стандартизация является основой такой трансформации, обеспечивая ее базис и взимодействие субъектов хозяйствования.

Сегодня, Российская промышленность осуществляет ряд успешных проектов в области стандартизации. Так, российские производители железнодорожной техники активно применяют цифровое производство: умный локомотив, цифровые двойники и др., что позволяет создавать единую цифровую среду обмена данными между производителями и эксплуатантами.

На этом же пути находится целый ряд крупных российских компаний, успешно осуществляющих проекты по цифровизации производства — это и ПАО «Россети», ПАО «КАМАЗ», ПАО «Газпром Нефть», «Росатом» и другие.

Значимым вопросом в этой связи становится единая политика в области цифровизации промышленности [1]. Решению данного вопроса должен способствовать Совет по техническому регулированию и стандартизации для цифровой экономики, который был создан Российским союзом промышленников и предпринимателей и Восточным комитетом Германской экономики. Сегодня Совет объединяет порядка 100 экспертов России и Германии- основной целью данного сотрудничества является гармонизация нормативно-правовой базы в области цифровых производств и развитие инфраструктуры качества, и совместная работа над ІТ стандартами для цифровых платформ. По мнению экспертов Совета сегодня есть необходимость принятия на государственном уровне решения по созданию платформы «Промышленность Российской Федерации 4.0.» и комплекса ІТ стандартов. В свою очередь необходим переход промышленности к современным методам планирования и управления по аналогии с немецкой платформой «Industry 4.0.» в рамках которой немецкие предприятия внедряют у себя цифровизацию, интернет вещей и эти вопросы охватывают разные процессы такие как: торговлю, услуги, логистику.

Новые задачи стандартизации в цифровизации, как элемента современной инновационной и промышленной политики порождает изменения в различных видах экономической деятельности. Стандарты и деятельность по их разработке является

инструментом комплексного решения проблем в высокотехнологичных секторах промышленного производства. Так именно в рамках стандартизации возможно обеспечение прозрачности и открытости инновационного развития, позволяя тем самым заинтересованным сторонам договариваться о технических спецификациях и возможностях применения новых технологий. Создание платформы «Промышленность РФ 4.0.» в совокупности с гармонизацией стандартов, которые являются ключевым инструментом совместимости систем в условиях глобального рынка, упростит трансфер знаний и будет способствовать разработке инновационных решений [2].

Росстандарт утвердил серию из десяти предварительных национальных стандартов в области умного производства. Стандарты разработаны техническим комитетом «Кибер-физические системы» на базе РВК при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.

Стандарты направлены на высокоэффективное внедрение цифровых технологий в отечественную промышленность, рост качественных и самостоятельных решений, а также на обеспечение их совместимости. В рамках данной серии стандартов утверждены включая и первые нормативно-технические документы, контролирующие сферу «цифровых двойников» – виртуального представления физических элементов производственный процесса, таких как товары, ресурсы и персонал. «Цифровые двойники» предоставляют возможность оптимизации управления процессами производства, выявляют аномалии, исполняют предиктивное обслуживание.

Большинство стандартов, которые регулируют внедрение и использование основе ИКТ (информационно-коммуникативных технологий) уже используются при создании и модернизации высокотехнологичного оборудования, образцы которого могут разрабатываться разными поставщиками с использованием различных технологий, но при этом должны быть функционально совместимы. Как правило, стандарты в секторе ИКТ преимущественно создаются в отраслевых консорциумах разделяются на два класса стандарты, формальные разрабатываемые организациями, устанавливающими стандарты или организациями по разработке стандартов и стандарты, возникшие в результате рыночной конкуренции и применяемые в основном частными компаниями.

Роль государства в области стандартизации на сегодняшний день в основном связана с координацией процесса разработки стандартов и снижением рисков для участников. Цели России по цифровизации экономики, носят стратегический характер и отражены в Указе Президента РФ №204 от 07 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Основной инициативой является по достижению указанной цели является национальный проект «Цифровая экономика». Однако, на сегодняшний день уровень

внедрения цифровых технологий в промышленность остается низким, промышленные компании всё ещё используют лишь незначительный набор цифровых решений.

Анализ причин такой ситуации показывает, что во многом это связано с отсутствием понятной, структурированной системы стандартизации в области информационных технологий, которая должна была бы логично объединить все уровни стандартизации: международный, национальный и отраслевой, стать катализатором инновационного развития отечественной промышленности на пути перехода к цифровой экономике. Формирование такой системы есть первоочередная задача, которая должна быть решена в научно-практической дискуссии. Мы все, как участники общественно- экономической жизни крайне заинтересованы.

Библиографический список

- 1. https://frprf.ru/zaymy/tsifrovizatsiya-promyshlennosti/
- 2. Narayanana V.K., Chen T. (2012) Research on technology standards: Accomplishment and challenges. Research Policy, no 41, pp. 1375—1406.
 - 3. Окрепилов В.В. Экономика качества. СПб.: Наука. 2011.
- 4. Крылова Г.Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии: Учебник для вузов. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. 479 с.
- 5. Акаткин Ю.М., Карпов О.Э., Конявский В.А., Ясиновская Е.Д. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли // Бизнес-информатика. 2017. № 4 (42). С. 17-28.
- 6. Цифровое предприятие: трансформация в новую реальность / В.И. Ананьин [и др.] // Бизнес-информатика. 2018. № 2 (44). С. 45-54.

УДК 338.5

Мелешкина И.М. Отраслевые особенности формирования себестоимости полиграфических услуг

Industry-specific features of forming the cost of printing service

Мелешкина Ирина Михайловна
Кандидат экономических наук,
доцент кафедры Полиграфического оборудования и управления,
СПГУПТД
Irina Meleshkina,
PhD in Economics, Associate professor SPSUITD
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
Saint-Petersburg

Аннотация. В статье раскрыта сущность себестоимости и обобщены различные способы аккумулирования отраслевых затрат, применяемых при формировании себестоимости полиграфических услуг, на основе анализа действующего законодательства в указанной сфере. Сделан вывод о том, что включение ряда затрат в себестоимость лимитировано и их неправильный учет может привести к проблемам с налоговыми органами.

Ключевые слова: себестоимость, классификация затрат, условно-постоянные затраты, условно-переменные затраты, нормируемые затраты

Abstract. The article reveals the essence of the cost of production and summarizes various ways of accumulating industry costs used in the formation of the cost of printing service, based on the analysis of current legislation in this area. It is concluded that the inclusion of a number of costs in the cost price is limited and their incorrect accounting can lead to problems with the tax authorities.

Keywords: cost, cost classification, fixed costs, variable costs, rateable costs

Рецензент: Омельченко Елена Юрьевна - кандидат экономических наук, доцент Базовой кафедры финансового контроля, анализа и аудита. РЭУ им Г.В. Плеханова

Под себестоимостью продукции понимаются текущие затраты организаций на выпуск и реализацию продукции (товаров, работ, услуг), имеющие стоимостную форму.

Себестоимость является важнейшим количественным показателем, поскольку ее величина оказывает влияние на прибыль организации.

Также себестоимость продукции рассматривается как качественный показатель, поскольку на ее величину неизбежно оказывает влияние уровень использования всех ресурсов, находящихся в распоряжении организации.

Себестоимость продукции отдельно взятой организации определяется условиями, в которых она функционирует. Такая себестоимость получила название индивидуальной.

Индивидуальная себестоимость организаций используется для оценки средневзвешенной величины затрат в той или иной отрасли, такая себестоимость получает название среднеотраслевой. Среднеотраслевая себестоимость определяет средние затраты на единицу продукции в конкретной отрасли, поэтому она ближе к

общественно необходимым затратам труда.

Цель расчета затрат — определение финансового результата предприятия полиграфии (прибыль или убыток) и исчисление налога на прибыль. Основным документом, которым следует руководствоваться полиграфической организации при формировании себестоимости продукции, является 25 глава НК РФ [2].

Для учета отраслевой специфики при формировании затрат в полиграфии ориентируются на «Методические рекомендации по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на полиграфических предприятиях», далее — «Методические рекомендации...» [3]. Подготовка этого документа осущестлялась в соответствии с положениями Налогового кодекса, который имеет прямое действие.

Допускается включать в себестоимость затраты, одновременно обладающие двумя следующими признаками:

- 1. обоснованы и
- 2. документально подтверждены [4, 3, 2].
- 1. Классификация затрат в себестоимости полиграфических услуг

В целях учета, анализа и планирования разнообразных затрат, входящих в себестоимость продукции, используются две классификации: поэлементная и калькуляционная. Они дополняют друг друга.

Объединение затрат по экономическим элементам предназначается для расчета затрат по всей организации в целом, вне зависимости от сформированной при ее создании организационной структуры и количества подразделений, а также безотносительно видов выпускаемой продукции.

Документ, в котором сумируются затраты по экономическим элементам, получил название сметы затрат на производство. Смета предназначается для планирования общей потребности организации издательского дела в денежных и материальных ресурсах. Итоговая сумма затрат по каждому элементу формируется на основании выставленных поставщиками счетов, ведомостей начисленной платы за труд и амортизации.

Элементы себестоимости – это однородные по своей сущности затраты всех подсистем (служб и подразделений) организации на нужды производственного и хозяйственного назначения.

Затраты, позволяющие получить представление о величине и структуре себестоимости издательской продукции, в зависимости от их экономического содержания объединяются в следующие элементы:

материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов); затраты на оплату труда;

отчисления на социальные нужды; амортизация объектов основного капитала; прочие затраты.

Перечень экономических элементов ничем не отличается для организаций разных отраслей и различных сфер деятельности.

Материальные затраты полиграфического предприятия отражают стоимость приобретаемых для материализации тиражей полиграфических материалов, а также материалов, необходимых для упаковки продукции; стоимость запчастей и расходных материалов, используемых для ремонта объктов основного капитала; стоимость работ и услуг производственного характера, осуществленных силами сторонних предприятий (таких, например, как резка бумаги); стоимость полуфабрикатов и комплектующих изделий, приобретаемых предприятием на стороне для последующей обработки на предприятии; стоимость потребленной на производственные и хозяйственные нужды энергии различных видов.

Из затрат на материальные ресурсы, включаемых в себестоимость продукции, изымается стоимость возвратных отходов, учитываемых по цене их реализации.

Возвратные отходы — это остатки материалов, полуфабрикатов и других материальных ресурсов предприятия полиграфии, образовавшиеся в процессе оказания полиграфических услуг. Эти материальные ценности характеризуются частичной утратой потребительских свойств, в результате чего использовать их по прямому назначению не представляется возможным, либо это использование будет сопряжено с повышенными расходами (пониженным выпуском продукции). Например, обрезки картона, бракованная бумага, обрезки рулонной фольги являются возвратными отходами, которые могут быть использованы в производстве. Если отходы могут быть потреблены организацией полиграфии только на хозяйственные нужды или реализованы на сторону, они относятся к возвратным не используемым в производстве.

Под работами (услугами) производственного назначения понимаются: отдельные работы по подготовке изданий; обслуживание основных средств; транспортные услуги, опосредующие перемещение грузов (полиграфических материалов и готовой издательской продукции) и осуществляемые по договору силами сторонних организаций.

Затраты на оплату труда содержат в себе суммы оплаты за труд: заработной платы, премий, иных выплат стимулирующего и компенсирующего характера (за совмещение профессий, за работу в ночное время и пр.), – начисленной работникам полиграфического предприятия в соответствии с положениями трудового законодательства, и расходы на оплату труда работников, не состоящих в штате, за выполнение работ по договорам гражданско-правового характера. Также сюда

включают оплату за неотработанное время: например, расходы на оплату труда за время вынужденного простоя, оплату очередных отпусков или учебных отпусков для работников, повышающих квалификацию в высших или среднеспециальных учебных заведениях без отрыва от производства.

Однако полиграфические предприятия, где действительно разработаны и реализуются комплексные программы социальной поддержки и профессионального развития коллектива, где системно проводят внутрифирменное дополнительное обучение рабочих основных специальностей, соблюдают периодичность их переподготовки, повышения квалификации, пока составляют очень малочисленную группу в отрасли [7].

Отчисления на социальные нужды, известные сегодня под названием страховых взносов, показывают суммы обязательных отчислений во внебюджетные фонды от затрат на оплату труда работников полиграфического предприятия, относимых на себестоимость продукции. Эти отчисления по установленным законодательством нормам производятся в Пенсионный фонд (ПФ РФ), Федеральный фонд обязательного медицинского страхования (ФОМС) и Фонд социального страхования (ФСС).

В элемент «Амортизация» включают сумму амортизационных отчислений, исчисленных на основании действующего законодательства OT СТОИМОСТИ амортизируемого имущества. Амортизируемым имуществом признаются основные средства и нематериальные активы, которые находятся в собственности субъекта полиграфического бизнеса, решающего задачу формирования себестоимости, и используются им для генерации дохода. Амортизация не начисляется по основным средствам стоимостью до 40000 рублей за объект – с точки зрения бухгалтерского и до 100000 рублей за объект – с позиций налогового учета (их стоимость списывается на расходы организации в момент передачи объектов основного капитала в эксплуатацию) и по приобретенным предприятием книгам и брошюрам.

Следует обратить внимание на то, что в «Методические рекомендации...», в отличие от Налогового кодекса, изменения не вносились с момента их разработки, поэтому необходимо проверять актуальность отдельных положений отраслевого документа, верифицируя их с действующими нормами законодательства.

При формировании себестоимости продукции крупным полиграфическим предприятием в элемент «Прочие затраты» могут включаться следующие виды расходов: суммы налогов и сборов (исключая страховые взносы), исчисленные согласно действующему налоговому законодательству и относимые на себестоимость; затраты на найм персонала при помощи кадровых агентств; лизинговые платежи за имущество, приобретенное при помощи механизма лизинга; расходы на содержание служебных автомобилей; расходы на командировки; расходы на дополнительное

профессиональное образование (подготовку и переподготовку) кадров в учебных заведениях с государственной аккредитацией; представительские расходы; расходы на канцелярские товары, почтовые, телефонные, телеграфные, банковские и другие подобные услуги; расходы на приобретение лицензий на программное обеспечение (компьютерные программы и базы данных) согласно договорам с правообладателем; расходы на услуги охраны; расходы, связанные с изучением конъюнктуры рынка полиграфических услуг(маркетинговые исследования), и расходы на рекламу полиграфических услуг, товарного знака предприятия, включая участие в выставках и ярмарках; расходы на аутсорсинг бухгалтерских услуг; расходы на подготовку и освоение новых производств и на совершенствованим технологии, организации производства и управления; роялти в виде периодических (текущих) платежей за пользование правами на результаты интеллектуальной деятельности; расходы на содержание буфет или столовой, обслуживающих трудовой коллектив; потери от брака [2].

Группирование затрат котловым методом, то есть по экономическим элементам, позволяет определить общую сумму затрат по полиграфическому предприятию в целом и определить структуру себестоимости (т. е. долю каждого экономического элемента в общей сумме затрат), но не дает возможности определить себестоимость в рамках выполнения отдельного заказа, столь необходимую для установления отпускной цены на полиграфические услуги.

Группировка затрат по статьям калькуляции объединяет затраты в зависимости от их места возникновения и производственно-технологического назначения. Перечень статей калькуляции отличается для организаций разных отраслей и различных сфер деятельности и отражает специфику их функционирования. Калькулирование полной себестоимости, или себестоимости всего тиража определенного вида полиграфических услуг, производится посредством следующих калькуляционных статей:

- расходы на материалы;
- расходы на покупные изделия, полуфабрикаты, работы и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций;
 - расходы на основную заработную плату производственных рабочих;
 - расходы на дополнительную заработную плату производственных рабочих;
 - отчисления на социальное страхование и обеспечение;
 - общепроизводственные расходы;
 - общехозяйственные расходы;
 - расходы на продажу;
 - потери от брака [3].

Статья калькуляции «Расходы на материалы» включает суммы трат на основные и вспомогательные материалы [3]. Расходы на бумагу, картон, переплетные материалы добавляют в данную статью только в том случае, если эти виды запасов являются собственностью предприятия. Стоимость давальческих материалов в этой статье не присутствует.

Статья «Расходы на покупные изделия, полуфабрикаты, работы и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций» включает затраты на приобретение изделий и полуфабрикатов, необходимых для комплектования продукции или проведения ее дополнительной обработки. Также сюда добавляют затраты на оплату работ и услуг производственного характера, выполненных сторонними организациями, которые могут быть включены в себестоимость отдельных калькулируемых групп. Стоимость покупных изделий и полуфабрикатов включает в этих целях их отпускную цену и транспортно-заготовительные расходы без учета НДС.

В статье «Расходы на основную заработную плату производственных рабочих» суммируется основная заработная плата производственных рабочих за выполнение заказов в цехах основного производства с доплатами, которые носят стимулирующий характер.

Статья «Расходы на дополнительную заработную плату производственных рабочих» включает выплаты, предусмотренные трудовым законодательством: за выполнение государственных и общественных обязанностей, вознаграждение за выслугу лет, а также за неотработанное время (например, оплата очередных и дополнительных отпусков, компенсация за неиспользованный отпуск и пр.).

В статью «Отчисления на социальное страхование и обеспечение» включают страховые взносы, исчисленные от сумм начисленной заработной платы производственных рабочих.

В статье «Общепроизводственные расходы» суммируются: расходы на заработную плату отчислениями цехового персонала; амортизация производственного оборудования; расходы на содержание и эксплуатацию производственного и подъемного оборудования, внутрицехового транспорта, зданий, сооружений и инвентаря общепроизводственного назначения; отчисления в ремонтный фонд; расходы на рационализацию некапитального характера, а также затраты на мероприятия по охране труда; прочие расходы, обусловленные необходимостью управления и обслуживания производства. В рамках крупного предприятия, где организационная структура производства построена путем выделения цехов, общепроизводственные расходы каждого цеха включают в затраты данного цеха, в том числе обслуживающих производств и хозяйств.

В фактической калькуляции к общепроизводственным расходам относятся

расходы непроизводительного характера, такие как потери от простоев, произошедшие по вине соответствующего цеха, перерасход полиграфических материалов по вине цеха, порча материальных ценностей, хранящихся в цехах, и прочие.

Полиграфическое предприятие крупного или среднего бизнеса в статье «Общехозяйственные расходы» показывает следующие траты:

- расходы на оплату труда топ-менеджмента предприятия с учетом отчислений на социальные нужды;
 - 🛚 расходы на командировки работников предприятия;
- расходы на канцелярские товары, типографские и почтовые услуги, на проведение телефонных переговоров для целей управления компанией;
- расходы на справочную литературу и подписку на периодические издания;
- расходы на содержание и поддержание в работоспособном состоянии (ремонт) зданий и сооружений, полиграфической техники, инвентаря;
 - расходы на подготовку кадров и рекрутинг;
 - 🛚 расходы на услуги охранных предприятий;
 - 🛚 расходы на содержание парка легкового автотранспорта организации;
- ⊙ отчисления на формирование резервных фондов, посредством которых финансируются выплаты ежегодного вознаграждения за выслугу лет, обеспечиваются предстоящие затраты по ремонту объектов основного капитала и оплата отпускных;
- расходы на содержание снабженческо-сбытовых служб, складов и складского персонала, а также прочие расходы.

В статье калькуляции «Расходы на продажу» присутствуют расходы на рекламу, расходы на упаковку, погрузку, транспортировку продукции; расходы на содержание службы маркетинга, расходы на рекламу, расходы на участие в ярмарках и выставках; расходы на содержание собственных магазинов и киосков, включая расходы на осуществление предпродажной подготовки продукции, и прочие расходы, связанные с реализацией.

Потерь от брака в плановых калькуляциях не будет, поскольку ни одно предприятие целенаправленно не планирует выпуск бракованной продукции, но они могут возникнуть в отчетных калькуляциях.

Причиной появления в отчетной калькуляции дополнительной статьи «Потери от

брака» становится необходимость учета стоимости бракованной продукции, признанной неисправимым браком, а также аккумулирования затрат на повторное изготовление той части продукции, которая относится к исправимому браку, т. е. продукции, исправить которую технически возможно и целесообразно с экономической точки зрения.

Калькуляция себестоимости дополняется «Потерями от брака» в том случае, если стоимость бракованной продукции не удалось удержать с виновников ее появления. Брак влечет за собой увеличение затрат на оказание полиграфических услуг, снижение прибыли и рентабельности. Поэтому любая организация стремится минимизировать выпуск бракованной продукции.

Изучение способа включения в себестоимость позволяет разделить расходы полиграфического предприятия на прямые и косвенные.

Прямыми расходами называются затраты, которые включаются непосредственно, или, как говорят, «прямым счетом», в себестоимость конкретного заказа. Это расходы на основную заработную плату производственных рабочих, рассчитанную на основе сдельной формы оплаты труда, а также расходы на приобретение основных полиграфических материалов, а также та часть расходов на продажу, возникновение которой обусловлено оказанием полиграфических услуг для производства конкретного заказа.

К косвенным расходам причисляются расходы, которые необходимы для выполнения всех заказов по полиграфическому предприятию в целом. Можно привести примеры этих затрат: это общепроизводственные расходы, общехозяйственные расходы, а также расходы на продажу в той их части, которая не связана с материализацией конкретного заказа или с выполнением конкретного вида полиграфических работ.

Косвенные расходы распределяются между себестоимостью различных видов продукции пропорционально некой условной базе. В промышленности предлагают распределять косвенные расходы одним из следующих способов:

- 1. пропорционально заработной плате основных производственных рабочих;
- 2. пропорционально стоимости электроэнергии, потраченной на техноологические цели;
- 3. пропорционально машинному времени, потраченному на изготовление конкретного вида продукции.

На предприятиях полиграфической промышленности косвенные расходы распределяют между себестоимостью разных заказов пропорционально величине тиража в условных печатных листах-оттисках (усл. печ. л.-отт.).

Зависимость от процесса производства позволяет выделить в себестоимости полиграфических услуг основные и накладные расходы.

Основные расходы неразрывно связаны с производственным процессом. В качестве примеров названных расходов целесообразно назвать затраты, которые необходимо нести для оплаты поставщику приобретенных полиграфических материалов, расходы на оплату труда производственных рабочих, затраты на амортизацию технологического оборудования.

Накладные расходы обуславливаются необходимостью организовывать оказание полиграфических услуг, продавать их, управлять полиграфическим бизнесом и обслуживать его. В состав этих расходов включаются затраты на заработную плату аппарата управления полиграфической компании, почтовые, канцелярские расходы, амортизация недвижимого имущества крупных предприятий полиграфии или расходы, связанные с необходимостью арендовать помещения средними и малыми формами бизнеса, а также иные расходы подобного рода.

В зависимости от объема выпуска продукции расходы делятся на условно-постоянные (объемные) и условно-переменные (тиражные).

Условно-постоянные (объемные) расходы считаются независящими от тиража. В их сумму включаются начисленные суммы заработной платы топ-менеджмента, расходы на амортизацию, общехозяйственные расходы.

Условно-переменные (тиражные) расходы договорились считать зависящими от тиража: если тираж увеличится в несколько раз, то во столько же раз станет больше сумма этих расходов; если тираж сократится в несколько раз, то вслед за ним в такое же количество раз сократится сумма указанных расходов. Иными словами, тиражные расходы прямо пропорциональны тиражу. Это расходы на выплату заработной платы производственным рабочим, если в трудовом договоре содержится условие о сдельной форме заработка, расходы на бумагу, картон и переплетные материалы, не являющиеся давальческими и приобретаемые самим предприятием, а также часть расходов на продажу.

Таким образом, полиграфическое предприятие обладает правом выбора того или иного подхода к учету затрат в зависимости от цели формирования себестоимости.

2. Понятие нормируемых и ненормируемых затрат в себестоимости полиграфических услуг

В составе прочих расходов есть такие, которые допускается включать в себестоимость не в фактически понесенных размерах, а в пределах установленных законодательством нормативов. Эти расходы получили название нормируемых. При определении налога на прибыль полиграфические предприятия относят к нормируемым расходам следующие виды:

- 2. расходы на добровольное страхование сотрудников, далее добровольное личное страхование, ДЛС (п. 16 части 2 ст. 255 НК и пп. 48.2 ст. 264 НК);
 - 3. представительские расходы (п. 2 ст. 264 НК);
 - 4. расходы на выплату процентов по кредиту (п. 1.2 ст. 269 НК);
 - расходы на рекламу (п. 4 ст. 264 HK);
- 6. расходы на создание различного рода резервов, в том числе, по сомнительным долгам (п. 4 ст. 266 НК);
- 7. расходы на замену брака или морально устаревших экземпляров издания (пп. 43 и 44 п. 1 ст. 264 НК).

Эти расходы предприятиям полиграфии, как и компаниям других отраслей, приходится лимитировать, руководствуясь положениями НК РФ. Но есть и другие нормативные акты, также устанавливающие нормативы для затрат отдельных видов.

Так, согласно пп. 2 п. 7 ст. 254 НК и «Методическим рекомендациям...», в состав материальных расходов, оказывающих влияние на формирование прибыли до налогообложения, включают потери от недостачи и порчи при хранении и транспортировке товарно-материальных ценностей в пределах установленных соответствующими документами норм [3]. Для бумаги и картона такие нормы составляют 0,27% от массы при перевозке в кипах и 0,72% при перевозке в ящиках [5].

Расходы на ДЛС в случае наступления смерти застрахованного полиграфическим предприятием работника или утраты застрахованным работником трудоспособности в связи с исполнением им трудовых обязанностей, в целях налогообложения включаются в состав расходов в размере, не превышающем 15000 рублей в год на каждого застрахованного работника [2]. Следует указать на то, что в «Методических рекомендациях...» содержится устаревшая сумма в 10000 руб., поэтому положениям этого документа нельзя доверять безоговорочно, их действие обязательно надо проверять в актуальных нормах законодательства.

Лимит расходов работодателей по договорам ДЛС на оказание медицинских услуг работникам не менее чем на год и расходов на услуги по туризму, санаторно-курортного лечению и отдыху в РФ, установлен в пределах 6% от суммы расходов полиграфического предприятия на оплату труда [2, ст. 255]. Все, что оплачивается работодателем сверх установленных законодательством пределов, компенсируется за счет прибыли организации полиграфии.

Пунктом 2 статьи 264 НК допускается лимитированно включать в себестоимость в составе прочих расходов представительские расходы в размере, не превышающем 4 процента от расходов предприятия-налогоплательщика на оплату труда за этот отчетный (налоговый) период [2]. Также внимание налогоплательщика акцентируется на том, что расходы на организацию развлечений, отдыха, профилактики или лечения

заболеваний в категорию представительских не входят.

Реклама идентифицируется как «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» [7].

HK в целях исчисления налога на прибыль подразделяет расходы на рекламу на две части:

- ненормируемые, то есть учитываемые в размере фактически осуществленных затрат,
- нормируемые, то есть те, которые включаются в себестоимость исключительно в пределах установленного норматива.

К ненормируемой части расходов на рекламу относятся следующие (п. 4 ст. 264 HK):

- расходы на рекламные мероприятия через средства массовой информации (в том числе объявления в печати, передача по радио и телевидению), информационно-телекоммуникационные сети, при кино- и видеообслуживании;
- расходы на световую и иную наружную рекламу, включая изготовление рекламных стендов и рекламных щитов;расходы на участие в выставках, ярмарках, экспозициях, на оформление витрин, выставок-продаж, комнат образцов и демонстрационных залов, изготовление рекламных брошюр и каталогов, содержащих информацию о реализуемых товарах, выполняемых работах, оказываемых услугах, товарных знаках и знаках обслуживания, и (или) о самой организации, на уценку товаров, полностью или частично потерявших свои первоначальные качества при экспонировании.

Все остальные расходы полиграфичекого предприятия на рекламу, за исключением перечисленных выше, подлежат лимитированию в целях налогообложения налогом на прибыль. Лимит устанавливается, среди прочего, на величину расходов, явившихся следствием приобретения или изготовления призов, вручаемых победителям розыгрышей таких призов во время проведения массовых рекламных кампаний. Нормируемые расходы на рекламу при формировании налогооблагаемой прибыли подлежат учету в составе прочих расходов в размере, не превышающем 1% выручки от реализации полиграфического предприятия, полученной им в отчетном периоде (п. 4 ст. 264 НК).

Организация полиграфии может привлекать заемные ресурсы как на инвестиционные цели (для покупки объектов основного капитала), так и для покрытия нехватки собственных средств для осуществления текущих расходов на оказание

полиграфических услуг (для восполнения недостатка собственного оборотного капитала). Величина процентов, начисленных по долгосрочным и краткосрочным кредитам и учитываемым при формировании налогооблагаемой базы по налогу на прибыль, с 1 января 2016 года лимитируется и составляет от 75 до 125% установленной ключевой ставки ЦБ РФ (п. 1.2 ст. 269 НК).

На 20.10.2020 года ключевая ставка сохранялась на уровне 4,25% [1]. Предположим, что ключевая ставка не будет меняться в течение года. Если организация, специализирующаяся на оказании полиграфических услуг, возьмет банковский кредит на инвестиционные цели в сумме 3 млн. руб. под 10% годовых, то сумма процентов по обслуживанию долга составит за год 300 000 руб. Из них 159375 руб. можно отнести на расходы при формировании налогооблагаемой прибыли, 140625 руб. придется компенсировать за счет чистой прибыли полиграфического предприятия.

При этом та же сумма займа, привлеченная за счет лизингового финансирования, позволит предприятию включить в себестоимость всю величину лизинговых платежей, включая проценты по обслуживанию долга, без ограничений. Следовательно, выбор источника финансирования новшеств следует рассматривать как один из эффективных способов управления затратами.

Выручка от реализации в целях налогообложения определяется полиграфическим предприятием согласно ст. 259, 271 и 273 НК [2].

Предприятиям предлагается применять один из двух вариантов определения выручки от продаж.

Первый вариант — продукция признается реализованной в том случае, когда она передана компании-покупателю и оплачена ей (т.е. на расчетный счет организации полиграфии поступили платежи от организации-заказчика за сданную ей продукцию): «...датой получения дохода признается день поступления средств на счета в банках и (или) в кассу, поступления иного имущества (работ, услуг) и (или) имущественных прав, а также погашение задолженности перед налогоплательщиком иным способом (кассовый метод) (п. 2 ст. 273 НК РФ). Применять этот подход могут не все предприятия: «Организации... имеют право на определение даты получения дохода (осуществления расхода) по кассовому методу, если в среднем за предыдущие четыре квартала сумма выручки от реализации товаров (работ, услуг) этих организаций без учета налога на добавленную стоимость не превысила одного миллиона рублей за каждый квартал» (п. 1 ст. 273 НК РФ).

Второй вариант – продукция считается реализованной в том случае, если произведена ее отгрузка заказчику (покупателю). Иными словами, «доходы признаются в том отчетном (налоговом) периоде, в котором они имели место, независимо от фактического поступления денежных средств, иного имущества (работ, услуг) и (или)

имущественных прав (метод начисления)» (п. 1 ст. 271 НК РФ).

В последующем будет применяться термин «выручка от реализации продукции».

О том, какого именно варианта признания выручки придерживается та или иная полиграфическая организация, можно узнать, ознакомившись с положением об учетной политике определенного предприятия полиграфии.

Типовых образцов учетной политики не существует, поэтому приказ об утверждении учетной политики организациями полиграфии составляется по форме, принятой на самом предприятии. При этом положения учетной политики допускается как включить в текст соответствующего приказа, так и оформить в виде приложения к нему.

В заключение можно сделать следующие выводы. Сумма затрат, включаемых в себестоимость полиграфических услуг, влияет на величину финансового результата предприятия. Формирование издержек по оказанию полиграфических услуг требует знания специфики полиграфической деятельности. Стоит подчеркнуть, что не все расходы можно включить в себестоимость в размере фактически понесенных затрат.

Учитывая отличительные особенности формирования себестоимости в соответствии с «Методическими рекомендациями...», не стоит забывать, что в условиях высокой турбулентности внешней среды отечественное законодательство по бухгалтерскому учету и налогообложению не остается статичным и претерпевает перманентные изменения. Поэтому, формируя себестоимость с учетом характеристик полиграфических услуг и полиграфической деятельности, лицо, принимающее решение, сталкивается с необходимостью постоянного мониторинга законодательства, предопределяющего грамотное формирование затратной части и снижающих риск применения финансовых санкций к полиграфической организации со стороны налоговых органов.

Библиографический список

- 1. Ключевая ставка Банка России. Режим доступа: https://cbr.ru/hd_base/keyrate/, (дата обращения: 22.10.2020)
- 2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 25.12.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.01.2019) / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/, (дата обращения: 22.10.2020)
- 3. Методические рекомендации по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на полиграфических предприятиях (согласовано МПТР РФ 25.11.2002) / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/, (дата обращения:

22.10.2020)

- 4. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790) / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/, (дата обращения: 22.10.2020)
- 5. Приказ Минпромторга РФ N 185, Минтранса РФ N 175 от 28.10.2008 «Об утверждении норм естественной убыли древесины и продукции ее переработки при перевозках железнодорожным, морским, речным транспортом и в смешанных железнодорожно-водных сообщениях» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 01.12.2008 N 12767) / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/, (дата обращения: 22.10.2020)
- 6. Российская полиграфия. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2019 году. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В.В.Григорьева. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2020. 63 с.
- 7. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О рекламе» / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/, (дата обращения: 22.10.2020)

УДК 33

Никитина О. О. Тренды постизоляционного периода, как актуальный инструментарий для развития бизнеса

Post-insulation period trends, as an up-to-date toolkit for business development

Никитина О. О.

кандидат философских наук, доцент кафедра коммуникационных технологий института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета; Nikitina O. O.

Candidate of Philosophy, Associate Professor, Department of Communication Technology Institute of International Relations and Socio-Political Sciences

Moscow State Linguistic University

Аннотация. Ситуация с COVID-19 свидетельствует о предстоящих масштабных изменениях в обществе и бизнесе, мир оказался на пороге кризиса, одновременно экономического, политического и социального. Сильно пострадали те индустрии, где важно физическое присутствие человека и клиентский опыт. Компании, которые не сдали свои позиции, стремятся подстроиться под новые условия. Объектом данного исследования являются тренды как инструментарий для продвижения деятельности компаний. Целью исследования является выявление специфики трендов постизоляционного периода в контексте развития бизнес-процессов компаний. В работе использованы методы: описания, наблюдения, анализа, обобщения и индукции. В результате исследования автор приходит к выводу, что на сегодняшний день знание актуальных трендов дает представление нового пользовательского опыта в выстраивание правильных коммуникаций по продвижению продуктов и услуг. Чтобы правильно сформировать стратегии продвижения бизнеса, специалисты необходимо быть в курсе последних тенденций и быстрее реагировать на грядущие изменения.

Ключевые слова: цифровизация, Искусственный интеллект, онлайн-образование, стриминг-сессии, dark kitchen, самоактуализация, кидфлюенсеры.

Abstract. The situation with COVID-19 testifies to the upcoming large-scale changes in society and business, the world is on the verge of a crisis, both economic, political and social. Industries where physical presence and customer experience are important have been hit hard. Companies that did not give up their positions tend to adjust to new conditions. The object of this study is trends as a toolkit for promoting the activities of companies. The aim of the study is to identify the specifics of the trends in the post-isolation period in the context of the development of companies' business processes. Methods used in the work: description, observation, analysis, generalization and induction. As a result of the research, the author comes to the conclusion that today knowledge of current trends provides an idea of a new user experience in building the right communications for promoting products and services. In order to correctly form a strategy for promoting a business, specialists need to keep abreast of the latest trends and respond faster to future changes.

Keywords: digitalization, artificial intelligence, online education, streaming sessions, dark kitchen, self-actualization, kidfluencers.

Рецензент: Аблаев Ремзи Рустемович - кандидат экономических наук, ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Введение

Период пандемии заставил социум переосмыслить повседневные решения. После выхода из изолязии бизнес и потребители ежедневно переоценивают свои привычные модели поведения. Государство постепенно будет снимать ограничения, но

склонности и правила, приобретенные за это время, будут развиваться и укрепляться. Адаптироваться в посткарантинном мире придется каждому: государству, бизнесу и потребителям. Общество находится в моменте, когда предсказывать долгосрочные изменения сложно, большое количество событий происходит одновременно, порождая как проблемы, так и другие возможности. Чтобы остаться актуальными, бизнесу как никогда важно быть гибким, реагируя на изменения не только в своей отрасли, но и в смежных, чтобы вовремя предсказывать новые ожидания и потребности пользователей.

Социальные тренды пост-изоляционного периода

В своей работе автор опирается на определение тренда, как устойчивого, четко выраженного и превалирующего направления развития социально-экономических изменений, которые формируют и определяют новые параметры будущего.

Для того, чтобы правильно выстраивать стратегии продвижения бизнеса, специалисты должны быть в курсе последних трендов и быстрее реагировать на грядущие изменения. Ведь результативной стратегией является выстраивание в компании культуры инноваций, в основе которой лежит понимание изменяющихся ожиданий потребителей и драйверов эволюции.

Определим и оценим тренды, заявившие о себе во время периода пандемии, и сохраняющие свои позиции на рынке:

- 1. Ускорился процесс цифровизации во всех сферах жизни бизнеса и общества. Все, что можно перевести в digital, переводят и будут переводить в данный формат в ближайшее время. «Кристина Тихонова, президент Microsoft в России, отмечает, что сегодняшняя ситуация беспрецедентна для бизнеса любого масштаба и отрасли. Путь цифровой трансформации, который раньше мог растянуться на несколько лет, многие прошли за пару месяцев» [5]. Приведем примеры, подтверждающие данную тенденцию.
- Большая часть офлайн-магазинов переходят в онлайн, так как для потребителей стало привычным и, скорее всего, более удобным совершать покупки в сети. «По данным Национальной ассоциации дистанционной торговли, 7 млн новых покупателей пришли в е-сот в период пандемии. 39% планируют увеличить покупки и после окончания коронокризиса» [3].
- Субъекты культуры: музеи и театры создают собственные виртуальные площадки в интернете. Третьяковская галерея запустила онлайн-проект #ТретьяковкаДома. Научные сотрудники музея проводят экскурсии, читают лекции, рассказывают о шедеврах коллекций в социальных сетях на фейсбуке, в инстаграме, во «ВКонтакте» и на ютьюб-канале. Большой театр и компания Google проводят onlineтрансляции спектаклей "золотого фонда" на YouTube. «Первые шесть трансляций

проекта "Большой online" набрали более 6,5 млн просмотров и объединили более 3 млн зрителей из 134 стран» [2].

- Онлайн-образование существует достаточно долгое время, но тенденция укрепилась после периода самоизоляции. Ранее считалось, что образование может быть качественным только в рамках очной основы. Благодаря массовому переходу образовательных учреждений на дистанционное обучение, мнение общества по данному поводу изменилось. Это дает положительные прогнозы относительно повышения интереса к онлайн-образованию.

Находясь дома, потребители получили больше времени на саморазвитие. В связи с этим некоторые образовательные площадки устраивали и продолжают устраивать распродажи по своим проектам, а многие сделали их бесплатными. «Платформа «Открытое образование» давала бесплатный доступ к почти пяти сотням курсов высших учебных заведений России. Школа английского языка Skyeng устраивала двухнедельный бесплатный онлайн-курс по формированию привычки учить английский язык» [10].

Безусловно, что данная тенденция носит не долгосрочный характер, так как является невыгодной для разработчиков образовательных программ, однако тактическое решение об открытии доступа к различным курсам может сыграть важную роль в формировании лояльности со стороны потребителей. За время изоляции аудитория привыкла к данному образу жизни и в дальнейшем захочет развивать и углублять свои знания, интересоваться другими курсами той платформы, на которой она уже что-то изучила.

- Со вступлением в режим вынужденной самоизоляции изменилось отношение к виртуальным путешествиям, многие увидели в них неплохой инструмент для сбора полезной информации. На сегодняшний день пользуются спросом виртуальные туры с экскурсоводами, где с помощью онлайн-панорам и VR-инструментов можно побывать в любом уголке земли. «В первые же дни карантина на аккаунты сетевых экскурсоводов подписались тысячи зрителей по всему миру. Онлайн-гиды планируют расширять количество своих экскурсий и лекций...» [6].
- Shop-streaming. Объединение онлайн-трансляций и электронной коммерции становится более популярными. Некоторые Instagram Shop начали проводить целые показы с помощью стриминговой функции Instagram. Мировые дома мод стали презентовать коллекции посредством организации стриминг-сессий, включая демонстрацию производства. Онлайн-шопинг позволяет не только покупать и знакомиться с ассортиментом товара, но и общаться потребителям с брендом в режиме реального времени. «Неделя моды в Шанхае... переориентировалась на виртуальность очень быстро: она стала первой полностью цифровой неделей моды... В итоге в новом

формате свои коллекции осень-зима 2020 показали 150 дизайнеров, суммарно их посмотрели 800 миллионов пользователей. Более 2,5 миллиона человек смотрели церемонию открытия недели моды, а 6 миллионов — шоу в первый день. Едва ли хоть одна физическая неделя моды может похвастаться таким охватом. Китайские марки также смогли организовать продажи вещей непосредственно с виртуального подиума, и это принесло брендам очень хорошую выручку: у некоторых продажи увеличились на 450%.

Некоторые дизайнеры провели прямые трансляции презентаций и камерных показов в привычном формате, другие же попробовали поэкспериментировать — устроили панельные дискуссии в прямом эфире, сняли фэшн-фильмы или создали подобие виртуальной модной вечеринки со своими друзьями в вещах из новой коллекции» [9].

- Большая часть сотрудников переходит на удаленную работу в онлайн. Несмотря на то, что ценность личной коммуникации в реальной жизни не потеряет своего значения, увеличивается численность бизнес-встреч онлайн, так как это повышает уровень вовлеченности каждого сотрудника, упрощает коммуникацию большого количества людей и анализ ее эффективности. Также усиливается доверие поколения X к проведению онлайн-сессий.
- Массовые мероприятия в посткоронавирусный период скорее всего будут проводиться как офлайн, так и онлайн одновременно. Ведь аудитория увеличивается с геометрической прогрессией, о чем свидетельствует активность пользователей на страницах концертов в социальных сетях, а значит увеличивается и прибыль.
- 2. Продолжился рост востребованности на системы Искусственного интеллекта. Заметим, что эти технологии позволяют не только быстрее обрабатывать большее количество информации, но и легко замечать распространение трендов и прогнозировать их дальнейший жизненный цикл.

«Распространение коронавируса COVID-19 приведёт к взрывному росту расходов на искусственный интеллект в мире, считают аналитики IDC. Искусственный интеллект — это та технология, которая может сыграть важную роль, помогая компаниям и обществу справляться с крупномасштабными проблемами, вызванными карантинными ограничениями, и разрешать их» [7]. Например, во время пандемии, стало очень популярным консультироваться с врачами онлайн. Это, в свою очередь, дало толчок для развития всевозможных диагностических ИИ-систем и чат-ботов. Так, нейросети обучают распознавать первые признаки заболеваний, а многие клиники стали дорабатывать инструменты обмена данными в диалоге «врач-пациент». Этот тренд не предполагает замену очной консультации с врачом на онлайн-беседу, но

подразумевает расширение доступности медицинских услуг. Специально обученные боты смогут помочь вовремя определить болезнь.

- 3. Вырос сегмент dark kitchen, это новый формат заведений общественного питания, в котором еду готовят только на доставку. Достоинства такого формата: легче найти помещение, предпринимателям не нужны площади первой линии, поэтому они вполне могут выбирать даже мало проходимые улицы, невысокие операционные расходы относительно ресторана, а это экономия за счет аренды и фонда оплаты труда персонала. измеримый маркетинг. обслуживающего А также, осуществляются дистанционно, поэтому в данных бизнес-проектах хорошо работают модели digital-рекламы результативность компании легко определить, воспользовавшись аналитическими сервисами.
- 4. Стали особенно востребованы услуги психологической поддержки, коучинг и все, что касается самоактуализации человека.

Карантинные меры, связанные с пандемией, сильно ограничивают потребителей в перемещениях, физическом контакте, возможности вести привычный образ жизни. Это достаточно сильное испытание для психики, для многих людей — травмирующее. Многие не справляются самостоятельно и обращаются к психологам.

- 5. Возросло желание у бизнес-организаций поддержать НКО и структуры гражданского общества. Например, фабрики люксового холдинга LVMH начали производство антисептического геля и бесплатно передают его во французскую систему здравоохранения. Американский автопроизводитель General Motors предоставил свои мощности и логистическую сеть производителю медицинского оборудования Ventec Life System, которая благодаря этому выпускает 1—2 тыс. аппаратов ИВЛ в месяц против обычных 150. Так как внедрение принципов КСО в политику организации повышает ее репутацию и охваты в СМИ, очевидно, что данный тренд утвердится на долгий период.
- 6. Увеличился запрос на государственную поддержку бизнеса. Действия со стороны государства сегодня являются недостаточными, так как соотношение базовых экономических показателей по МРОТ, средним зарплатам в стране и ценам на товары первой необходимости и выделенными от государства средствами не является равновесным. Именно поэтому запросы со стороны малого и среднего бизнеса усиливаются после пандемии. Председатель совета директоров инфраструктурной корпорации «Аеон» Роман Троценко «прогнозирует упрочение связи бизнеса с государством: государство как регулятор, определяющий правила, и как сторона, ожидающая от игроков таких общественных благ как занятость, налоги, защита окружающей среды и социальное развитие территории, будет вовлечено в процесс

планирования с самого начала проекта. В ответ, бизнес может рассчитывать на поддержку государства в экстремальных обстоятельствах, подобных нынешним» [1].

- 7. Усилился отток городских жителей в сельскую местность: ценится возможность жить в экологически чистой и безопасной зоне. Растет спрос на загородную недвижимость, что подтверждается статистикой. «По данным ПС Яндекс, в апреле 2020 г. количество поисковых запросов по фразе "купить дом" составило 6,3 млн, что почти вдвое больше по отношению к аналогичному периоду прошлого года. В 2,4 раза увеличился спрос на аренду дач и загородных домов» [4]. Очевидно из-за высокого спроса на загородную недвижимость вновь получит развитие домашнее хозяйство.
- 8. Продолжается рост внимания потребителей к продуктам, обладающим антибактериальными свойствами. В данный момент здоровье основная причина для беспокойства большинства потребителей во всем мире. «Уже 72% опрошенных в потребительском исследовании Nielsen поставили ее на первое место в конце марта, тогда как в середине месяца таких было 66%. По этой причине среди участников исследования 64% стали чаще мыть руки, каждый третий (33%) чаще используют санитайзеры, а более четверти (26%) регулярно убираются дома. И все эти тенденции подтверждают данные продаж в крупнейших розничных сетях России» [8]. Бренды и ритейлеры, которые смогут быстро отреагировать на возникший тренд адаптацией ассортимента, вполне могут ожидать более высокого спроса, так как покупатели выйдут из ситуации с обостренным ощущением важности гигиены и здоровья.
- 9. Проявляется гуманистичность со стороны индустрии моды. Бренды перенаправляют своё производство на пошив масок и халатов для врачей. Мода становится более экологичной, фокус дизайнеров смещается с маркетинга на творчество. В период пандемии и постизоляции сократилось количество модных показов, в связи с этим, дизайнерским коллекциям понадобится меньше материалов и ресурсов, а потребители, по-видимому, поставят качество и долговечность вещей превыше их количества, и переосмыслят свои покупки.
- 10. Ушла на второй план потребность в декоративной косметике. Сегмент skincare стал более востребованным. «Самым базовым косметическим средством по результатам опроса оказался крем для лица: большинство опрошенных женщин признали его как самое важное средство в своей косметичке» [12]. Открывается новая маркетинговая история бьюти-индустрии и новый опыт покупателя и потребителя бьюти-продуктов. Часть потребителей из-за кризиса перейдут на умеренное потребление бьюти-продуктов, другие, наоборот, попытаются компенсировать отказы в крупных покупках приятными и доступными товарами.

11. Увеличилось количество просмотров блогов кидфлюенсеров. Теперь они становятся одним из самых эффективных инструментов для продвижения бренда и взращивания его аудитории. «Кидфлюенсеры уже являются лидерами мнений среди поколений Z и Альфа. Такие цифровые гиганты, как Google, тратят миллионы, чтобы узнать, как продавать через эту аудиторию, когда она вырастет» [11]. Миллионы подписчиков ценят кидфлюенсеров за детскую непосредственность и искренность, если юный блогер действительно полюбит ваш продукт, это сделает и вся его аудитория.

Изучение и использование тенденций изоляционного и постизоляционного периода позволит сократить степень неопределенности для бизнеса, инвесторов, разработчиков и потенциальных пользователей. Это эффективный инструмент для объективного принятия решений, который можно использовать как существенное дополнение к традиционным методам качественной и количественной оценки экономических перспектив и стартапов.

Заключение

По нашему мнению, сегодня знание актуальных трендов превращается в релевантные решения для бизнеса:

- определяет стратегию,
- выстраивает новые модели монетизации,
- дает представление нового пользовательского опыта в выстраивание правильных коммуникаций по продвижению продуктов и услуг.

Тренды приобретают финансовый эквивалент и двигают рынок вперед. Настоящее и будущее рынка – это новые комбинации трендов. В конкурентной борьбе победит наиболее гибкий бизнес, который вовремя почувствует изменения интересов в своей, и смежной сферах и не упустит шанс первым завоевать потребителей.

Библиографический список

- 1.Андреева А. Каким будет мир после коронавируса: прогнозы экспертов. 2020. URL: https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5e9578d99a79471c4be1489e (дата обращения 06.08.20)
- 2.Власова Т. Проект «Большой online» продлевается на месяц. 2020. URL: https://teatral-online.ru/news/26720/ (дата обращения 06.08.20)
- 3.Магомедова Д. NMi Group: четыре тренда посткарантинной реальности. 2020. URL: https://www.sostav.ru/publication/nmi-group-44221.html (дата обращения 06.08.20)

- 4.Пирогова О., Мясникова Е., Киреева В. Жизнь после пандемии, или бизнестренды 2020-2021 года. 2020. URL: https://logistics.ru/upravlenie-logistikoy-i-kompaniey/zhizn-posle-pandemii-ili-biznes-trendy-2020-2021-goda (дата обращения 06.08.20)
- 5.Телицына И., Филонов Д. Новая эра: как бизнесу развиваться в цифровой реальности. 2020. URL: https://www.forbes.ru/partnerskie-materialy-photogallery/402273-novaya-era-kak-biznesu-razvivatsya-v-cifrovoy-realnosti

(дата обращения 06.08.20)

- 6.Виртуальный туризм набирает обороты. 2020. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4315013 (дата обращения 06.08.20)
- 7.Искусственный интеллект (мировой рынок). 2020. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%88%D0%BD%D0%BE%D0%BA) (дата обращения 06.08.20)
- 8.Мир после covid-19: 5 трендов потребления. 2020. URL: https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2020/mir-posle-covid-19-5-trendov-potrebleniya/ (дата обращения 06.08.20)
- 9.Монитор вместо подиума: как недели моды переходят в онлайн и что с ними будет дальше. 2020. URL: https://esquire.ru/style-and-grooming/168043-monitor-vmesto-podiuma-kak-nedeli-mody-perehodyat-v-onlayn-i-chto-s-nimi-budet-dalshe/#part0 (дата обращения 06.08.20)
- 10.Онлайн-лекции и курсы помогут скрасить период самоизоляции. 2020. URL: https://regnum.ru/news/2898263.html (дата обращения 06.08.20)
- 11.Почему сегодня работать с кидфлюенсерами как никогда актуально. 2020. URL: https://www.cossa.ru/152/271516/ (дата обращения 14.08.20)
- 12. Beauty: исследование потребительского поведения во время и после пандемии. 2020. URL: https://www.cossa.ru/trends/269569/ (дата обращения 14.08.20)

УДК 33

Хахладжиян А.М. Основные фонды в отраслях химической промышленности России²⁴

Fixed assets in the chemical industry in Russia

Хахладжиян А.М.

старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Государственный академический университет гуманитарных наук», г. Москва Khakhladzhiyan A.M. Senior Lecturer, «State Academic University for the Humanities», Moscow

Аннотация. В статье представлен анализ динамики показателей использования основных фондов в отраслях химической промышленности. Проанализированы коэффициенты износа и обновления основных фондов в производстве химических веществ и химических продуктов, резиновых и пластмассовых изделий и прочих неметаллических минеральных продуктов. Выявлена тенденция значительного сокращения степени обновления основных фондов в этих видах деятельности, отмечена необходимость значительных инвестиций в основные фонды этих предприятий.

Ключевые слова: основные фонды, износ, коэффициент обновления, химическая промышленность, анализ **Abstract**. The article presents an analysis of the dynamics of indicators of the use of fixed assets in the chemical industry. The factors of wear and tear and renewal of fixed assets in the production of chemicals and chemical products, rubber and plastic products and other non-metallic mineral products are analyzed. The tendency of a significant reduction in the degree of renewal of fixed assets in these types of activities is revealed, the need for significant investments in fixed assets of these enterprises is noted.

Keywords: fixed assets, depreciation, renewal rate, chemical industry, analysis

Рецензент: Аблаев Ремзи Рустемович - кандидат экономических наук, ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Введение Уровень развития и использования продукции химической промышленности в экономике – один из важнейших критериев оценки уровня технологического развития страны. Поэтому реализация инновационного сценария развития России, обеспечение национальной конкурентоспособности, достижение высоких темпов роста экономики и благосостояния и качества жизни населения обусловливают необходимость технологического развития химического комплекса - одного из инновационно-активных секторов экономики.

Россия нуждается в высокотехнологическом химическом комплексе для решения важнейших народнохозяйственных проблем. Отставание от мирового уровня в сфере

²⁴ Статья подготовлена по государственному заданию «Математическое и компьютерное моделирование процессов социально-экономического и институционального развития России».

влечет утрату конкурентоспособности обеспечения химическими материалами производимой в них продукции. В этой связи стратегической целью развития химической промышленности России является развитие ее конкурентоспособности. Реализация этой цели подразумевает решение, в первую очередь, важнейшей задачи по техническому перевооружению и модернизации действующих и создание новых экономически эффективных и экологически безопасных производств, концентрацию инновационной деятельности на разработке и внедрении технологических процессов нового уровня, характеризующихся ограниченным количеством операций, безотходностью, глубоким переделом исходного сырья.

В начале 2000-х годов химическая промышленность достигла рекордного роста (более чем на 17%). Химическое производство демонстрирует стабильные темпы роста, зачастую опережающие средние темпы роста по обрабатывающим отраслям. Так, по обрабатывающим отраслям экономики индекс производства в сентябре 2020 г. по сравнению с прошлым годом составил 98,4%, а по производству химических веществ и химических продуктов и производству резиновых и пластмассовых изделий - 106,7% и 106,6% соответственно. Однако производство прочей неметаллической минеральной продукции сократилось и составило 96,2% [2]. В отрасли остаётся ещё много задач, требующих решения, и очевидно, что по мере развития технологий их решение будет приобретать все более важное значение, особенно с учетом того, что сроки эксплуатации значительной части оборудования предприятий химического комплекса составляют 20 и более лет, наблюдаются высокий уровень износа основных фондов.

Поэтому в статье проанализированы показатели использования основных средств в химической промышленности России.

Как отмечается в [5] сегодня «...Предпочтение должно отдаваться институтам, содействующим созданию и эффективному распространению технологий не только в высокотехнологичных секторах экономики, НО И В традиционных отраслях промышленности, в том числе инновационных, предъявляющих основной спрос на собственных инновации; способствующих выстраиванию национальных воспроизводственных цепочек, обеспечивающих производство продукции с высоким уровнем добавленной стоимости». Сегодня «широкий круг исследователей сходятся во мнении, что в случае технологической модернизации и комплексной автоматизации потенциал роста многие традиционные базовые отрасли: имеют топливноэнергетический и химический комплексы, металлургия, агропромышленный строительный комплексы, машиностроение. По оценкам Центра стратегических разработок (ЦСР), инвестиции в масштабное обновление основных фондов и программного обеспечения МОГУТ дать около 40% дополнительного производительности [1; 4; 11].

Таким образом, в масштабах всей страны, на региональном и отраслевом уровне, а также на каждом отдельном предприятии решается вопрос об объемах производства товаров и услуг, идет выбор технологий и ресурсов, которые дают максимальный экономический эффект. В этой связи следует отметить, что основные фонды являются важнейшим элементом национального богатства страны – совокупности ресурсов страны (экономических активов).

Технический уровень основных фондов определяют темпы роста общественного производства. Поэтому состояние и эффективность использования основных фондов являются объектом постоянного внимания.

В следующей таблице 1. представлены показатели, характеризующие основные фонды в России.

Таблица 1 Показатели состояния основных фондов в России

Показатели	2005	2010	2017	2018	Темпы роста (снижения), процентных пунктов
Коэффициент обновления (ввод в действие основных фондов в процентах от общей стоимости основных фондов на конец года)	3,0	3,7	4,3	4,7	1,7
Коэффициент выбытия (ликвидация основных фондов в процентах от общей стоимости основных фондов на начало года)	1,1	0,8	0,7	0,7	-0,4
Степень износа основных фондов (на конец года; в процентах)	43,5	47,1	47,3	46,6	3,1
Инвестиции в основной капитал, в % к предыдущему году	110,9	106,0	104,8	104,3	6,3

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ [9]

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ объем инвестиций в основной капитал увеличивается и составлял в 2019 г. более 19 трлн. руб., значения коэффициента обновления этих фондов также увеличивались, но наметилась тенденция сокращения объема инвестиций в основные фонды. Соответственно степень их износа остается довольно высокой [9].

Эти обстоятельства служат серьезным фактором, сдерживающим технологический прогресс, замедляют темпы экономического развития предприятий, где непосредственно осуществляется производственно-хозяйственная деятельность и потребляются основные фонды.

Химический комплекс – один из базовых сегментов российской экономики, который закладывает основы ее долгосрочного и стабильного развития. Для

химической промышленности характерна высокая доля машин и оборудования и более низкая, чем в среднем по промышленности, доля сооружений в структуре основных фондов промышленного назначения.

На следующем рис. 1. представлена динамика коэффициента износа основных фондов крупных и средних предприятий в таких сферах деятельности как производство химических веществ и химических продуктов, производство резиновых и пластмассовых изделий, а также производство прочих неметаллических минеральных продуктов.

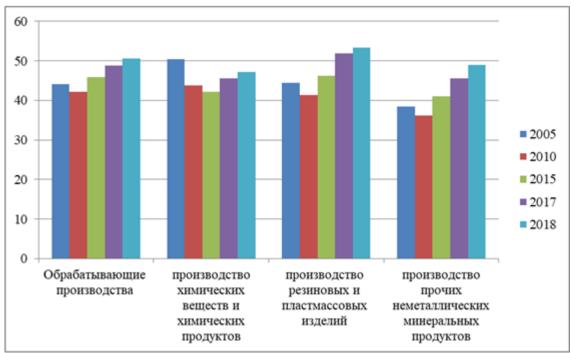


Рисунок 1. Степень износа основных фондов в организациях по видам экономической деятельности (без субъектов малого предпринимательства), в % [6; 7; 8]

Статистические данные свидетельствуют о том, что в обрабатывающих отраслях экономики наметившаяся в 2010 г. тенденция снижения степени износа основных фондов сменилась ростом и составляет уже более 50%. В рассматриваемых видах деятельности химической отрасли также прослеживается такая тенденция, особенно в производстве прочих неметаллических минеральных продуктов и производстве резиновых и пластмассовых изделий. Так, в 2018 г. по сравнению с 2005 г. коэффициент износа увеличился на 10,5 и 9 процентных пунктов соответственно. Однако в производстве химических веществ и химических продуктов коэффициент износа снижался не только в 2010 г., но и в 2015 г., а рост в последующий период характеризуется значительно меньшими темпами. Также отметим и то, что в этом виде

деятельности основные фонды менее изношены, чем в обрабатывающих отраслях в целом.

Статистические данные позволяют проанализировать этот показатель не только по крупным, но и по малым предприятиям [10]. Безусловно, при анализе показателей использования основных фондов необходимо учитывать размеры предприятий, поскольку их обновление связано с существенными финансовыми вложениями, а крупные предприятия имеют определенные преимущества. С другой стороны, малые предприятия более гибкие и оперативнее реагируют на изменения ситуации на рынке, в том числе и в используемых технологиях. Анализ степени износа основных фондов на предприятиях малого бизнеса ниже, чем на крупных и средних предприятиях (средние используют наиболее изношенное оборудование). В химической предприятия промышленности рассматриваемых видах деятельности прослеживается противоречивая тенденция (рис. 2).

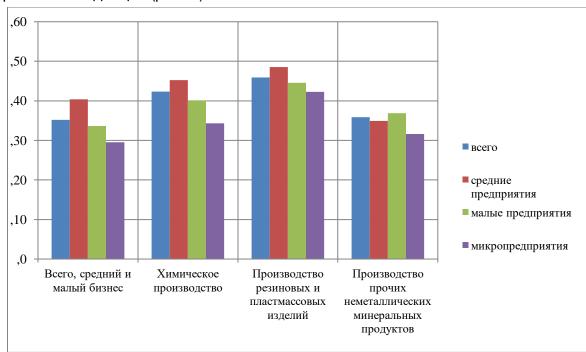


Рисунок 2. Степень износа основных фондов в организациях по видам экономической деятельности (субъекты среднего и малого бизнеса), 2015 г., в % [10]

Используемые малыми предприятиями основные фонды менее изношены, чем на крупных и средних предприятиях, но в отраслях химической промышленности износ значительно больше. В наибольшей степени это характерно для предприятий по производству резиновых и пластмассовых изделий. Степень износа оборудования в

этом виде деятельности наиболее значительная, что во многом это объясняется низким уровнем обновления основных фондов (рис. 3).

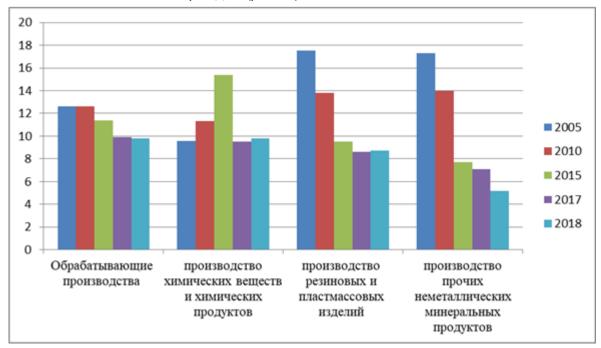


Рисунок 3. Коэффициент обновления основных фондов по видам экономической деятельности (без субъектов малого предпринимательства), в % [6; 7; 8]

Примечательно, что в 2005 г. в этом виде деятельности отмечено наибольшее значение коэффициента обновления основных фондов, но в последующий период наблюдается его существенное сокращение (в 2018 г. по сравнению с 2005 г. - более, чем в три раза). Отметим также, что в производстве прочих неметаллических минеральных продуктов степень обновления основных фондов еще более значительное, хотя и здесь в 2005 г. наблюдался рост.

Заключение Химический комплекс является базовым сегментом российской экономики, который закладывает основы ее долгосрочного и стабильного развития. Отрасль демонстрирует опережающие темпы роста по обрабатывающим отраслям экономики. Предприятия располагают возможностями успешного развития, конкурентоспособны, в частности, в производстве минеральных удобрений. Например, одно из крупнейших предприятий отрасли - «ЕвроХим» - по объему выручки прочно удерживает третье место в мире. В прогнозе технологий, распределенных с учетом индекса перспективности по стадиям полного технологического цикла, подготовленном в Институте народнохозяйственного прогнозирования РАН, отмечается, что наиболее перспективной оказалась добыча топливно-энергетических ресурсов (0,75); в

переработке – целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность (0,71); а также *производство минеральных удобрений прочих* неметаллических продуктов (0,93) [2].

Необходимыми условиями развития отрасли, являются масштабная технологическая модернизация производства, внедрение pecypcoэнергосберегающих технологий, а также концентрация инновационной деятельности в химическом комплексе на разработке и внедрении технологических процессов нового уровня, характеризующихся безотходностью, глубоким переделом исходного сырья. Соответственно вопрос о техническом перевооружении производства является одним из ключевых. Это связано как с физическим, так и моральным износом оборудования.

Анализ показателей использования основных фондов в отраслях химической промышленности нашей страны выявил противоречивые тенденции. С одной стороны, в рассматриваемых видах деятельности в 2005-2010 годах наблюдалось интенсивное обновление основных фондов (производство резиновых и пластмассовых изделий, а неметаллических также производство прочих минеральных продуктов). производстве химических веществ и химических продуктов обновление основных фондов происходило постепенно и наибольшие значения коэффициента обновления отмечены в 2015 году. С другой же стороны, в последующий период и в настоящее время предприятия химической промышленности существенно снизили показатели обновления используемых основных фондов. Соответственно коэффициент износа увеличивается и составляет сегодня почти 50%, а в производстве резиновых и пластмассовых изделий – более 50%. Отметим также, что в рассмотренных видах деятельности уровень износа основных фондов в малом бизнесе меньше, чем на крупных и средних предприятиях.

Эти обстоятельства служат серьезным фактором, сдерживающим технологический прогресс, замедляют темпы экономического развития предприятий химического комплекса. Для решения необходимы инвестиции в основные фонды предприятий химической промышленности, которая обладает значительным потенциалом.

Следует также отметить, что в силу высокой степень износа основных производственных фондов в химической промышленности и при отсутствии модернизации, велика вероятность техногенных аварий и нанесения при этом существенного ущерба окружающей среде. Поэтому необходима модернизация основных фондов, а также развитие высокотехнологичных предприятий.

Библиографический список

- 1. Идрисов Г.И., Княгинин В.Н., Кудрин А.Л., Рожкова Е.С. (2018). Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России //Вопросы экономики. № 4. С. 5—25
- 2. Информация о социально-экономическом положении России 2020 г. / Федеральная служба государственной статистики России. https://rosstat.gov.ru/bgd/free/B20_00/Main.htm
- 3. Кулакин Г.К. Анализ и оценка инновационно-технологического потенциала среднесрочного горизонта планирования. Научные труды ИНП РАН. М.: Макс-Пресс, 2016.
- 4. Ленчук Е.Б. Формирование промышленной политики России в контексте задач новой индустриализации // Журнал Новой экономической ассоциации. 2018. № 3 (39). С. 138-145.
- 5. Новая промышленная политика России в контексте обеспечения технологической независимости / Отв. ред. Е.Б. Ленчук. СПб.: Алетейя, 2016. 336 с.
 - 6. Промышленное производство в России. 2019: Стат.сб./Росстат. М., 2019.
 - 7. Промышленное производство в России. 2016: Стат.сб./Росстат. М., 2016.
 - 8. Промышленное производство в России. 2012: Стат.сб./Росстат. М., 2012.
 - 9. Россия в цифрах. 2020: Крат.стат.сб./Росстат- М., 2020.
- 10. Сплошное наблюдение малого и среднего бизнеса / Федеральная служба государственной статистики России. https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/business/prom/small_business/itog2015/itog-part1.htm
- 11. Структурно-инвестиционная политика в целях модернизации экономики России // Проблемы прогнозирования. № 4 (163), 2017. С. 3-16.

Экономическая теория

УДК 33

Власенко Е.Ю. ОСАГО в Европейском Союзе

CTP in the European Union

Власенко Екатерина Юрьевна

Владимирская областная прокуратура, помощник прокурора г. Владимира Vlasenko Ekaterina Y. Vladimir regional prosecutor's office, assistant to the prosecutor of the city of Vladimir

Аннотация. В статье рассматриваются основные положения правового регулирования обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств в странах Европейского союза.

Ключевые слова: страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, Европейский Союз, страховое возмещение, Директивы Совета Европы.

Abstract. The article discusses the main provisions of the legal regulation of compulsory civil liability insurance of vehicle owners in the European Union.

Keywords: vehicle owner liability insurance, European Union, insurance indemnity, Council of Europe Directives.

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва

Широкое использование автомобиля началось после Первой мировой войны, при этом, ни в одной стране мира не существовало обязательной формы страхования, в связи с чем, пострадавшие лица редко получали какую-либо компенсацию в случае аварии, а водители часто сталкивались со значительными расходами за нанесенный ущерб.

Впервые обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (далее – ОСАГО) было введено в 1929 году в Австрии. Это гарантировало, что все владельцы транспортных средств и водители должны были быть застрахованы от своей ответственности за травмы или смерть третьих лиц, когда их транспортное средство использовалось на дороге общего пользования. Позднее, ОСАГО появилось в Великобритании (1930 год), Швейцарии (1932 год), Чехии (1935 год), Германии (1939 год) и других европейских государствах.

В результате постоянного увеличения количества автомобилей, а вместе с тем и прямого увеличения вероятности несчастных случаев, ОСАГО является одним из наиболее важных направлений страхового бизнеса в различных странах.

В Российской Федерации ОСАГО появилось в 2003 году после принятия в 2002 году Федерального закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств». С момента возникновения и по настоящее время отрасль автострахования в России не является стабильной и постоянно реформируется, демонстрируя на сегодняшний момент отрицательные тенденции развития. Именно поэтому на сегодняшний день большое значение должен иметь, в том числе опыт и достижения иностранных государств, использование которых позволит обеспечить надлежащую защиту прав участников данных правоотношений, в особенности прав потерпевших лиц.

Сложившая ситуация несомненно наталкивает на необходимость проведения анализа и систематизации зарубежных источников права, посвященных ОСАГО с целью выявления их общих и специфических черт, являющихся первоочередными элементами для воссоздания единой картины правового регулирования данного института в зарубежных государствах.

Особый интерес вызывает правовая регламентация ОСАГО в Европейском Союзе, особенность которой заключается в формировании единого страхового пространства и единообразного страхового законодательства.

С целью гармонизации национального законодательства в сфере страхования, касающегося страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств в Европейском Союзе были разработаны Директивы Европейского Союза.

Первой в области ОСАГО была разработана и принята Директива Совета Европы № 72/166/ЕЕС от 24 апреля 1972 года «О сближении законодательства Стран-членов ЕС касательно страхования гражданской ответственности владельцев автомобилей, а также обязанности страховать такую ответственность».

Ее основным принципом является обязательное для всех пользователей автотранспортных средств во всех странах-членах ЕС страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, при этом условия и порядок страхования, а также размер компенсационных выплат, определяются в соответствии с национальным законодательством.

Также следует отметить, что она закрепила создание механизма, который обеспечивал бы предоставление потерпевшему гарантии на возмещение вреда в случае происшествия в связи с использованием незастрахованного, либо неустановленного транспортного средства.

На протяжении 30 лет по мере углубления, интеграции и вступления новых странчленов, из-за изменений экономической ситуации, а также введения новых элементов для создания единого страхового рынка в области ЕС были принято еще 4 Директивы:

No.84/5/EEC от 30 декабря 1983 года; No.90/232/EEC от 14 мая 1990 года; No.2000/26/EEC от 16 мая 2000 года; No.2005/14/EEC от 11 мая 2005 года.

Поскольку Директивы неоднократно дополнялись, для большей ясности и эффективности их применения, было принято решение об их объединении в кодифицированную Директиву Европейского парламента и Совета Европы No.2009/103/ EEC от 16 сентября 2009 года.

Как и в других странах, объектом обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств в странах-членах Европейского союза являются имущественные интересы, связанные с риском гражданской ответственности владельца транспортного средства по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу потерпевших при использовании транспортного средства на соответствующей территории.

Директива закрепляет понятие транспортного средства, которое означает любое автомобильное транспортное средство, предназначенное для передвижения по суше и приводимый в движение механической силой, но не идущий по рельсам, и любой прицеп, независимо от того, присоединен он или нет.

Единый страховой рынок позволяет владельцам транспортных средств передвигаться внутри ЕС на основании одного полиса обязательного страхования, без необходимости приобретения дополнительной страховки, поскольку его действе распространяется на всю территории Европейского союза, независимо от того в какой стране-члене он был оформлен.

Страховые взносы по автострахованию устанавливаются самими страховыми компаниями, а не государством и различаются между странами-членами ЕС, каких-либо императивных директив в этой части нет, что в некоторых случаях воспринимается как несовместимое с единым рынком страхования в ЕС. Стоимость страхового полиса в ЕС может варьироваться в среднем от 66 евро в Латвии, до более чем, 600 евро в Великобритании. Во Франции средняя цена полиса составляет 400 евро, в Италии – 340 евро, в Чехии – 110 евро, в Словении – 130 евро²⁵.

Однако такое разнообразие премий отражает факторы, связанные с нормативными требованиями государства-члена, риски и экономическую среду, которые оказывают влияние на стоимость страхового полиса, а также на частоту и тяжесть несчастных случаев. Таким образом, страховщики должны учитывать эти факторы при расчете своих премий, чтобы построить соответствующую финансовую систему, способную покрывать свои риски.

²⁵ European Motor Insurance Markets. – 2019. – P. 16-17.

Во-первых, нормативная среда, такая как, национальные законы об ответственности, правила судебных разбирательств и обязательные требования по страхованию ОСАГО, определяющие вид и размер компенсации, на которую имеет право потерпевшая сторона после дорожно-транспортного происшествия.

Во-вторых, дорожно-транспортные факторы влияют на риск несчастных случаев. Демография или привычки вождения могут увеличить риск (например, плотность дорожного движения или высокая доля молодых водителей). Суровая погода может повлиять на условия вождения, в то время как уровень расходов на содержание дорог или инициативы по обеспечению безопасности дорожного движения также могут оказывать влияние на уровень аварийности.

В-третьих, экономическое положение государства-члена или конкретного региона играет большую роль в стоимости риска, поскольку оно может влиять на стоимость ремонта автомобиля (включая затраты на оплату труда и стоимость запасных частей), на медицинские расходы (например, госпитализация расходы или лечение), а также тип и стоимость транспортных средств, подверженных риску угона.

Также следует подчеркнуть, что Директива не стремится к гармонизации национальных законов об ответственности за нарушение правил дорожного движения. Страны-члены Европейского Союза остаются свободными в определении и законодательном закреплении условий и видов такой ответственности.

При этом, Директивой обеспечен единообразный подход к минимальному размеру страхового возмещения, который не подлежит уменьшению с течением времени, и пересматривается каждые 5 лет. По состоянию на май 2016 год минимальный размер страхового возмещения составляет:

- 1 220 000 евро на одного потерпевшего, либо 6 070 000 за требование независимо от числа потерпевших в случае причинения вреда личности;
- 1 220 000 евро за требование, независимо от числа потерпевших в случае причинения вреда собственности²⁶.

Это составляет минимальную сумму, покрываемую обязательное страхование, которое представляет собой пределы обязательств страховщиков, однако это не лишает возможности каждого государства-члена ЕС назначить более крупное страховое покрытие.

Таким образом, гармонизация национального законодательства в сфере автострахования преследует двойную цель: с одной стороны обеспечить свободное передвижение транспортных средств, обычно находящихся на территории

²⁶ Dr. Michael Chatzipanagiotis Dr. George Leloudas. AUTOMATED VEHICLES AND THIRDPARTY LIABILITY: A EUROPEAN PERSPECTIVE // JOURNAL OF LAW, TECHNOLOGY & POLICY. 2020. P. 137.

Европейского союза, и лиц, передвигающихся на этих транспортных средствах, а с другой стороны гарантировать лицам, пострадавшим от этих транспортных средств, получение сопоставимой защиты в не зависимости от места несчастного случая.

Библиографический список

- 1. Dr. Michael Chatzipanagiotis, Dr. George Leloudas. Automated vehicles and thirdparty liability: a European perspective / Dr. Michael Chatzipanagiotis, Dr. George Leloudas // Journal of law, technology & policy. 2020. P. 109-198.
- 2. Tudor Oniga. Motor liability insurance. The juridical consequences and the legal nature of the insurance / Tudor Oniga // Fiat iustitia. 2019. No. 1. P. 223-229.
- 3. Nenad Miletic. Limited liability of insurers for damages based on motor third party liability insurance / Nenad Miletic // 26th international scientific conference on economic and social development "building resilient society". 2017. P. 584-590.
 - 4. European motor insurance markets. 2019. 40 p.
- 5. Zeljka Primorac. Normal function of a vehicle as a means of transport or a machine for carrying out work in motor third party liability insurance with special regard to the latest rulings of the court of justice of the European union / Zeljka Primorac // Eu and comparative law issues and challenges series (Issue 2). 2018. P. 235-251.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ № 10/2020

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2542-0208

Формат 60х84/16. Усл. печ. л.4,7. Тираж 100 экз. Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1