

# СТРАТЕГИИ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ УГРОЗАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Выпуск III

Том II

Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ»

Тамбов  
2021

Администрация Тамбовской области  
Управление образования и науки Тамбовской области  
Ассоциация «Объединенный университет  
имени В. И. Вернадского»  
**ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный  
технический университет»**  
Кафедра «Экономическая безопасность и качество»

**СТРАТЕГИИ  
ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ УГРОЗАМ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ  
РОССИИ**

**Материалы III Всероссийского форума  
по экономической безопасности**

27–28 октября 2020 г.

**Выпуск III**

**Том II**

Научное электронное издание



---

Тамбов  
Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
2021

УДК 338.2  
ББК 65.054  
С83

Редакционная коллегия:

*Т. А. Бондарская* – д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой  
«Экономическая безопасность и качество» ФГБОУ ВО «ТГТУ»;  
*С. П. Спиридонов* – д-р экон. наук, профессор,  
директор Института экономики и качества жизни ФГБОУ ВО «ТГТУ»;  
*Г. Л. Попова* – канд. экон. наук, доцент кафедры  
«Экономическая безопасность и качество» ФГБОУ ВО «ТГТУ»;  
*О. В. Бондарская* – канд. экон. наук, доцент кафедры  
«Экономическая безопасность и качество» ФГБОУ ВО «ТГТУ»

С83 **Стратегии** противодействия угрозам экономической безопасности России : материалы III Всероссийского форума по экономической безопасности : в 2 т. / под общ. ред. Т. А. Бондарской ; отв. ред. Г. Л. Попова ; ФГБОУ ВО «ТГТУ». – Тамбов : Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2021. – Вып. III.  
ISBN 978-5-8265-1855-7

Т. П. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Системные требования : ПК не ниже класса Pentium II ; CD-ROM-дисковод ; 3,31 Мб ; RAM ; Windows 95/98/XP ; мышь. – Загл. с экрана.  
ISBN 978-5-8265-2351-3

В сборник включены научные труды, подготовленные по результатам работы III Всероссийского форума по экономической безопасности «Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России», которая проводилась 27–28 октября 2020 года.

Предназначен для студентов, магистрантов, аспирантов, научных работников, преподавателей, работников органов власти и местного самоуправления, а также широкого круга специалистов в сфере экономики и статистики.

УДК 338.2  
ББК 65.054

*Статьи публикуются в авторской редакции. Мнения и позиции авторов не обязательно совпадают с мнением и позицией редакционной коллегии*

ISBN 978-5-8265-1855-7 (общ.) © Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный технический университет» (ФГБОУ ВО «ТГТУ»), 2021  
ISBN 978-5-8265-2351-3 (т. II)

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

<i>Баранова Е. В.</i> Влияние цифровизации экономики на финансовую безопасность предприятия .....	5
<i>Борисова Н. К.</i> Материально-техническое обеспечение предприятий в России .....	10
<i>Борисова Н. К.</i> Особенности организации производственного процесса на предприятиях .....	13
<i>Гучетль Р. Г., Бренева О. О.</i> Прогнозирование банкротства предприятия на основе оценки его финансового состояния .....	17
<i>Данцева М. С.</i> Система обеспечения экономической безопасности предприятия .....	25
<i>Комисарова У. С.</i> Анализ маркетинговой деятельности «METRO Cash & Carry Russia» .....	29
<i>Королькова Е. М., Андриющенко А. В.</i> Экономический потенциал предприятия: сущность, элементный состав, анализ, направления роста .....	36
<i>Кошевой О. С., Фудина Е. В.</i> Экономическая безопасность организации: стратегия реализации .....	44
<i>Налчаджян Т. А., Франгулян А. А., Никоян Н. С.</i> Задача определения оптимальной дисперсии гранулометрической характеристики продуктов измельчения .....	47
<i>Панферова А. О.</i> Влияние ключевых индикаторов привлекательности предприятия, как работодателя на уровень его конкурентоспособности .....	52
<i>Панферова А. О.</i> Значение маркетинга в HR-менеджменте современного предприятия .....	57
<i>Панферова А. О.</i> Эффективность применения маркетинговых инструментов в области управления персоналом .....	63
<i>Рандрианасулу Аривелу Феланиаина, Саталкина Н. И.</i> Анализ удовлетворенности клиентов .....	68
<i>Ратькова А. Б.</i> Финансовая устойчивость в системе экономической безопасности предприятия .....	78
<i>Саталкина Н. И., Ефремова В. А.</i> Особенности диагностики уровня экономической безопасности предприятия в условиях цифровизации .....	82
<i>Саталкина Н. И., Иванова Я. О.</i> Стратегическая экономическая безопасность: ключевые детерминанты и оценка внутренних угроз .....	89

<i>Саталкина Н. И., Самородов Ю. А.</i> Формирование финансовой стратегии предприятия, ориентированной на повышение уровня его экономической безопасности .....	94
<i>Саталкина Н. И., Тараскина Н. В.</i> Подходы к совершенствованию стратегии «минимизация издержек» производственного предприятия в современных условиях .....	99
<i>Саталкина Н. И., Тараскина Н. В.</i> Разработка мер и экономическое обоснование программы оптимизации бизнеса в условиях ограниченных ресурсов .....	104
<i>Смагина М. Н., Сугрובה Н. М., Новикова А. А.</i> Бухгалтерский баланс, как основа финансовой деятельности предприятия .....	112
<i>Аль-Явар А. А., Жариков Р. В.</i> Повышение качества продукции (услуг) как антикризисная мера .....	114

## **5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ**

<i>Алексян Н. Г., Мкртчян С. М., Никогосян Г. А.</i> Аспекты обеспечения экономической безопасности предприятий энергосистемы Республики Армения .....	118
<i>Бондарская О. В., Бурцева А. В., Турсунов Б. О., Набиева Н. Н.</i> Влияние угроз теневой экономики на развитие региона .....	121
<i>Бондарская О. В., Оганесян А. М., Карпушева М. И.</i> Определение «кризисного поля» и «масштабов» регионального предприятия ..	129
<i>Бондарская Т. А., Турсунов Б. О., Краснояружская У. К., Набиева Н. Н.</i> Влияние цифровизации на безопасное развитие личности в обществе .....	134
<i>Бондарская Т. А., Мкртчян С. А., Турик Я. С.,</i> Особенности социальной политики в обеспечении экономической безопасности региона .....	147
<i>Бондарская Т. А., Франгулян А. А., Усачева О. А.</i> Система образования как составляющая социально-экономического развития общества .....	156
<i>Киреева Е. А., Жариков Р. В.</i> Правовая и физическая безопасность сотрудников организации .....	170
<i>Мажарова А. М.</i> Анализ и развитие потенциала трудовых ресурсов Тамбовской области .....	176
<i>Петросян Е. В., Мартиросян Н. В.</i> Актуальность разработки оперативно- координационного центра для устойчивого развития энергосистемы региона .....	185
<i>Шахбазян Х. А., Мовсесян А. М.</i> Конкурентный оптовый рынок электроэнергии как основа экономической безопасности предприятий .....	191
<i>Чархифалакян Л. В., Мартиросян М. В.</i> Экономическая безопасность, риск развития и энергосистема РА .....	194

## 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

---

**Е. В. Баранова**

студент 5-го курса

ФГБОУ ВО «ВГТУ»

Kataribaranova27@mail.ru

г. Воронеж, Россия

### **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА ФИНАНСОВУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация.* В данной статье определены понятия финансовой безопасности и цифровой экономики. Автором проанализировано влияние цифровизации на финансовую безопасность предприятия, выявлены угрозы финансовой безопасности, связанные с использованием цифровых технологий. Предложены основные направления минимизации угроз финансовой безопасности, возникающие в условиях цифровизации.

*Ключевые слова:* финансовая безопасность, цифровая экономика, технологии, угрозы финансовой безопасности, кибератаки, индекс цифровизации.

На сегодняшний день в России отмечается стремительное развитие цифровой экономики. Цифровизация способствует изменению экономических процессов, способов и форм ведения производственной деятельности. В связи с этим ключевую роль в развитии любого хозяйствующего субъекта и изменения уровня его финансовой безопасности играет использование информационных технологий, способность быстро адаптироваться к быстроменяющейся цифровой среде.

Понятие цифровой экономики раскрывается в указе Президента Российской Федерации от 09.05.17 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы», а также в распоряжении Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р об утверждении Программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

В данных документах под цифровой экономикой понимается «совокупность общественных отношений, которые складываются при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объемов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государств» [3].

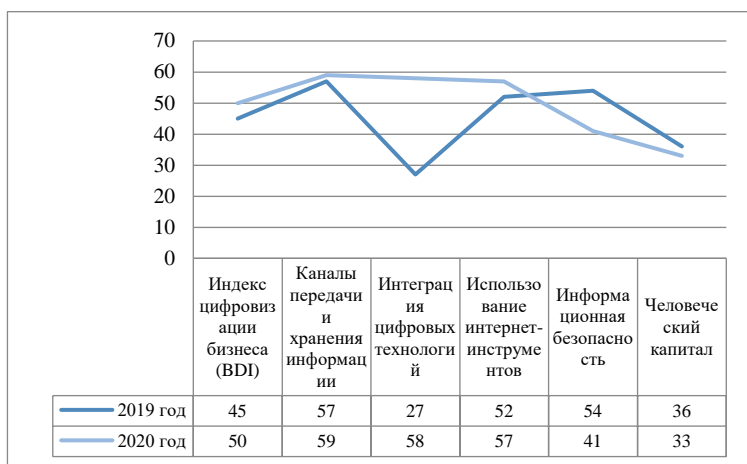
Скорость адаптации предприятий к цифровой трансформации можно оценить, анализируя Индекс цифровизации бизнеса. Индекс цифровизации бизнеса интегрирует пять частных индексов, представленных на рис. 1.



**Рис. 1. Частные индексы цифровизации бизнеса**

В результате репрезентативного всероссийского опроса представителей малого и среднего бизнеса (включая индивидуальных предпринимателей), проведенного НАФИ в феврале 2020 года, индекс цифровизации бизнеса равен 50 пунктам по шкале от 0 до 100. За последние полгода данное значение не изменилось. В данном опросе участвовало 598 руководящих сотрудников предприятий из 8 федеральных округов России [2].

На рисунке 2 представлена динамика частных индексов цифровизации бизнеса.



**Рис. 2. Динамика частных индексов цифровизации бизнеса**

Переход к цифровым технологиям принципиально изменил отношение к информации, ее носителям, что существенно изменило отношение к экономической безопасности предприятия, в том числе ее финансовой составляющей.

Существует несколько подходов к рассмотрению понятия «финансовая безопасность». Рассмотрим некоторые из них.

По мнению Парфеновой Т., финансовая безопасность представляет собой часть экономической безопасности фирмы, которая представляет собой совокупность осуществляемого комплекса мер в интересах защиты бизнеса от внутренних и внешних отрицательных финансовых угроз [4].

Горячева К.С. считает, что финансовая безопасность – это такое финансовое состояние предприятия, которое характеризуется, во-первых, сбалансированностью и качеством совокупности финансовых инструментов, во-вторых, устойчивостью к внутренним и внешним угрозам, в-третьих, способностью финансовой системы предприятия обеспечить реализацию его финансовых интересов и, тем самым, обеспечить развития всей финансовой системы [4].

Реверчук Н.И. утверждает, что финансовая безопасность хозяйствующего субъекта – это защита от возможных финансовых затрат и предупреждения банкротства предприятия, достижения наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов [4].

Исходя из данных определений, можно сделать вывод, что главным условием финансовой безопасности предприятия является способность противостоять существующим и возможным рискам и угрозам, способным причинить существенный ущерб хозяйствующему субъекту.

В условиях цифровизации в связи со значительным использованием информационных технологий к уже имеющимся угрозам добавляются новые угрозы финансовой безопасности предприятия.

К угрозам финансовой безопасности предприятия, вызванным переходом к цифровой экономике, относятся:

- 1) мошеннические действия в IT-сфере с целью получения доступа к банковским счетам, также паспортным данным сотрудников, клиентов предприятия;

- 2) допущение ошибок при разработке программного обеспечения, которые могут приостановить функционирование деятельности хозяйствующего субъекта, привести к экономическим потерям и дополнительным расходам на устранение возникающих проблем;

- 3) утеря данных вследствие остановки функционирования важных информационных систем;

- 4) зависимость осуществления финансовых операций от качества используемых программ, наличия и скорости Интернета;



5) кибератаки с целью получения конфиденциальной информации, парализация работы предприятия посредством внедрения вирусов;

6) похищение технологий через интернет, промышленный шпионаж;

7) снижение привлекательности предприятия в случае неприменения им в своей деятельности различных информационных систем, которые используются другими партнерами и клиентами. Данная угроза связана с ускоряющимся развитием цифровых технологий [1].

Большинство угроз финансовой безопасности предприятия в условиях цифровизации связаны именно с утечкой информации, так как все данные хранятся в электронном виде на удаленных серверах. Это позволяет злоумышленникам, используя информационные технологии, получить доступ к конфиденциальной информации.

Исходя из этого, следует, что предприятиям необходимо осуществлять ряд мер для минимизации угроз финансовой безопасности в условиях цифровизации. К таким мерам можно отнести:

1) разработку защищенных программ, периодическое их обновление;

2) повышение компетенций работников отделов экономической безопасности предприятия;

3) повышение цифровой грамотности всех сотрудников через использование специальных программ обучения;

4) создание и внедрение информационных технологий, изначально устойчивых к различным видам воздействий;

5) проведение эффективных научных исследований, направленных на создание перспективных информационных технологий.

Таким образом, новые цифровые условия требуют от предприятий значительных вложений не только в приобретение информационных технологий, но и в систему кибербезопасности.

Несмотря на множество возникающих угроз финансовой безопасности предприятия и необходимые значительные вложения в программное обеспечение, цифровизация экономики несет в себе множество экономических и социальных выгод, повышающих финансовую безопасность предприятия, в том числе:

1) ускорение развития бизнеса, а также автоматизация и упрощение бизнес-процессов;

2) повышение прозрачности совершаемых финансовых операций;

3) уменьшение себестоимости оказания услуг, производства товаров;

4) повышение производительности труда;

5) возможность гибкого ценообразования;

6) расширение возможностей маркетинга, сбора данных;

7) координация с другими экономическими агентами для достижения общих целей;

8) внедрение операций, связанных с сокращением сбытовых затрат.

Также цифровые технологии позволяют предприятиям организовывать максимально персонализированное взаимодействие, которое предпочитает большинство клиентов. Это повышает конкурентоспособность предприятия.

В заключении можно сделать вывод, что масштабные технологические преобразования оказывают серьезное воздействие на деятельность хозяйствующих субъектов и создают новые угрозы их финансовой безопасности. Таким образом, одним из важнейших факторов успешного развития предприятий на сегодняшний день является способность эффективно управлять рисками, связанными с использованием современных электронных технологий.

### **Список используемых источников**

1. Гунина, И.А. Оценка влияния условий цифровизации на обеспечение экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс]: научная статья / И.А. Гунина. Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика. Сборник научных статей 10-й Международной научно-практической конференции. Курск, 2020. – С. 87 – 89. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43059257> (дата обращения: 18.10.20).

2. Пандемия и переход компаний на «удаленку». Индекс цифровизации малого и среднего бизнеса. URL: <https://nafi.ru/analytics/pandemiya-i-perekhod-kompaniy-na-udalenuku-indeks-tsifrovizatsii-malogo-i-srednego-biznesa/> (дата обращения: 18.10.20).

3. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/> (дата обращения: 16.10.20).

4. Украинцев, В.Б. Экономическая безопасность региона и предприятия [Электронный ресурс] / В.Б. Украинцев, О.Б. Черненко, В.М. Джуха и др. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 223 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567673> (дата обращения: 16.10.2020).

5. Яковлев, В.М. Особенности проявления и нейтрализации рисков экономической безопасности в процессах цифровизации [Электронный ресурс]: научная статья / В.М. Яковлев. Путеводитель предпринимателя. Российская Академия предпринимательства. Москва, 2019. – С. 190 – 199. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38543684> (дата обращения: 19.10.20).

**Н. К. Борисова**  
студентка 3-го курса  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ**

*Аннотация.* Как известно, целью создания любой коммерческой фирмы является получение конечного результата, то есть прибыли. Каждый предприниматель, занимаясь тем или иным видом деятельности, должен быть полностью уверен в том, что этот вид деятельности приносит ему успешный результат, что он не зря вкладывает все свои силы, возможности, ресурсы в производственный процесс. Поэтому, несомненно, проблема изучения системы материально-технического обеспечения на предприятии является актуальной в современных рыночных условиях экономики нашей страны.

*Ключевые слова:* коммерческая фирма, материально-технического обеспечения, предприятие, рынок, закупки, сырье, мировой рынок.

Как известно, целью создания любой коммерческой фирмы является получение конечного результата, то есть прибыли. Каждый предприниматель, занимаясь тем или иным видом деятельности, должен быть полностью уверен в том, что этот вид деятельности приносит ему успешный результат, что он не зря вкладывает все свои силы, возможности, ресурсы в производственный процесс. Поэтому, несомненно, проблема изучения системы материально-технического обеспечения на предприятии является актуальной в современных рыночных условиях экономики нашей страны. Состояние современной экономики в настоящее время крайне нестабильно. Поэтому очень важно, чтобы руководители, менеджеры на предприятии повышали эффективность использования экономического потенциала, выбирали наиболее оптимальные формы осуществления хозяйственной деятельности. Для стабильной и эффективной работы предприятия необходим полный и качественный учет необходимых материально-технических ресурсов. С этой целью необходимо развитие теоретических и практических аспектов анализа материально-технического снабжения.

Материально-техническое обеспечение представляет собой вид коммерческой деятельности, обеспечивающее организацию и его производственный процесс материально-техническими ресурсами. Эта служба ответственна за то, чтобы предприятие было обеспечено необходимым ей по количеству и качеству материалом, сырьем, товарами в определенный срок от надежных поставщиков, которые в полной мере выполняют свои обязательства, с хорошим сервисом и по выгодной цене.

В современных рыночных условиях важную роль играют качественные показатели деятельности предприятия. К ним относят снижение удельных затрат материалов, полуфабрикатов, топлива. Таких результатов можно достичь путем повышения использования прогрессивных конструкционных материалов, металлических порошков и пластмасс, сокращением отходов производства. Очень важно в комплексе использовать природные и материальные ресурсы, максимально устранять потери и нерациональные расходы, в полной мере пускать в хозяйственный оборот вторичные ресурсы, и к тому же вспомогательные продукты. Несомненно, внедрение подобных путей экономии ресурсов помогает сформировать надежный действующий механизм функционирования системы снабжения и хозяйства фирмы в целом.

Для обеспечения эффективного контроля над сохранностью материальных ценностей большая роль отводится организации снабжения на фирмах, состоянию складского хозяйства [1].

Эффективное управление закупками существенно влияет на успех большинства современных российских предприятий. Приобретение сырья, оборудования лучшего качества, в нужном количестве, по наилучшей цене и на основе долговременного сотрудничества давно привлекает внимание руководителей.

ЗАО «ТАМАТ», так же, как и любые другие предприятия, заинтересовано в эффективном обеспечении своей материально-технической базы. Важную роль в финансовом состоянии компании играет эффективная система регулирования материальных запасов, доля которых в 2017–2018 годах занимает второе место. Предприятие располагает необходимым оборудованием для осуществления своей деятельности. Однако следует отметить, что некоторое техническое вооружение устарело и требует модернизации. Это в свою очередь, так же приведет к более эффективному использованию имеющихся в распоряжении ресурсов.

К основным путям усовершенствования управления материальными запасами можно отнести:

- Рациональное использование материалов.
- Ликвидность сверхнормативных запасов материалов.
- Улучшение организации снабжения, также путем установления четких договорных условий поставок и обеспечение их выполнения.
- Оптимальный выбор поставщиков.
- Налаженная работа транспорта.
- Определение оптимального размера партии заказа. Экономическая сущность данного направления определяется путем сопоставления затрат, сопутствующих осуществлению закупок при реализации этого мероприятия и до него. Увеличение объема партии в большей степени сокращает затраты по размещению заказа, доставке товаров и их приемке.

– Определение оптимального количества поставок. Сотрудники должны планировать и рассчитывать закупочный бюджет предприятия на год, а также составлять план-график осуществления закупок по каждому виду материально-технических ресурсов.

– Использование автоматизированных систем управления снабжением.

– Модернизация устаревшего оборудования.

Таким образом, стратегия управления запасами должна основываться на обеспечении платежеспособности предприятия и определении оптимального объема и структуры оборотных средств [2].

В свою очередь, определение необходимой потребности в оборотных средствах, в том числе и запасах на предприятии ставит перед финансовым менеджером задачу выбора оптимальной структуры источников формирования оборотных средств.

Огромным моментом непрерывной работы ЗАО «ТАМАТ» является полная обеспеченность потребности в материальных ресурсах источниками покрытия. Они бывают внешними и внутренними. К внешним источникам можно отнести материальные ресурсы, которые поступают от поставщиков в соответствии с заключенными хозяйственными договорами. Внутренние источники – это сокращение расходов сырья, использование вторичного сырья, собственное изготовление материалов и полуфабрикатов, экономия материалов в результате внедрения достижений научно-технического прогресса. Вследствие этого, необходимо разработать необходимые мероприятия для управления перечисленными источниками покрытия и выбирать надежных и проверенных поставщиков [4].

Учет материалов на предприятии ведется как в бумажной форме, так и с помощью стандартных компьютерных программ. Значительную помощь в организации службы МТО могут оказать современные компьютерные технологии. Следует отметить, что наличие на предприятиях таких технологий учета материальных ресурсов позволит работникам получать полную картину наличия, использования и движения материальных ресурсов в производственном процессе, что должно привести к минимизации издержек производства и оптимизации использования и управления материальными ресурсами предприятия [3].

В настоящее время существует множество подобных программ для учета материально-технических ценностей и организации службы снабжения на фирме. Например, *Forecast NOW* – она позволяет сокращать излишние запасы и снижает дефицит, при этом обеспечивая наличие обязательного ассортимента. Также производится расчет оптимальных перемещений товаров между складами с учетом затрат на

логистику и времени перевозки. Другим примером является программа *Mycroft Assistant*. Она же представляет собой программный комплекс для экспертного анализа и управления запасами и снабжением.

Во многом успешная деятельность предприятий любого сектора экономики зависит от службы материально-технического обеспечения. Правильно организованная система снабжения позволяет достичь эффективности в деятельности предприятия и повышению его конкурентоспособности на мировом рынке.

### **Список используемых источников**

1. Материально-техническое снабжение / В.И. Степанов. – М.: Академия, 2016. – 192 с.
2. Организация оптовых закупок в условиях рынка / В. Корниенко. – Современная торговля, 2017. – 10 с.
3. Автоматизация учета материально-производственных запасов. – URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/58/2208/>.
4. Официальный сайт ЗАО «ТАМАТ». – URL: <http://tamat-tambov.ru/>.
5. Управление в системе материально-технического обеспечения в г. Тамбова. – URL: <http://economy–ru.info/info/130976/>.

**Н. К. Борисова**  
студентка 3-го курса  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

*Аннотация.* В данной статье обозначены основные понятия и составные элементы производственного процесса. Выявлены особенности массового, серийного и единичного производства. В процессе исследования также изучен процесс производства одного из предприятий Тамбовской области.

*Ключевые слова:* предприятие, производственный процесс, массовое, серийное и единичное производство, сахарный завод.

Ни для кого не секрет, что любое предприятие, основной деятельностью которого является производство продукции, основывается на грамотно построенном производственном процессе.

Принято считать, что производственный процесс – это процесс изготовления продукции. За его основу принято считать труд. Производственный процесс – совокупность всех действий людей и орудий труда, необходимых на данном предприятии для изготовления и ремонта продукции [1].

Главной составляющей производственного процесса являются технологические процессы, в которые входят целенаправленные действия по изменению и определению состояния предметов труда. В момент реализации технологических процессов происходит изменение геометрических форм, размеров и физико-химических свойств предметов труда.

Не стоит забывать, что в производственном процессе трудовые процессы комбинируются с естественными, в которых изменение предметов труда происходит под влиянием сил природы без участия человек [2].

Производственный процесс делится на множество технологических процедур, которые называются производственными операциями. Они являются частью производственного процесса, выполняется на одном рабочем месте без переналадки оборудования и совершается при помощи набора одних и тех же орудий труда.

Для того, чтобы снизить затраты на изготовления изделий, улучшить организацию и надежность производственного процесса, используется ряд следующих правил и методов:

1) Специализация заключается в том, что за каждым цехом, участком и рабочим местом, фиксируется технологически однородный или строго определенный ассортимент продукции.

2) Непрерывность характеризуется сокращением или сокращением до нулевых перерывов в процессе производства готовой продукции, причем каждая следующая операция того же процесса сразу начинается после окончания предыдущего, что сокращает время изготовления изделий, сокращает время простоя оборудования и рабочих мест.

3) Прямоточность характеризует движение предметов труда по ходу производственного процесса и обеспечивает для каждого продукта кратчайший путь по рабочим местам.

Так как деятельность предприятия ООО «Русагро-Тамбов» в Знаменском районе предназначена для производства продукции, то вопрос о грамотном построении производственного процесса является одним из главных.

Процесс производства сахара-песка начинается с подготовки семян и почв, организации своевременного посева и удобрения сахарной культуры, внесения гербицидов, сбора и транспортировки свеклы на кагатном поле. Но не меньшее значение имеет и правильное хранение запаса свеклы на кагатном поле [4].

В свекломойке также имеются камнеловушки и песколовушки. Из свекломойки свекла вновь попадает в водоотделитель, затем на транспортер, где производится очистка ее от ферромагнитных примесей с

помощью подвешенного электромагнитного сепаратора и далее в бункер автоматических весов.

Из бункера взвешенная свекла поступает в свеклорезки. Для более полного извлечения сахарозы свеклу измельчают в стружку. Из свеклорезок стружка транспортером подается в головную часть диффузионного аппарата, в хвостовую часть подается барометрическая вода и очищенная вода.

Полученный в диффузии раствор сахарозы и несахаров, называемый диффузионным соком, содержит много несахаров, мелких частиц свеклы (мезги). Для того, чтобы получить высокий выход товарного сахара и низкий выход мелассы (патоки), из него необходимо удалить как можно больше несахаров. Необходимо диффузионный сок направить на дефекацию, там он обрабатывается известью.

После дефекации производится сатурация дефекованного сока путем насыщения его углекислым газом. Затем сок направляется в отстойник. В нем происходит разделение сока на две части: осветленную фазу и сгущенную суспензию [4].

Осветленный сок направляют на вторую сатурацию, который получают путем сжигания серы во вращающейся печи для сжигания серы.

Сгущенную суспензию из отстойников направляют на вакуум-фильтры, где производится отфильтрование остатков сока, который возвращается на вторую сатурацию, отфильтрованная грязь направляется на поля фильтрации.

После отчистки получают сок с содержанием сухих веществ 12...15% и чистотой около 89...93%. Поэтому этот сок, являющийся ненасыщенным раствором сахарозы, необходимо сгустить до перенасыщенного состояния выпаривания воды, а затем уже можно выделить чистую сахарозу кристаллизацией.

Выпаривание сока осуществляется в два этапа: сок сгущают в выпарной установке до содержания сухих веществ 60...65%, затем в вакуум-аппаратах до 92,5...93,5% выкристаллизовывая при этом часть сахарозы, и в итоге получается смесь кристаллов сахарозы и межкристалльной жидкости.

Важным моментом является закладка кристаллов сахара. Для этого вводят в вакуум-аппарат заправку тонкоизмельченной сахарной пудры, которая является импульсом для возникновения новых центров кристаллизации. От количества центров кристаллизации зависят размеры кристаллов.

Из центрифуг выходит белый сахар с влажностью около 0,8%. Влажный сахар плохо хранится, так как при хранении он подсушивается, при этом образуются комочки, а при транспортировке кристаллы



легко повреждаются. Поэтому сахар подсушивают подогретым воздухом до содержания влаги 0,14% при условии хранения сахара в мешках, затем охлаждают до температуры окружающей среды.

По окончании сушки сахар–песок поступает на транспортер, где освобождается от ферромагнитных примесей, далее отсеивается от комочков и поступает в бункеры белого сахара упаковочного отделения.

Упаковка сахара производится в одноразовые полипропиленовые мешки емкостью 50 и 25 кг.

Упаковочный сахар направляется в склад сахара. Учет упакованного и переданного в склад сахара производился раньше вручную. Учет велся тройной. Один учетник находился в упаковке, второй в складе сахара. Каждый из них вел учет в тетради, ставил палочки, отмечая прохождение каждого мешка с сахаром по ленточному транспортеру через окно в склад сахара. Один ставил палочку, когда мешок по ленточному транспортеру уходил в склад сахара, другой – когда мешок поступал в склад. Кроме того, заведующая упаковкой перед началом смены и по окончании смены считала остатки мешкотары, тем самым, определяя количество израсходованных мешков на упаковку сахара. Затем все сверяли свои данные. Возникло много разногласий.

В настоящее время установлены различные автоматические дозаторы на каждом бункере в упаковочном отделении. Еще в 2005 году установлена автоматизированная система АСУТП «Учет готовой продукции» – учет упакованного и переданного на склад сахара, и в 2006 году – АСУТП «Учет мешков в складе готовой продукции».

Было много претензий по местовой недостаче в железнодорожных вагонах при отгрузке, поэтому для контроля в помощь кладовщику сахарного склада посылали еще работников из числа ИТП и служащих, которые считали мешки при погрузке сахара в вагоны [3].

Таким образом, производственный процесс ООО «Русагро–Тамбов» в Знаменском районе совершенствуется с каждым годом. На заводе постепенно проводится автоматизация производства, что позволяет минимизировать воздействие человеческого фактора и значительно повысить качество и количество выпускаемой продукции.

### **Список используемых источников**

1. ГОСТ 14.004–83. Технологическая подготовка производства. Производственный процесс.
2. Знаменский сахарный завод / В.Н. Савченко. – Современная торговля, 2016. – 15 с.

3. Планирование и анализ производственной деятельности предприятия / Н.И. Курганская, Н.В. Волкова, О.В. Вишневская. – Издательство: Феникс, 2015. – 234 с.

4. Официальный сайт ООО «Русагро–Тамбов». – URL: <https://www.rusagrogroun.ru/ru/>

**Р. Г. Гучетль**

канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

**О. О. Бренева**

менеджер по продажам ПАО "Сбербанк"  
г. Тамбов, Россия

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ ЕГО ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ**

*Аннотация.* В данной статье проведены анализ и оценка вероятности наступления банкротства предприятия ОАО «ТАКФ» с помощью моделей Э. Альтмана, Г. Стрингейта, Р.С. Сайфуллина, Г.Г. Кадыкова, Р. Лиса, Таффлера, Д. Фурмера, на основе которых представлена сводная оценка вероятности банкротства предприятия.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность, вероятность наступления банкротства, финансовая безопасность, модели прогнозирования банкротства.

В условиях рыночной экономики процесс успешного функционирования предприятия во многом зависит от степени обеспечения его экономической безопасности.

Анализ и оценка уровня финансовой безопасности предприятия на основе финансовой отчетности играет важную роль не только в подготовке бухгалтерской отчетности, но и в разработке и принятии управленческих решений, касающихся будущего самого предприятия. На основе анализа финансовой безопасности хозяйствующего субъекта можно определить возможность возникновения кризисных явлений или возможного банкротства предприятия и на ранней стадии принять соответствующие решения по стабилизации его положения.

Деятельность любого предприятия, даже с самой успешной системой управления, не может быть полностью предсказуемой, так как каждый хозяйствующий субъект действует в условиях неопределенности и динамичных условий ведения бизнеса [2].

Проанализировав основные показатели финансового состояния предприятия ОАО «ТАКФ», проведем анализ и оценку вероятности наступления банкротства данного предприятия.

На данный момент кондитерская фабрика «ТАКФ» является крупнейшим производителем кондитерских изделий в Тамбовской области. Компания производит около 20 тысяч тонн продукции в год. Время работы кондитерской фабрики «ТАКФ» на внутреннем потребительском рынке составляет более 70 лет. Существует три основных принципа работы предприятия, в которые входит стратегия компании: стабильное качество выпускаемой продукции, дружная и квалифицированная команда, забота о клиентах.

Компания постоянно совершенствуется и совершенствует производственные мощности. Благодаря этому фактору появляется разработка и выпуск новейших продуктов, отвечающих спросу покупателей.

ОАО «ТАКФ» смело развивает дистрибьюторские связи для продажи своей продукции. В связи с этим 14 формируются команды эксклюзивных торговых представителей, и строится дистрибьюторская сеть компании. Основным аспектом стратегии компании «ТАКФ» является насыщение местного кондитерского рынка и доставка продукции в другие регионы Российской Федерации. Сегодня кондитерские изделия «ТАКФ» популярны во многих регионах России.

Наличие многочисленных наград в ряде отраслевых конкурсов и доверительное отношение покупателей, как в Тамбовской области, так и в других регионах Российской Федерации свидетельствуют о высоком уровне качества кондитерских изделий «ТАКФ». Безупречная репутация сопровождала компанию на протяжении всего периода ее деятельности [3].

Для оценки вероятности банкротства на основе данных бухгалтерского баланса предприятия строятся различные модели прогнозирования банкротства, и дается общая оценка этого явления в совокупности [4].

Как известно, модель Альтмана является основой зарубежной практики диагностики угрозы банкротства. Расчет основан на пятифакторной модели, которая представляет собой комплексный анализ [1].

Модель Э. Альтмана основана на Z-счете:

$$Z = 0,717 * X1 + 0,847 * X2 + 3,107 * X3 + 0,420 * X4 + 0,998 * X5.$$

При расчете интегрального показателя представим исходные данные (табл. 1).

**1. Расчет интегрального показателя угрозы банкротства по модели Альтмана ОАО КФ «ТАКФ» за 2017 – 2019 гг. [3]**

Коэф-фициент	Расчет коэффициента	2017	2018	2019
X1	$(стр. 1200 - стр. 1500)/стр. 1600$	-0,18	-0,16	-0,02
X2	$стр. 2400/стр. 1600$	0,02	0,01	0,08
X3	$стр. 2300/стр. 1600$	0,03	0,03	0,1
X4	$стр. 1300/(стр. 1400 + стр. 1500)$	0,84	0,80	0,98
X5	$стр. 2110/стр.1600$	1,13	1,15	1,07

Подставляя в исходную модель полученные данные, получаем следующие:

$$Z_{2017} = 0,717*(-0,18) + 0,847*0,02 + 3,107*0,03 + 0,420*0,84 + 0,998*1,13 = 1,46$$

$$Z_{2018} = 0,717*(-0,16) + 0,847*0,01 + 3,107*0,03 + 0,420*0,80 + 0,998*1,15 = 1,47$$

$$Z_{2019} = 0,717*(-0,02) + 0,847*0,08 + 3,107*0,1 + 0,420*0,98 + 0,998*1,07 = 1,84.$$

Исходя из представленных расчетов выше, можно сделать вывод, что за 2017 – 2019 гг. – на ОАО КФ «ТАКФ» наблюдается зона неопределенности, то есть значения за рассмотренный период входили в интервал  $1,23 < Z^* < 2,9$ , это говорит о том, что риск банкротства на предприятии не исключается.

Следующая модель для оценки банкротства Г. Спрингейта рассчитывается по формуле:

$$Z = 1.03*K_1 + 3.07*K_2 + 0.66*K_3 + 0.4*K_4.$$

При  $Z < 0,862$  банкротство предприятия вероятно.

При  $Z > 0,862$  банкротство предприятия маловероятно.

Исходные данные по модели Г. Спрингейта для прогнозирования вероятности банкротства (табл. 2).

## 2. Исходные данные для прогнозирования вероятности банкротства по модели Стрингерейта за 2017 – 2019 гг. [3]

Коэффициент	Расчет коэффициента	2017	2018	2019
K <sub>1</sub>	<i>(стр. 1200 – стр. 1500)/стр. 1600</i>	–0,18	–0,16	–0,02
K <sub>2</sub>	<i>(стр. 2300 + стр. 2330)/стр. 1600</i>	0,03	0,03	0,1
K <sub>3</sub>	<i>стр. 2300/стр. 1500</i>	0,06	0,05	0,2
K <sub>4</sub>	<i>стр. 2110/стр. 1600</i>	1,13	1,15	1,07

Подставляя в исходную модель, получаем следующие данные:

$$Z_{2017} = 1.03*(-0,18) + 3.07*0,03 + 0.66*0,06 + 0.4*1,13 = 0,398$$

$$Z_{2018} = 1.03*(-0,16) + 3.07*0,03 + 0.66*0,05 + 0.4*1,15 = 0,420$$

$$Z_{2019} = 1.03*(-0,02) + 3.07*0,1 + 0.66*0,2 + 0.4*1,07 = 0,846.$$

На основе представленных расчетов выше, можно сделать вывод, что за 2017 – 2019 гг. на ОАО КФ «ТАКФ» по модели Спрингейта, банкротство предприятия вероятно, так как Z меньше 0.862.

Проведем оценку потенциального банкротства ОАО КФ «ТАКФ» используя дискриминантную факторную модель Таффлера [1].

Таффлер разработал следующую модель:

$$Z = 0.53*K1 + 0.13*K2 + 0.18*K3 + 0.16*K4.$$

Если величина Z больше, чем 0,3, то это означает, что фирма имеет хорошие долгосрочные перспективы.

Если  $Z < 0,2$ , то это указывает на высокую вероятность банкротства.

Если  $0,2 < Z < 0,3$  – зона неопределенности («серая зона»).

Расчет рейтингового числа по модели Таффлера за 2017 – 2019 гг. представлен в табл. 3.

Подставляя в исходную модель, получаем следующие данные:

$$Z_{2017} = 0.53*0,01 + 0.13*0,67 + 0.18*0,54 + 0.16*1,13 = 0,4$$

$$Z_{2018} = 0.53*0,06 + 0.13*0,71 + 0.18*0,55 + 0.16*1,15 = 0,4$$

$$Z_{2019} = 0.53*0,15 + 0.13*0,96 + 0.18*0,50 + 0.16*1,07 = 0,5.$$

Значение показателя модели Таффлера было больше критического  $Z > 0,3$ , поэтому в долгосрочной перспективе нет вероятности банкротства.

### 3. Исходные данные прогноза банкротства по модели Таффлера за 2017 – 2019 гг. [3]

Коэффициент	Расчет коэффициента	2017	2018	2019
K <sub>1</sub>	<i>стр. 2200/стр. 1500</i>	0,01	0,06	0,15
K <sub>2</sub>	<i>стр. 1200/(стр. 1400 + 1500)</i>	0,67	0,71	0,96
K <sub>3</sub>	<i>стр. 1500/стр. 1600</i>	0,54	0,55	0,50
K <sub>4</sub>	<i>стр. 2110/стр. 1600</i>	1,13	1,15	1,07

Общий вид модели Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова представлен ниже. Данная модель может быть применена к любой отрасли и предприятиям различного масштаба:

$$R = 2 * K_1 + 0.1 * K_2 + 0.08 * K_3 + 0.45 * K_4 + K_5.$$

Финансовое состояние предприятий с рейтинговым числом меньше 1 характеризуется как неудовлетворительное.

В таблице 4 представлены данные Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова для прогнозирования риска банкротства [1].

### 4. Исходные данные для прогнозирования риска банкротства по модели Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова 2017 – 2019 гг. [3]

Коэффициент	Расчет коэффициента	2017	2018	2019
K <sub>1</sub>	<i>(стр. 1300 – стр. 1100)/стр. 1200</i>	–0,5	–0,4	–0,04
K <sub>2</sub>	<i>стр. 1200/(стр. 1520 + стр. 1510 + стр. 1550)</i>	0,7	0,7	1
K <sub>3</sub>	<i>стр. 2110/[(стр. 1600н.п. + стр. 1600кп.)*0.5]</i>	1,2	1,2	1,1
K <sub>4</sub>	<i>стр. 2400/стр. 2110</i>	0,02	0,01	0,07
K <sub>5</sub>	<i>стр. 2400/стр. 1300</i>	0,05	0,03	0,1

Подставляя в исходную модель полученные данные, получаем следующие:

$$R_{2017} = 2 * (-0, 5) + 0.1 * 0, 7 + 0.08 * 1, 2 + 0.45 * 0, 02 + 0, 05 = -0,8$$

$$R_{2018} = 2 * (-0, 4) + 0.1 * 0, 7 + 0.08 * 1, 2 + 0.45 * 0, 01 + 0, 03 = -0,6$$

$$R_{2019} = 2 * (-0,04) + 0.1 * 1 + 0.08 * 1,1 + 0.45 * 0,07 + 0,1 = 0,2.$$

Таким образом, финансовое состояние предприятия нестабильное, так как  $R < 1$ .

Далее рассчитываем вероятность банкротства с помощью модели Р. Лиса, которая рассчитывается по следующей формуле:

$$Z = 0.063 * K_1 + 0.092 * K_2 + 0.057 * K_3 + 0.001 * K_4.$$

Если величина  $Z$  больше, чем 0,037, то это означает, что фирма имеет высокую вероятность банкротства.

Если  $Z > 0,037$ , то это указывает, что у фирмы дела успешны, вероятность банкротства низкая.

Расчет рейтингового числа на основе модели Р. Лиса приведен в табл. 5.

### 5. Прогноз банкротства по модели Лиса за 2017 – 2019 гг. [3]

Коэффициент	Расчет коэффициента	2017	2018	2019
$K_1$	$(\text{стр. } 1200 - \text{стр. } 1500) / \text{стр. } 1600$	-0,18	-0,16	-0,02
$K_2$	$(\text{стр. } 2300 + \text{стр. } 2330) / \text{стр. } 1600$	0,03	0,03	0,01
$K_3$	$\text{стр. } 2400 / \text{стр. } 1600$	0,02	0,01	0,08
$K_4$	$\text{стр. } 1300 / (\text{стр. } 1400 + \text{стр. } 1500)$	0,84	0,80	0,98

$$Z_{2017} = 0.063 * (-0,18) + 0.092 * 0,03 + 0.057 * 0,02 + 0.001 * 0,84 = -0,006$$

$$Z_{2018} = 0.063 * (-0,16) + 0.092 * 0,03 + 0.057 * 0,01 + 0.001 * 0,80 = -0,005$$

$$Z_{2019} = 0.063 * (-0,02) + 0.092 * 0,01 + 0.057 * 0,08 + 0.001 * 0,98 = 0,005.$$

Таким образом, исходя из представленных расчетов выше, можно сделать вывод, что банкротство предприятия очень вероятно, так как  $Z < 0.037$ .

Модель Д. Фулмера [1] является одним из показателей вероятности банкротства, которая рассчитывается по формуле:

$$N = 5.528 * K_1 + 0.212 * K_2 + 0.073 * K_3 + 1.27 * K_4 + 0.12 * K_5 + 2.235 * K_6 + 0.575 * K_7 + 1.083 * K_8 + 0.984 * K_9 - 3.075.$$

Определение вероятности наступления банкротства по методике Д. Фулмера: при  $N < 0$  – банкротство предприятия вероятно; при  $N > 0$  – банкротство предприятия маловероятно.

Расчет на основе модели Фулмера за 2017 – 2019 гг. представлен в табл. 6.

### 6. Прогноз банкротства по модели Фулмера за 2017 – 2019 гг. [3]

Коэффициент	Расчет коэффициента	2017	2018	2019
K <sub>1</sub>	$стр. 1370/стр. 1600$	0,43	0,42	0,47
K <sub>2</sub>	$стр. 2110/стр. 1600$	1,13	1,15	1,07
K <sub>3</sub>	$стр. 2300/стр. 1300$	0,07	0,06	0,2
K <sub>4</sub>	$стр. 2400/(стр. 1400 + стр. 1500)$	0,04	0,02	0,15
K <sub>5</sub>	$стр. 1400/стр. 1600$	0,002	0,001	0,003
K <sub>6</sub>	$стр. 1500/стр. 1600$	0,54	0,55	0,50
K <sub>7</sub>	$\log_{10}(стр. 1600 - стр. 1110 - стр. 1150 - стр. 1220 - стр. 1230)$	6,006	6,017	5,95
K <sub>8</sub>	$(стр. 1200 - стр. 1500)/ (стр. 1400 + стр. 1500)$	-0,33	-0,28	-0,04
K <sub>9</sub>	$\log_{10} ((стр. 2300 + стр. 2330)/ стр. 2330)$	4,73	4,68	5,29

Получаем,

$$H = 5.528*0,43 + 0.212*1,13 + 0.073*0,07 + 1.27*0,04 + 0.12*0,002 + 2.235*0,54 + 0.575*6,006 + 1.083*(-0,33) + 0.984*4,73 - 3.075 = 8,5$$

$$H = 5.528*0,42 + 0.212*1,15 + 0.073*0,06 + 1.27*0,02 + 0.12*0,001 + 2.235*0,55 + 0.575*6,017 + 1.083*(-0,28) + 0.984*4,68 - 3.075 = 8,5$$

$$H = 5.528*0,47 + 0.212*1,07 + 0.073*0,2 + 1.27*0,15 + 0.12*0,003 + 2.235*0,50 + 0.575*5,95 + 1.083*(-0,04) + 0.984*5,29 - 3.075 = 9,6.$$

Исходя из представленных расчетов выше, можно сделать вывод, что за 2017 – 2019 гг. – на ОАО КФ «ТАКФ» вероятность банкротства низкая, так как H больше 0.

В заключение анализа банкротства обобщим результаты всех анализов в виде сводной таблицы, представленной ниже (табл. 7).

По итогам сводной оценки вероятности банкротства ОАО КФ «ТАКФ» можно сделать вывод о существовании возможности банкротства.



## 7. Сводная оценка вероятности банкротства ОАО КФ «ТАКФ»

Модель прогноза банкротства	Вероятность банкротства	
	Присутствует (не исключена)	Отсутствует
Модель Э. Альтмана	+	
Модель Г. Спрингейта	+	
Дискриминантная факторная модель Таффлера		+
Среднесрочная рейтинговая модель Р. С. Сайфуллина, Г. Г. Кадыкова	+	
Модель Р. Лиса	+	
Модель Д. Фулмера		+

Подводя итоги, сделаем следующие выводы о динамике финансовых показателей: доходы предприятия уменьшаются (выручка от реализации, прибыли от продаж); баланс не является абсолютно ликвидным; все показатели ликвидности (коэффициент текущей ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности) ниже нормативных значений; коэффициент обеспеченности собственными средствами отражает недостаточное количество у организации собственных оборотных средств; коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности не соответствует норме, значит, что у предприятия в ближайшее время отсутствует реальная возможность восстановить платежеспособность; результаты анализа финансовой устойчивости отражают, что ОАО «Кондитерская фирма «ТАКФ» находится в состоянии финансового кризиса, когда все запасы и затраты не покрываются за счет собственных оборотных средств; отечественные и зарубежные модели прогнозирования банкротства (модель Р.С. Сайфуллиной и Г.Г. Кадыковой, Г. Спрингейта, Р. Лиса индекс Альтмана) свидетельствует о вероятном банкротстве предприятия в будущем.

Таким образом, для того чтобы эффективно и своевременно выявлять угрозы, присущие предприятию, целесообразно постоянно контролировать и оценивать финансовую безопасность организации [2]. На основе, полученной в процессе мониторинга информации о наличии внешних и внутренних угроз, необходимо разработать систему мер по их нейтрализации, ликвидации последствий угроз, а также разработать меры по предотвращению возможных угроз в будущем, кото-

рые будут способствовать повышению устойчивости функционирования предприятия в будущем.

### **Список используемых источников**

1. Азитов, Р. Ш. Исследование моделей прогнозирования банкротства предприятий / Р. Ш. Азитов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 12.1(92.1). – С. 1 – 5. – URL: <https://moluch.ru/archive/92/17763/> (дата обращения: 03.07.2020).

2. Бондарская Т.А., Злобина Н.В., Гучетль Р.Г., Жариков Р.В., Немтинова Ю.В., Толстяков Р.Р., Фетисова О.В. Управленческие и маркетинговые технологии в экономической безопасности: учебное пособие. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2018.

3. Бухгалтерская (финансовая) отчетность ОАО Кондитерская фабрика «ТАКФ» за 2019 г. – URL: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id = 2161&type = 3>.

4. Камдин А.Н., Утешева Д.Т. Анализ финансовых результатов и оценка эффективности деятельности предприятия // Экономика и социум. – 2014. – № 2–2(11). – С. 405.

**М. С. Данцева**  
студент 5-го курса  
ФГБОУ ВО «ВГТУ»  
dancevamarina@mail.ru  
г. Воронеж, Россия

## **СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация.* В данной статье исследовано понятие системы экономической безопасности предприятия и проанализированы ее функциональные составляющие. Кроме того, определены основная цель и направления к формированию эффективной системы обеспечения экономической безопасности предприятия.

*Ключевые слова:* безопасность, экономическая безопасность предприятия, система, направления, функциональные составляющие системы

В настоящее время большинство предприятий работают в условиях неопределенности, непредсказуемости. Нестабильная политическая и социально-экономическая ситуация в стране усиливают степень риска принятия решений и функционирования предприятий в целом. В таких условиях актуализируется проблема обеспечения экономической безопасности предприятия.

Надежная защита экономической безопасности предприятия возможна лишь при комплексном и системном подходе к ее организации.

Поэтому в экономике существует такое понятие, как система экономической безопасности предприятия.

Система экономической безопасности каждого предприятия индивидуальна, ее полнота и действенность зависят от действующей в государстве законодательной базы, от объема материально-технических и финансовых ресурсов, выделенных руководителями предприятий, от понимания каждым из сотрудников важности обеспечения безопасности бизнеса, а также опыта работы руководителей служб безопасности предприятий.

Исследование теоретических и практических аспектов основных элементов системы обеспечения экономической безопасности нашли отражение в таких известных ученых, как: Мак-Мак В.П., Ярочкин В.И. [6], Грунин О.А., Грунин С.А. [1], Ким Ю.Г., Иванов А., Шлыков В., Камлык М.И. [4], Иванюта Т.М., Заичковський А.А., Донец Л.И. [2], Кирич Н.Б., Андрушків Б.М., Малюта Л.Я., Полянська А.С., Трощенко Т.А., Швец Н., Кириенко А.В. и другие.

Однако единого мнения относительно трактовки понятия «система обеспечения экономической безопасности предприятия» и определение его основных элементов на сегодня в экономической литературе нет. Но все же специалисты сходятся на том, что система экономической безопасности должна быть комплексной и строиться на основе соответствующих методических положениях.

Так, например, Камлык М.И. трактует таким образом систему экономической безопасности предприятия – «... комплексное понятие, в состав которого входят субъекты, объекты и механизм реализации безопасности на предприятии» [4].

В основе разработки комплексной системы обеспечения экономической безопасности предприятия должна лежать определенная концепция, видение ее структуры и тому подобное. При этом необходимо исходить из таких методических положений:

1) каждое предприятие является системой, включающей различные, связанные между собой, составные элементы, причем качественные черты которой не свойственны ее частям и компонентам. Именно на грани внутренних и внешних связей системы (фирмы) могут образовываться пробелы, через которые реализуются различные виды угроз ее экономической безопасности;

2) система экономической безопасности не может быть одинаковой на разных предприятиях, учреждениях или организациях. Ее отличие и уникальность зависит от специализации и структуры производственной деятельности и промышленного потенциала, места предприятия на рынке, квалификации и дисциплинированности кадров и т.д.;

3) система экономической безопасности отдельного предприятия является относительно самостоятельной и обособленной по отношению к аналогичным системам безопасности других субъектов предпринимательской деятельности, в то же время, если исходить, например, из административно-территориального деления, система экономической безопасности отдельного предприятия является составным элементом системы экономической безопасности города, района, области, государства;

4) система экономической безопасности предприятия может быть только комплексной. Ее обеспечение тесно связано с уровнем обеспечения научно-технической, кадровой, экологической, информационной, физической безопасности и других;

5) эффективное обеспечение экономической безопасности предприятия возможно в условиях, когда выбор и применение сил, средств и охранных мероприятий осуществляется на основе детально продуманной концепции [6].

Исходя из изученных методических положений, автор считает целесообразным привести перечень функциональных составляющих системы экономической безопасности предприятий по видовому признаку [1]:

1. Финансовая составляющая – сбалансированность использования финансовых инструментов, финансовая устойчивость, эффективная реализация финансовых интересов.

2. Правовая составляющая – всестороннее правовое обеспечение деятельности предприятия; соблюдение действующего законодательства, юридическая поддержка принятия хозяйственных решений.

3. Технологическая составляющая – степень соответствия применяемых на предприятии технологий лучшим мировым образцам при условии оптимизации затрат ресурсов, развитие технологического потенциала.

4. Информационная составляющая – эффективное информационно-аналитическое обеспечение хозяйственной деятельности предприятия, представление предприятия в среде партнеров и конкурентов, защита информационных ресурсов.

5. Экологическая составляющая – соблюдение действующих экологических норм, минимизация потерь от загрязнения окружающей среды.

6. Кадровая составляющая – обеспеченность предприятия необходимыми кадровыми ресурсами, формирования эффективной системы управления персоналом и коммуникативной политики.

7. Интеллектуальная составляющая – сохранение и развитие интеллектуального потенциала предприятия; развитие креативного мышления и творческого подхода работников.

8. Силовая составляющая – обеспечение физической и моральной безопасности работников предприятия, обеспечения безопасности имущественных и финансовых ресурсов, обеспечение благоприятных внешних условий развития.

Главная цель экономической безопасности предприятия – наиболее эффективное функционирование предприятия в целом и, в частности, полноценная работа системы быстрого реагирования операционной системы, экономичное использование имеющихся ресурсов, высокий уровень трудового потенциала, уровень хозяйственной деятельности предприятия, постоянное стимулирование реального потенциала и перспективности его развития [2].

Итак, выделим основные направления по обеспечению экономической безопасности предприятия:

- достижение высокого финансово-экономического потенциала, финансовой устойчивости и самостоятельности предприятия;
- внедрение высокого конкурентоспособного потенциала, полной технологической независимости;
- достижение высокоэффективного управления, полноценной и высококвалифицированной структуры менеджмента;
- повышение интеллектуального развития персонала, применение инновационных разработок;
- совершенствование технологических процессов, в целях снижения влияния на экологию, обеспечение поддержки всех природоохранных экологических стандартов и программ;
- обеспечение правовой защиты деятельности предприятия;
- защита информационного пространства, предпринимательской тайны;
- полное обеспечение безопасности предприятия, экономическая защита капитала, ресурсов и имущества.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что реализация направлений и выбор эффективной концепции обеспечения экономической безопасности предприятия создает условия не только для стабильности его функционирования, но и повышения эффективности его финансово-хозяйственной деятельности, а также способствует повышению экономического потенциала отраслей экономики предприятия и экономики страны в целом.

#### **Список используемых источников**

1. Грунин О.А. Экономическая безопасность организации / О.А. Грунин, С.А. Грунин. – СПб.: Изд-во «Питер». – 2015. – 160 с.
2. Донец Л. И., Ващенко Н. В. Экономическая безопасность предприятия: учеб. пос. – М.: Центр учебной литературы, 2018. – 240 с.

3. Иванов А., Шлыков В. Экономическая безопасность предприятия. – М., 2015. – 265 с.
4. Камлык М.И. Экономическая безопасность предпринимательской деятельности. Экономико-правовой аспект: учеб. пособие. – М.: Атака, 2015. – 432 с.
5. Управление системой финансовой безопасности предприятия: Автореф. дис ... канд. экон. наук: 17.10.20 [Электронный ресурс] / Ю.Г. Ким; Высш. учеб. закл. «Ун-т экономики и права» КРОК». – М., 2019. – 21 с. – Диссертация. – URL: <http://www.nbuu.gov.ua>.
6. Ярочкин В.И. Система безопасности компании. – М.: Изд-во «Ось-89». – 2016. – 352 с.

**У. С. Комисарова**

магистр направления «Менеджмент»

ФГБОУ ВО «ТГТУ»

г. Тамбов, Россия

Научный руководитель:

О. Г. Муратова

канд. экон. наук, доцент

## **АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «METRO Cash & Carry Russia»**

*Аннотация.* Данная статья посвящена анализу маркетинговой деятельности компании «METRO Cash & Carry Russia» в условиях современного развития экономики страны. В ходе исследования рассмотрены особенности хозяйственной деятельности компании, проанализировано ее финансовое состояние, а также основные факторы, при помощи которых осуществляется анализ маркетинговой деятельности данной компании.

*Ключевые слова:* анализ, экономика, маркетинговая деятельность, «METRO Cash & Carry Russia», финансовое состояние, EBITDA.

Сеть магазинов Metro Cash and Carry является самой развитой российской торговой сетью формата cash and carry. «METRO Cash and Carry International» считается крупнейшей в своем роде управляющей компанией международного бизнес-формата cash&carry – формат мелкооптовой торговли, группы MetroAG.

Компания «Metro cash and carry» была основана еще в 1964 году в Германии. Несколько лет подряд она стабильно развивалась и вышла на лидирующие позиции в секторе мелкооптовой торговли.

Данная компания способствует функционированию инфраструктуры сектора торговли, преобразованию в сфере образования, а также обладает возможностью добавлять новые рабочие места.

В России «METRO Cash and Carry» существует с 2000 года, с момента регистрации головного офиса компании в Москве. В ноябре

2001 года были открыты первые два Торговых центра «METRO Cash and Carry» в Москве. На настоящий момент российское подразделение компании «METRO Cash and Carry» открыло 93 торговых центров в 51 регионе страны.

Рынки стран Восточной Европы, а также Россия и страны Азии имели тенденцию к развитию в начале 21 века, и в это время случилось так, что оптовые магазины Metro cash and carry стали интенсивно расширяться повсеместно, увеличивая свою площадь, на которых они располагались. Компания «Metro cash and carry» осуществляла стратегию интернационализации, которая, в свою очередь, стала основой развития данной компании.

«Metro cash and carry» осуществляет деятельность в соответствии с развитием оптимальной инфраструктуры торгового сектора, при этом расширяет стабильные рабочие места, а также занимается образованием и обучением. В 2016–2017 гг. финансовому году общее число продаж в компании «Metro cash and carry» составило 37 миллиардов евро, а число работников при этом составляло примерно 150 тысяч человек.

Данная компания развивает свою сеть по системе франчайзинговой модели. Ассортимент торговых центров Metro cash and carry на данный момент является весьма широким, и содержит более 35 тысяч наименований продовольственных и непродовольственных товаров, таких как товары для дома, техника, продукты питания, товары для офиса.

Клиентскую базу «Metro cash and carry» составляют профессиональные покупатели, а именно юридические лица и индивидуальные предприниматели, которые, в свою очередь, покупают товары в целях использования в своей профессиональной деятельности. Торговые центры Metro cash and carry имеют более 2 миллионов покупателей. Основная часть из них – это представители отелей и ресторанов, малое и среднее предпринимательство, а также офисы и государственные учреждения. «Metro cash and carry» дальше и планирует продолжать свою активную деятельность в качестве поставщика товаров и услуг, расширяя круг российских регионов и расширение своих полномочий как бизнеса в тех городах, где «Metro cash and carry» уже функционирует.

В главном офисе Metro cash and carry насчитывается примерно 2 тыс. сотрудников. Примерно 7,5 тысяч поставщиков и производителей в совокупности задействованы в формировании ассортимента. Каждая торговая площадь единичного магазина достигает 10 тыс. м<sup>2</sup>.

Компания «Metro Cash and Carry» в Российской Федерации на текущий момент является лидирующей сетью торговых центров формата

cash and carry как по обороту, так и по количеству торговых центров и объему торговых площадей.

Гипермаркеты «Metro Cash and Carry» функционируют во многих крупных городах России. В тех населенных пунктах, где население составляет менее 500 тысяч человек, компания «Metro Cash and Carry» обычно открывает магазины формата «Метро Пункт», отличающихся от стандартизированных торговых центров Metro Cash and Carry более маленькой площадью и более суженным ассортиментом.

Во втором квартале 2019–2020 г. продажи METRO AG по сравнению с 2018 годом увеличились на 2,3%. Продажи в местной валюте увеличились на 2,1%, а объем продаж на 1,8% и составил 6 млрд. евро. EBITDA без учета затрат на трансформации и прибыли от операций с недвижимостью за второй квартал 2019–2020 г. составила 133 млн. евро, то есть больше на 3млн. евро, чем в 2018 году.

### 1. Продажи и EBITDA METRO1,2 1 полугодие 2019–2020 г.

METRO	Продажи, млрд. евро		Изменение, в евро		Изменение, в местной валюте		Изменение в сопоставимых показателях, в местной валюте	
	1 полугодие 19/20	2 квартал 19/20	1 полугодие 19/20	2 квартал 19/20	1 полугодие 19/20	2 квартал 19/20	1 полугодие 19/20	2 квартал 19/20
<b>Итого</b>	13 555	6006	2,0%	1,8%	1,5%	2,1%	1,5%	2,3%
Германия	2421	1074	1,9%	4,9%	1,9%	4,8%	1,9%	4,8%
Западная Европа (кроме Германии)	5117	2185	-2,6%	-6,3%	-2,6%	-6,3%	-2,5%	-6,3%
Россия	1459	637	6,2%	11,3%	1,4%	10,4%	0,9%	9,8%
Восточная Европа (кроме России)	3677	1703	7,8%	9,9%	7,9%	11,2%	7,8%	11,2%
Азия	867	401	2,8%	0,0%	2,0%	0,5%	1,8%	0,2%
Прочее	14	7	–	–	–	–	–	–



Стоит отметить, что в марте на деятельность данной компании сильное негативное воздействие оказывала пандемия COVID-19. Однако благодаря положительному эффекту дополнительного дня в феврале високосного года, в совокупной выручке за 2 квартал 2019–2020 года удалось выйти из данной ситуации. Благодаря росту продаж в России, Германии и Восточной Европе, удалось еще больше вывести компанию на более стабильный уровень.

В Западной Европе и Азии уменьшилась выручка из-за сокращения продаж, в связи с пандемией COVID-19. Во втором квартале 2019–2020 года METRO претерпевала затраты на трансформацию в сумме 45 млн. евро из-за реализации программ повышения эффективности. Прибыль от операций с недвижимостью составила 0 млн. евро, по сравнению 2018 годом, где она была 32 млн. евро. EBITDA достигла 87 млн. евро (во 2 квартале 2018–2019 г. – 163 млн. евро), включая учет затрат на трансформации и прибыль от операций с недвижимостью, а без учета затрат на трансформации – 659 млн. евро. Таким образом, EBITDA без учета затрат на трансформации и прибыли от операций с недвижимостью уменьшилась на 7 млн. евро (–1,0%).

Во 2 квартале 2019–2020 года соизмеримая реализация по прерванной работе возросла на 7,7%, что связано в первую очередь с тем, что происходит положительная динамика продаж гипермаркетов Real, зафиксировавших рост соизмеримо реализации на 8,7%. Отчетные продажи по прерванной работе повысились на 6,3%, что представляет собой в сумме 2,6 миллиардов евро. Откорректированная EBITDA составила 135 миллионов евро тогда, как во 2 квартале 2018–2019 года она составляла 50 миллионов евро.

Проанализировав эти статистические данные как прерванной деятельности в соответствии с IFRS 5, выявилось, что начисление амортизации ключевых финансов составило 196 миллион евро за 1 полугодие 2019–2020 года, в то время как в 1 полугодии 2018–2019 года составляет 136 миллионов евро. Соглашение о продаже в этот промежуток времени играло ключевую роль, и в связи с ним, а также перенесенной амортизации ключевых финансов, в 1 полугодии 2019–2020 года произошло начисление снижения цены сегмента гипермаркетов в размере 303 миллионов евро.

Корпорация METRO уверена в том, что процесс заключения другой крупной сделки по продаже гипермаркетов Real, совершенствуется в соответствии с необходимым планом.

Компания «Metro cash and carry» в меньшей степени в сравнении с другими аналогичными компаниями пострадала от пандемии COVID-19. Она достаточно быстро предприняла системные меры по защите работников и клиентов, а также обеспечению цепочки поставок

и сокращению издержек для того, чтобы в быстром и эффективном темпе провести «Metro cash and carry» через данный этап. Параллельно компания внедрила многочисленные инициативы, организованные с целью поддержки и укрепления предпринимательства своих клиентов, а также для того, чтобы сделать себя надежным партнером для них в период пандемии. Компания «Metro cash and carry» рассматривает происходящий на современном этапе кризис в качестве возможности для перспективы расширения своей роли партнера для независимых бизнесменов.

До конца февраля показатели динамики операционной деятельности были в основном положительными, и в большей степени компания не испытывала на себе отрицательного воздействия кризиса. Во время начала кризиса из-за пандемии в Европейских странах уменьшение уровня продаж и выручки клиентов в сфере гостинично-ресторанного бизнеса сначала компенсировались положительным влиянием на продажи и выручку со стороны других видов клиентов, что происходило за счет покупок клиентов из сегмента организаций, создававших запасы продовольственных и непродовольственных товаров на время кризиса. Но уже с марта этого года динамика продаж и выручки в общем становилась конкретно неблагоприятной.

Опираясь на экстраполяцию динамики предпринимательства с марта по апрель текущего года были сделаны выводы, что в течении каждого месяца как конкретного периода с тем же режимом в связи с кризисом, который мы имели и имеем на данный момент, будут происходить снижение продаж на 2% по сравнению с предыдущим годом. По оценки компании, любые предпринятые контрмеры, вероятно, только частично компенсируют нагрузку на EBITDA, создаваемую предсказуемым спадом продаж и дальнейшим сокращением выручки из-за пандемии.

Различные сегменты клиентов компании «Metro cash and carry» в различной степени страдают от воздействия пандемии COVID-19. Это связано в целом с тем, что от остроты периодов и сроков развития кризиса в конкретных странах, а также от внедренных правительствами мер и ограничений страдают эти группы клиентов, и бизнес соответственно. Кроме этого ключевую роль имеют сами группы клиентов. В тех сферах, где наблюдается высокая доля продаж клиентам из сферы гостинично-ресторанного бизнеса, ограничения на работу отелей и ресторанов значительно повлияли на динамику операционной деятельности. Это и наблюдалась в Западной Европе (исключение – Германии), где продажи HoReCa составляют 65% от общего процентного соотношения объема, это по данным за 2018–2019 финансовый год.

В сфере покупок конечных потребителей уровень роста периодичности покупок и спроса сильный положительный эффект. Подобное наблюдалось, в основном, в Российской Федерации, где доля продаж в сегменте конечных потребителей за 2018–2019 финансовый год составляла 54%, а также в Германии, где доля продаж в сегменте конечных потребителей за 2018–2019 финансовый год составляла 41%.

Компания «Metro cash and carry» в положительной динамике характеризуется:

1. Стабильной заработной платой;
2. Полным соц. пакетом;
3. Гибкой системой бонусов;
4. Добровольным медицинским страхованием;
5. Обучением современным технологиям продаж;
6. Скидками на приобретение товаров сотрудниками в магазинах МЕТРО;
7. Особым питанием для льготников;
8. Профессиональным ростом в работе;
9. Корпоративными мероприятиями для сотрудников и их детей.

В России в 3 финансовом квартале 2019–2020 года МЕТРО смело можно было охарактеризовать положительным ростом сопоставимых продаж в размере 6%. На такой рост повлияло повышение спроса со стороны клиентов в сегментах закупок.

В продажах сегменту HoReCa в течение третьего квартала наблюдалась тенденция к улучшению и совершенствованию, даже при небольшом уровне продаж.

Можно сказать, что положительным результатам способствовали усиление позиционирования компании, а также дополнительные закупки, связанные с пандемией COVID-19. Отчетный объем продаж увеличился на 2,9% и составил 2,1 млрд. евро. Продажи в местной валюте увеличились на 6,5%, а сопоставимые на 2,5%.

Исходя из проведенного анализа, выносятся следующие выводы по финансовому состоянию компании «Metro cash and carry»:

1. Прибыль или убыток, приходящиеся на долю акционеров МЕТРО, достигли 116 млн. евро, а во втором квартале 2018–2019 г. – 58 млн. евро.
2. Прибыль на акцию составила –0,32 евро.
3. Сопоставимые продажи во втором квартале 2019–2020 г. выросли на 2,3%.
4. Основной вклад в рост продаж внесли Восточная Европа, Россия и Германия.

5. Успешно была завершена продажа мажоритарного пакета акций METRO China компании Wumei Technology Group, чистая денежная выручка составила более 1,5 млрд. евро.

6. Скорректированная EBITDA составила 133 млн. евро, то есть больше на 3 млн. евро, чем в 2018–2019 г.

Компания «Metro Cash and Carry» поддерживает каждого своего партнера-поставщика вне зависимости от его статуса популярности или непопулярности, а также, невзирая на ту локацию, где находится производство, и выводит производителя на мировой рынок, предоставляя возможность продукции продвигаться в магазинах всего мира.

Данные эффективные показатели бизнеса позиционируют компанию «Metro Cash and Carry» в качестве сильного игрока на рынке оптовой и мелкооптовой торговли в России.

После тщательно проведенного анализа деятельности компании «Metro Cash and Carry», информации о способах и методах работы, можно выделить следующие закономерности, которые позволили компании добиться следующих результатов:

1. Четкое соблюдение законодательства Российской Федерации.
2. Наличие документации, необходимой для осуществления собственной деятельности.
3. Конкретная эффективная организационная структура и технологии управления.
4. Активное взаимодействие и с локальными и с региональными поставщиками-производителями.
5. Ориентированность на полное удовлетворение потребностей своих клиентов.
6. Гибкая ценовая и ассортиментная политика.

### **Список используемых источников**

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. – 2017. – 503 с.
2. Минько Э.В., Минько А.Э. Основы коммерции. – М.: «ЮНИТИ», 2017. – 512 с.
3. Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения. – М.: «ЮНИТИ», 2019. – 368 с.
4. Виноградов А.Б. Стратегические приоритеты межфункциональной логистической координации на отечественных предприятиях розничной торговли // Логистика и управление цепями поставок [Текст]. – 2014. – № 6. – С. 60 – 73.
5. Боргардт Е.А. Современные подходы к классификации резервов повышения эффективности деятельности предприятия / Е.А. Боргардт // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. Т. 6, № 1(18). – С. 130 – 134.

6. Каменская, Е.А. Проблема риска и управления им / Е.А. Каменская // Стратегическое управление инновационным развитием экономики России: межвузовский сборник научных трудов. Выпуск № 9 (26 декабря 2012 г., г. Санкт-Петербург). – СПб., 2019. – С. 417–418.

7. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – М.: Инфра-М, 2015. – 415 с.

8. Курова Г.М. Институционализация конкурентоспособности, партнерства и качества // Золотые научные страницы. – 2019. – № 1. – С. 130 – 132.

9. Репин В.В., Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. [Текст]. – М.: Мани, Иванов и Фербер, 2014. – 544 с.

10. Официальный сайт компании Metro Cash&Carry. – URL: <https://www.metro-cc.ru>.

**Е. М. Королькова**

канд. хим. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
elkorolkova@mail.ru  
г. Тамбов, Россия

**А. В. Андрищенко**

студент I курса  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
andryushchenko\_aleksey@live.ru  
г. Тамбов, Россия

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, ЭЛЕМЕНТНЫЙ СОСТАВ, АНАЛИЗ, НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА**

*Аннотация.* Обсуждается сущность, элементный состав и структура экономического потенциала предприятия, факторы, определяющие эффективность его использования, методы оценки и пути повышения показателя.

*Ключевые слова:* предприятие, потенциал, ресурсы, экономический рост.

В настоящее время экономика в нашей стране претерпевает сложные времена. Нестабильный курс национальной валюты, санкции стран-партнеров, пандемия и многие другие факторы оказывают на нее существенное влияние. В таких сложных условиях российской экономики для каждого предприятия должно стать важнейшим и приоритетным направлением стратегии дальнейшего развития – определение ресурсных возможностей.

Сегодня на практике подтверждается постулат теории экономического роста – «существует тенденция зависимости экономического роста предприятия от состояния потенциала такого предприятия».

Потенциал, в широком смысле, представляет собой средства предприятия, его запасы и источники, которые имеются в наличии или же могут быть быстро мобилизованы в рамках достижения какой-либо определенной цели, решения какой-либо хозяйственной операции [1].

На сегодняшний день в экономической литературе существует множество трактовок понятия «потенциал», это и ресурсный подход, и результативный подход, и целевой или стратегический подход [2].

Таким образом, экономический потенциал предприятия представляет собой многоаспектное понятие, которое объединяет в себе стратегические цели развития и задачи предприятия, его движущие силы, внешние и внутренние возможности развития, сами источники развития и достигнутые результаты.

В процессе осуществления своей деятельности любое предприятие взаимодействует с окружающей средой: внешними и внутренними факторами, и в результате такого взаимодействия формируется дальнейшее развитие предприятия (рис. 1) [3].



**Рис. 1. Воздействие факторов внешней и внутренней среды на потенциал предприятия**

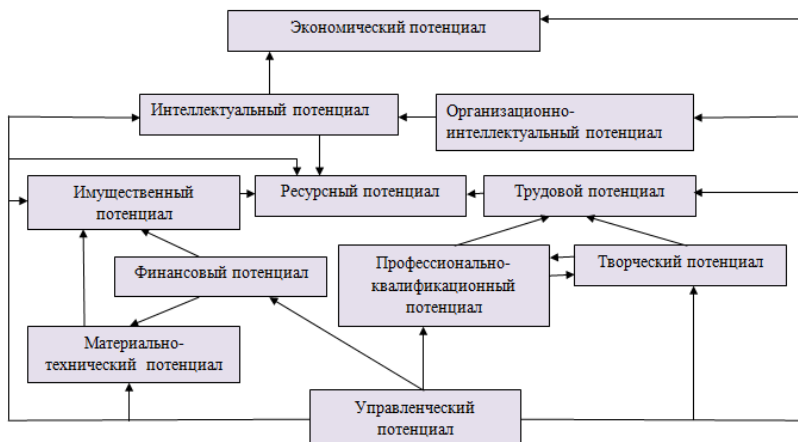
К характеристикам, определяющим экономический потенциал предприятия относятся [4]:

- внешние условия развития;
- внутренние предпосылки развития;
- принадлежность носителю (субъекту) потенциала;
- использование потенциала в рамках достижения определенной цели, решения какой-либо задачи;
- источники формирования потенциала;
- возможность идентификации и изменений.

Можно утверждать, что основная проблема устойчивого развития предприятия связана с формированием и полным использованием всех возможностей его экономического потенциала.

Эффективность деятельности каждого предприятия связана с рациональным формированием структуры экономического потенциала предприятия, именно поэтому так важно изучить все его элементы.

Элементами экономического потенциала являются локальные потенциалы (рис. 2) [5].



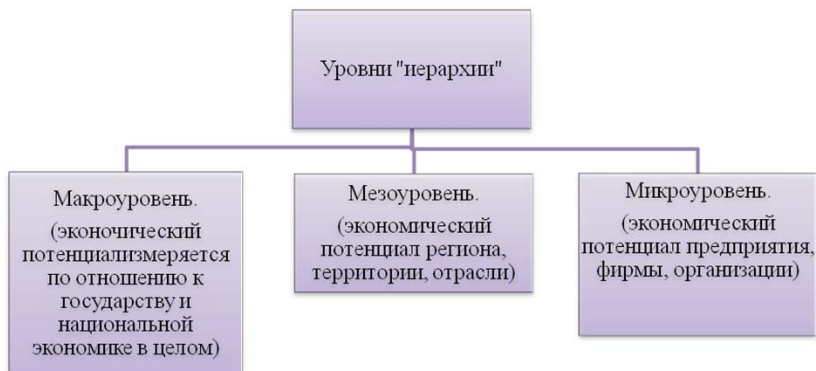
**Рис. 2. Элементы экономического потенциала предприятия**

Отметим, что все элементы системы «экономический потенциал» находятся во взаимосвязи друг с другом и в совокупности определяют состояние всей системы.

Итак, экономический потенциал предприятия – это возможность предприятия к такому устойчивому развитию, которое достигается посредством адаптации внутренних и внешних факторов производства к инновационным изменениям внешней среды, что, в свою очередь, происходит благодаря эффективному использованию ресурсов предприятия и доступности новейших технологий.

Экономический потенциал призван содействовать предприятию в достижении его стратегических целей хозяйствования. В связи с этим вопросом, связанным с его построением, развитием и увеличением отводится особое место в управленческой деятельности предприятия.

Важно отметить, что экономический потенциал предприятия функционирует на различных уровнях экономической иерархии (рис. 3) [16].



**Рис. 3. Функционирование экономического потенциала предприятия на различных экономических уровнях**

В соответствии с уровнем формируется состав и структура отдельно взятого экономического потенциала. И как уже упоминалось выше, экономический потенциал состоит из нескольких частных потенциалов, ключевая роль среди которых отдана финансовому, ресурсному и трудовому потенциалам.

Важнейшей составляющей экономического потенциала предприятия выступает его ресурсная составляющая. В качестве ресурсов рассматриваются все факторы производства, которые фактически используются в процессе производства, либо которые могут быть им быстро мобилизованы.

Отметим, что весь состав факторов, оказывающих воздействие на экономический потенциал, классифицируется по большому количеству признаков [17].

Оценка экономического потенциала предприятия совершенно невозможна без использования качественных и количественных методов: ситуационный анализ, опросы работников, экспертные оценки, математические методы.

Отметим, что раскрывается экономический потенциал предприятия часто при использовании совокупных характеристик: реальные возможности предприятия, объем ресурсов и резервов, использование потенциала, результаты использования потенциала.

Как уже отмечалось, сущность экономического потенциала предприятия, формируется на основе ресурсов последнего. В свою очередь вся совокупность ресурсов, входящих в состав экономического потенциала можно разделить на две части (рис. 4) [11].





**Рис. 4. Ресурсная база экономического потенциала**

Сама оценка экономического потенциала предприятия может осуществляться как интегральный показатель, применяющийся при описывании состояния развития предприятия. Важно отметить, что при оценке экономического потенциала необходимо выявлять и систематизировать все факторы, воздействующие на предприятие.

В качестве методов исследования экономического потенциала предприятия используются:

1. Качественные методы:

- кабинетные методы;
- опросы работников;
- метод приоритетной оценки ресурсов;
- графические методы. Например, схема Исикавы («рыбий скелет»). С ее помощью можно определить состав и взаимосвязь факторов, которые влияют на экономический потенциал предприятия, и относительную значимость таких факторов.

2. Количественные методы:

- статистические;
- индексный;
- ресурсно-регрессионный метод;
- интегральный;
- индикативный

3. Экономико-математические:

- метод денежной оценки элементов экономического потенциала;
- доходный;

- затратный;
- анализ хозяйственной деятельности;
- цепочка ценностей М. Портера.

Отметим, что представленные выше методы являются довольно трудоемкими для анализа, и не отвечают на четко поставленный вопрос управленцев о том, какова эффективность использования экономического потенциала и влияния потенциала на эффективность управления предприятием.

Подводя итог, отметим, что эффективность использования экономического потенциала оценивается с двух сторон: использование ограниченных ресурсов (ресурсная эффективность), удовлетворение потребности общества (целевая эффективность). Исходя, из характера и причин роста целевой и ресурсной эффективности, выделяют следующие типы функционирования экономического потенциала [5]:

1. Интенсивный экономический потенциал – определяется тем, что целевая эффективность возрастает за счет роста эффективного использования имеющихся факторов производства.

2. Экстенсивный экономический потенциал – определяется тем, что рост целевой эффективности происходит за счет вовлечения в производственные процессы дополнительных ресурсов.

Система управления экономическим потенциалом является неотъемлемой составляющей, позволяющей реализовывать поставленные цели предприятия, в том числе увеличение прибыли, и повышения его эффективности и финансовой устойчивости.

Прежде чем рассмотреть направления повышения экономического потенциала, стоит рассмотреть процесс его формирования, который происходит поэтапно [13]:

1. Первый этап предполагает выявление стратегии развития предприятия: изучение направления его деятельности, определение основные единиц деятельности, определение ключевых внешних и внутренних факторов, воздействующих на деятельность предприятия и пр. Таким образом, собранная информация позволяет создать стратегические и тактические планы будущего развития организации.

2. На втором этапе определяются возможности экономического развития, оценивается возможность применения новейших технологий и разработок.

3. Третий этап учитывает особенности экономической сферы. Иными словами, происходит маркетинг внешней среды предприятия.

4. На четвертом этапе определяются методические принципы управления экономическим потенциалом.

5. Пятый этап подразумевает решение таких вопросов, как создание, использование и, соответственно, развитие экономического потенциала.

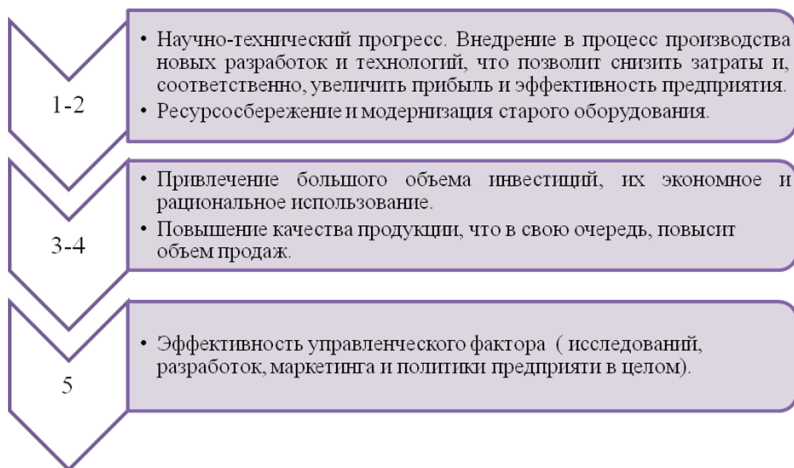
Все эти этапы тесно связаны и зависят от управления экономическим потенциалом. Саму эффективность управления экономическим потенциалом предприятия можно определить, как отношение прибыли предприятия к степени эффективности экономического потенциала.

Рост экономического потенциала предприятия, как и многих других величин в экономике, может происходить двумя способами (рис. 5) [19].



**Рис. 5. Способы роста экономического потенциала**

Возможные направления повышения экономического потенциала представлены на рис. 6.



**Рис. 6. Направления повышения экономического потенциала предприятия**

Сам процесс повышения экономического потенциала предприятия осуществляется посредством реализации следующих этапов:

1. Этап 1: оценка возможностей предприятия (внутренних ресурсов).

2. Этап 2: определение уровня использования экономического потенциала.

3. Этап 3: создание мероприятий, повышающих экономический потенциал предприятия.

4. Этап 4: претворение разработанных в пункте 3 мероприятий.

Итак, чем лучше результаты деятельности по управлению экономическим потенциалом предприятия, тем результативнее деятельность предприятия, которая проявляется в финансовой устойчивости, платежеспособности последнего, повышения деловой активности, доходности и ликвидности.

Оценка экономического потенциала предприятия является важным элементом в системе управления производством, действенным средством выявления внутрихозяйственных резервов, основой разработки прогнозов деятельности предприятия и управленческих решений.

### **Список используемых источников**

1. Коломейцева, М.А. Сущность экономического потенциала и его влияние на оценку экономической мощи государства: статья / М.А. Коломейцева. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-ekonomicheskogo-potentsiala-i-ego-vliyanie-na-otsenku-ekonomicheskoy-moschi-gosudarstva/viewer>

2. Лапин, Е.В. Экономический потенциал предприятия: учебное пособие / Е.В. Лапин. – Сумы: «Университетская книга». – 2002. – 309 с.

3. Лайщук, Г.М., Зяблицкая Н.В. Особенности управления экономическим потенциалом предприятия в современных условиях хозяйствования / Г.М. Лайщук, Н.В. Зяблицкая. – Челябинск: Южно-Уральский государственный университет, 2018. – С. 44 – 50.

4. Лэсык, Л.И. Понятие, виды и методы оценки экономического потенциала предприятий: статья / Л.И. Лэсык. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-vidy-i-metody-otsenki-ekonomicheskogo-potentsiala-predpriyatij/viewer>.

5. Разиньков, П.И., Разинькова О.П. Оценка экономического потенциала предприятия: статья / П.И. Разиньков, О.П. Разинькова. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-ekonomicheskogo-potentsiala-predpriyatija-2/viewer>.

**О. С. Кошевой**  
д-р техн. наук, профессор  
Пензенский государственный университет,  
г. Пенза, Россия

**Е. В. Фудина**  
канд. экон. наук, доцент,  
Пензенский государственный аграрный университет,  
г. Пенза, Россия

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ: СТРАТЕГИЯ РЕАЛИЗАЦИИ**

*Аннотация.* В материалах статьи рассмотрены теоретические подходы к определению сущности стратегии экономической безопасности организации, сформулированы основные условия, факторы и угрозы, влияющие на экономическую безопасность организации.

*Ключевые слова:* стратегия, экономическая безопасность, организация.

В настоящее время организации, получившие широкую хозяйственную самостоятельность, столкнулись с необходимостью принципиально новых подходов к обеспечению собственной экономической безопасности, что потребовало коренного преобразования всей системы защиты экономических интересов.

В процессе создания правовой основы цивилизованного предпринимательства, усиления недобросовестной конкуренции и криминализации отдельных сегментов экономики основная тяжесть этих проблем легла на организации, которые во многих случаях оказались не подготовленными к их решению.

Проблема оценки экономической безопасности государства, региона, организации в последнее время приобрела особую актуальность. Однако, несмотря на большой интерес к ней отечественных и зарубежных ученых и практиков, следует отметить, что существующие разработки в основном посвящены различным аспектам национальной и региональной безопасности, и в значительно меньшей степени – вопросам экономической безопасности предприятий.

Проблема экономической безопасности организации требует комплексного подхода, осуществление которого достаточно сложно.

Одной из наиболее важных сфер при изучении угроз национальной безопасности является экономическая сфера. Изучение экономической безопасности всех субъектов предпринимательской и других видов деятельности приобретает решающее значения для благоприятного развития государства.

Категория «экономическая безопасность» сравнительно недавно появилась в понятийном аппарате экономической науки. Как всякое новое понятие она еще не имеет общепризнанного толкования. Применительно к организации ее рассматривают как интегральную оценку ресурсного потенциала и степени защищенности от отрицательного действия внешней среды. В ней находят отражение, как элементы диагностики текущего состояния, так и прогноз будущих рисков и угроз.

Таким образом, экономическая безопасность организации предусматривает стойкое развитие, то есть сбалансированное и непрерывное, что достигается с помощью использования всех видов ресурсов и предпринимательских возможностей, при которых гарантируется наиболее эффективное их использование для стабильного функционирования и динамического научно-технического и социального развития, предотвращения внутренних угроз.

Основными составляющими экономической безопасности организации являются: ресурсная, технико-технологическая, финансовая, социальная безопасность. Каждая из составляющих оценивается с помощью ряда качественных или количественных показателей-индикаторов.

Оценка уровня экономической безопасности является отправным пунктом стратегического планирования, показателем инвестиционной привлекательности и надежности предприятия, характеристикой его жизнеспособности. При оценке экономической безопасности ряд положений оценки пересекается с отдельными видами деятельности предприятия. Это касается, прежде всего, формулирования стратегических интересов предприятия и их количественной интерпретации.

Стратегия экономической безопасности – это положение наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечение стабильного функционирования в настоящее время и в будущем.

Типы стратегий безопасности:

- 1) ориентированные на устранение существующих или предотвращение возникновения возможных угроз;
- 2) нацеленные на предотвращение воздействия существующих или возможных угроз на предмет безопасности;
- 3) направленные на восстановление (компенсацию) наносимого ущерба.

Первые два типа стратегий предусматривают такую деятельность по обеспечению безопасности, в результате которой не происходит угрозы либо создается заслон ее влиянию. В третьем случае ущерб допускается (возникает), однако он компенсируется действиями, которые предусматривает соответствующая стратегия. Совершенно очевидно, что стратегии третьего типа могут разрабатываться и реализо-

вываться применительно к ситуациям, где ущербы восполняемы, либо тогда, когда нет возможности осуществить какую-либо программу реализации стратегий первого или второго типа.

Стратегия экономической безопасности организации выражается через концепцию комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательства.

Цель данной системы – минимизация внешних и внутренних угроз экономическому состоянию субъекта предпринимательства, в том числе его финансовым, материальным, информационным, кадровым ресурсам, на основе разработанного и реализуемого комплекса мероприятий экономико-правового и организационного характера. Наибольшее значение при обеспечении экономической безопасности предпринимательства имеют первичные экономико-правовые и организационные меры, обеспечивающие основу системы безопасности; вторичными являются технические, физические и другие меры. В процессе достижения поставленной цели решаются конкретные задачи, объединяющие все направления обеспечения безопасности.

Основные задачи, решаемые системой обеспечения экономической безопасности:

- прогнозирование возможных угроз экономической безопасности;
- организация деятельности по предупреждению возможных угроз (превентивные меры);
- выявление, анализ и оценка возникших реальных угроз экономической безопасности;
- принятие решений и организация деятельности по реагированию на возникшие угрозы;
- постоянное совершенствование системы обеспечения экономической безопасности предприятия.

Экономическая безопасность в современном мире бизнеса становится все более важным и многоцелевым компонентом административного управления. Понятие «угроза безопасности» стало изменчивым: в список угроз постоянно входят новые пункты и перестают быть актуальными старые. Дело в том, что угрозы и риски сферы безопасности отражают изменения во внешней среде предприятия, которые приводят к негативному изменению самого предмета безопасности. Внутреннее устройство и ведение бизнеса также подвержены постоянным изменениям.

Обеспечение эффективного функционирования организации требует экономически грамотного управления ее деятельностью, которая во многом определяется умением ее анализировать. С помощью анали-

за изучаются тенденции развития, глубоко и системно исследуются факторы изменения результатов деятельности, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, вырабатывается экономическая стратегия его развития.

Оценка эффективности стратегии обеспечения экономической безопасности проводится:

– в разрезе защитных мероприятий и мер по нейтрализации угроз на основе составления хеджированных и рискованных производных балансов как отношение получаемых показателей к установленным нормативам ресурсов в соответствии со стратегией;

– в разрезе прогнозных сценариев развития с составлением прогнозных и сценарных производных балансов в виде отношения получаемых показателей к нормативным значениям ресурсов;

– в разрезе направлений стратегической активности и альтернативных вариантов решений по данным стратегических и альтернативных производных балансов как отношение получаемых показателей к установленным стратегическим нормативам.

Таким образом, организационно-экономический механизм разработки и реализации стратегии обеспечения экономической безопасности позволяет сформировать в организации эффективную систему контрольно-аналитического обоснования безопасности ее стратегического развития и достижения конкурентных преимуществ.

**Т. А. Налчаджян**

**А. А. Франгулян**

**Н. С. Никоян**

г. Ереван, Республика Армения

## **ЗАДАЧА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОПТИМАЛЬНОЙ ДИСПЕРСИИ ГРАНУЛОМЕТРИЧЕСКОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТОВ ИЗМЕЛЬЧЕНИЯ**

*Аннотация.* Предлагается метод определения оптимальной гранулометрической характеристики помола руды. Известно, что технологические системы измельчения рудного сырья имеют ярко выраженный случайный характер, следовательно, детерминированные подходы их анализа и математического моделирования уводят нас далеко от реальных задач, а полученные такими методами результаты, естественно, далеки от действительности и не могут обеспечивать обоснованные управления исследуемыми процессами измельчения.



Поэтому необходимо пользоваться современными методами стохастического моделирования с учетом существующих неопределенностей, которые задаются в виде законов распределения случайных параметров управления. С этой точки зрения, для технологических процессов помола рудного сырья необходимо построить математические интегральные модели, содержащие управляемые дисперсии гранулометрических характеристик с одновременным учетом функции вклада, обеспечивающий максимальное извлечение металла в последующем процессе флотации. В качестве критерия эффективности используя интегральную модель, которая является математическим ожиданием детерминированной функции вклада, при помощи вариации дисперсии гранулометрической характеристики в технологически разумных пределах, выбираем то оптимальное численное значение дисперсии, при котором достигается максимальное извлечение металла, т.е. рациональное использование дорогостоящего рудного сырья.

Дана общая постановка задачи, показано существование решения оптимальной формы гранулометрической характеристики в классе непрерывных функций, предложен способ решения с применением метода оптимальной дисперсии. На примере технологического процесса измельчения медно-молибденовой руды в Каджаранском медномолибденовом комбинате решена модельная задача выбора оптимальной формы гранулометрической характеристики в классе предложенной нами закона распределения, которая является зеркальным отображением известной Релевской дифференциальной плотности распределения. Показан, что по мере возрастания дисперсии гранулометрической характеристики левосторонняя асимметрия увеличивается. Процесс поиска оптимальной формы гранулометрической характеристики реализован в среде программного пакета MathCad-14.

*Ключевые слова:* тонкое измельчение, гранулометрическая характеристика, оптимальное извлечение, флотация.

**О вероятностном характере процессов тонкого измельчения и флотации.** Технологические процессы обогащения руд цветных металлов обладают целым рядом общих характеристик и законом вероятностей, причем они обычно имеют вероятностный характер [1]. В продуктах измельченной руды имеются частицы различных минералов и шлаков, с различными свойствами. Измельченные частицы в пульпе имеют различные геометрические формы и размеры, и даже их средние диаметры в достаточно широких диапазонах являются случайными величинами. Аналогичная картина явлений наблюдается также в процессах флотации, где извлечение ценных компонентов также является случайным. Исследования специалистов показывают, что эти процессы в общем случае являются нестационарными явлениями. Процесс измельчения характеризуется основным непрерывным законом распределения размеров частиц-гранулометрической характеристикой. Предлагается процесс измельчения рудного сырья рассматри-

вать как процесс преобразования входной гранулометрической характеристики дробленой руды на некоторую текущую гранхарактеристику продукта тонкого измельчения (рис. 1), причем математическое описание (вид) этой характеристики во времени не меняется, а возрастает дисперсия этого распределения. Еще в 1941 году академик А.Н. Колмогоров теоретически доказал, что гранулометрическая характеристика продуктов дробления частиц подчиняется логарифмически нормальному закону распределения вероятностей [1].

$$f(x, m, \sigma) = \frac{1}{\sigma x \sqrt{2\pi}} e^{-\frac{(\ln x - m)^2}{2\sigma^2}}, x \geq 0. \quad (1)$$

Так как в течение помолы дисперсия гранулометрической характеристики постепенно возрастает, в некоторый момент достигая оптимальной формы и в результате дальнейшего измельчения (перемола) уходит от оптимальной формы и дорогие частицы металла оказываются в хвостах.

Однако наши экспериментальные исследования показали, что текущие формы гранулометрической характеристики удобнее представить в виде зеркального отображения известного Релеевского закона плотности распределения.

$$f(x) = -\frac{(x - x_{max})}{M^2} e^{-\frac{(x - x_{max})^2}{2M^2}}. \quad (2)$$

На рисунке 1 показаны текущие формы этой характеристики при фиксированных значениях дисперсии.

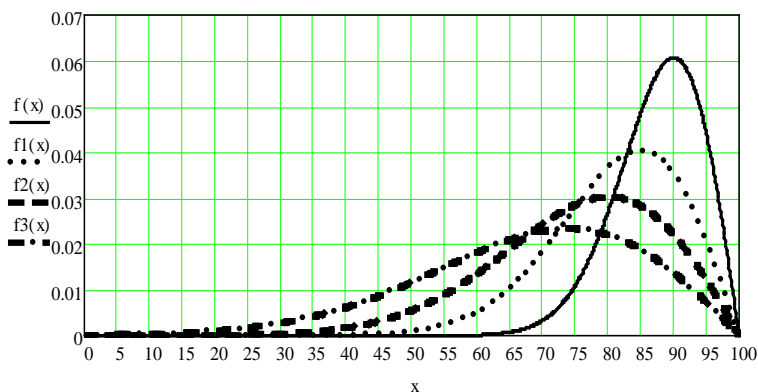


Рис. 1. Текущие формы гранулометрической характеристики

**Постановка задачи.** Сколько нам известно, в настоящее время логарифмически-нормальный закон распределения частиц не использован для поиска оптимальной формы гранулометрической характеристики. По-видимому, причина кроется в отсутствии подходящего критерия оптимального извлечения металлов. В настоящее время существуют достаточно хорошо исследованные интегральные модели эффективности вероятностных технологических процессов [2, 3] с использованием которых можно найти оптимальные формы гранулометрических характеристик и рационально использовать исходный рудной материал. С этой целью предлагается использовать следующий интеграл эффективности:

$$I(x, m, \sigma) = \int_a^b C(x)f(x, m, \sigma)dx \rightarrow \max, \quad (3)$$

где  $x$  – размеры частиц,

$m$  – математическое ожидание диаметров частиц,

$\sigma$  – среднеквадратическое отклонение диаметров частиц,

$C(x)$  – функция извлечения, которая известна для конкретного технологического процесса измельчения,

$a$  и  $b$  – границы интервала диаметров частиц, удачно извлекаемые в следующем этапе флотации.

В параметрическом интеграле (2) изменяя численные значения  $\sigma$  в разумных пределах с требуемым шагом  $\Delta\sigma$  можно, без аналитического решения уравнения (которое в общем случае может и не существовать)

$$\frac{\partial I(x, m, \sigma)}{\partial \sigma} = 0, \quad (4)$$

возможно найти оптимальное численное значение среднеквадратического отклонения.

**Численный пример.** Пусть известны числовые характеристики закона распределения частиц конкретного технологического процесса тонкого измельчения при условных значениях  $xm = 1$ ,  $\sigma = 1$ . Считаем заданной также функцию извлечения в виде функции второй степени, которая положительна в пределах  $(a, b)$ , внутри которого имеет максимум, проходит через заданные точки  $a$  и  $b$ , а вне диапазона  $(a, b)$ , имеет отрицательные значения, т.е. частицы со средними размерами меньше  $a$  и больше  $b$  не флотируются. В частном случае принимаем, что  $a = 1$ ,  $b = 4$ .

В качестве примера используем следующую функцию извлечения

$$C(x) = -0,5x^2 + 2,5x - 2(4).$$

Тогда первоначальное значение эффективности (3) составит 0,365 ед.

Принимая величину шага поиска оптимальной дисперсии  $\Delta\sigma = 0,1$  единиц, исследуем поведение интеграла эффективности (3).

Исследование интеграла эффективности извлечения на максимум произведено в среде пакета программ MATHCAD-14. Изменяя величину среднеквадратического отклонения от 0,1 до 1,0, получили численные значения эффективности извлечения, представленные в табл. 1.

### 1. Результаты исследования интеграла эффективности

$\sigma$	0.1	0.2	0.3	0.4	0.5
$I(\sigma)$	0.300	0.318	0.334	0.347	0.358
$\sigma$	0.6	<b>0.7</b>	0.8	0.9	1.0
$I(\sigma)$	0.366	<b>0.371</b>	0.373	0.371	0.365

Эффективность достигает максимального значения при  $\sigma_{\text{опт}} = 0,7$ ,  $I_{\text{max}} = 0,371$ .

Таким образом, успех флотации в смысле наилучшего извлечения металла уже предрешен процессом тонкого измельчения. Отсюда следует, что для рационального использования рудного сырья необходимо на вход процесса флотации подавать пульпу не случайной формой гранулометрической характеристики, а уже оптимальной.

**Закключение.** Показано, что оптимальным выбором дисперсии (среднеквадратического отклонения) можно выявить и использовать скрытые возможности процессов измельчения руд, тем самым обеспечивая наиболее рациональное использование рудного сырья. Предложенный подход с успехом можно использовать для любых металлических руд, предварительная подготовка к флотации которых является процесс измельчения.

### Список используемых источников

1. Колмогоров А.Н. О логарифмически – нормальном распределении размеров частиц при дроблении. ДАН СССР, 1941. – Т. 31, № 2.
2. Налчаджян Т.А., Амбарцумян Ю.Л. Определение оптимальной гранулометрической характеристики продуктов измельчения руд. Изд. вузов, Горный журнал. – 1980. – № 6. – С. 136 – 138.
3. Налчаджян Т.А. Моделирование и оптимизация эффективности вероятностных технологических процессов обогащения рудцветных металлов: Дис. ... д.т.н. – М.: Ереван, 1984. – 437с.

**А. О. Панферов**  
магистрант 3-го курса  
направления «Менеджмент»  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **ВЛИЯНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ИНДИКАТОРОВ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК РАБОТОДАТЕЛЯ НА УРОВЕНЬ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

*Аннотация.* Цель написания данной статьи – изучение сущности ключевых показателей привлекательности работодателя и определение их значимости для предприятия.

*Ключевые слова:* вовлеченность, удовлетворенность, лояльность, маркетинг персонала, HR-бренд, бренд работодателя, имидж организации.

Маркетинг в области управления персоналом не имеет такой обширной классификации как традиционный маркетинг. Однако, он также выполняет немало важных задач и играет большую роль в деятельности организации, влияя на ее финансовый результат.

Одной из целей маркетинга в области управления персоналом является изучение эффективности деятельности, направленной на создание и удержание кадрового потенциала предприятия. В связи с этим, следует рассмотреть два вида маркетинга персонала.

Внутренний маркетинг – затрагивает область деятельности внутри организации. Его основной целью является налаживание определенной среды взаимодействия компании (работодателя) и клиента (сотрудника), в условиях которой работодатель будет получать максимум от своего трудового ресурса и увеличивать такой показатель, как «привлекательность» рабочих мест для сотрудников.

Система внутреннего маркетинга состоит из нескольких ключевых элементов, являющихся основой для ее существования и развития.

Во-первых, это заинтересованность руководства. На практике сложилось так, что внедрение каких-либо изменений начинается с верхней ступени управления. Если не зарождение самой идеи, то старт к ее воплощению дает именно руководство, а далее формирование процесса идет по цепочке сверху вниз. Поэтому важно, чтобы топ-менеджеры оказывали поддержку в реализации новых идей.

Во-вторых, это обучение персонала. Компании выгодно, когда ее сотрудники находятся в постоянном развитии своих знаний и умений. Многие крупные фирмы организуют целый ряд мероприятий по процессу обучения своих сотрудников с целью повысить эффективность взаимодействия в команде, получить обратную связь путем проведения тренингов и мастер-классов.

В-третьих, это процесс осуществления коммуникаций. Коммуникации являются важной составляющей налаживания контакта между предприятием и его сотрудниками. Задача коммуникаций повышать интерес сотрудников к основной миссии компании, ее ценностям и целям, а также повышать мотивацию к исполнению своих должностных обязанностей.

В-четвертых, это управление персоналом. Этот элемент включает в себя не только решение административно-кадровых вопросов. Управление персоналом – это целый блок процессов, объединяющий в себе всю деятельность по созданию условий труда для сотрудников. К этим процессам относятся подбор персонала, его обучение и развитие, оценка и совершенствование условий труда, эффективность трудовой деятельности, оплата труда и бонусное вознаграждение, а также карьерный рост.

И, наконец, еще одним элементом является организационная культура, представляющая собой взаимодействие формальных и неформальных правил поведения. Она включает в себя базовые ориентиры компании, систему мотивации сотрудников, и так далее.

Таким образом, система внутреннего маркетинга полностью функционирует при взаимодействии всех ее элементов между собой, повышая сплоченность коллектива и замотивированность сотрудников.

Ключевыми измерителями эффективности деятельности маркетинга персонала являются такие показатели, как «удовлетворенность», «лояльность» и «вовлеченность» персонала. Данные показатели также известны нам относительно традиционного маркетинга. Рассмотрим, чем каждый из них полезен в области управления персоналом.

«Удовлетворенность» представляет собой такое состояние сотрудника, при котором его все устраивает, работа удовлетворяет все его потребности и ему нравятся условия труда, в которых он осуществляет свою деятельность, однако, если для сотрудника появится что-то более интересное, он сможет спокойно уйти в другое трудовое дело, в другую компанию.

«Вовлеченность» – это состояние сотрудника, при котором он настолько погружен в процессы деятельности своей компании, что готов прикладывать все усилия к развитию бизнеса, генерировать идеи и воплощать задуманное в жизнь. Вовлеченный сотрудник искренне проживает все взлеты и падения компании и готов оказывать ей всяческую трудовую поддержку. Он работает ради развития компании.

Еще одним ключевым показателем является «лояльность». Лояльность представляет собой уровень отношения сотрудника к компании. Насколько он привязан к ней и готов рекомендовать ее другим. Однако, лояльность может быть разноразличной. Она может быть, как активной, так и пассивной. При активной лояльности сотрудника все

устраивает в компании, он заинтересован в развитии ее деятельности и готов привлекать в компанию своих знакомых. При пассивной лояльности довольный всем сотрудник не готов проявлять себя в большей степени. Его все устраивает относительно условий труда, но вкладываться в повышение своей результативности он не стремится.

Все три показателя тесно связаны между собой. Сотрудник может быть удовлетворен и лоялен, но не вовлечен. Он также может быть вовлечен, лоялен, но не удовлетворен, однако, в таком случае его стремление к развитию производственных процессов продлится не долго. А вот комбинации, когда сотрудник удовлетворен, вовлечен, но нелоялен – быть не может. Идеальным итогом для компании может быть состояние сотрудника, при котором все три показателя имеют пересечение. Это означает, что предприятие обеспечивает качественное существование сотрудника внутри организации и имеет возможность получать полную отдачу от его деятельности, результат от его высокой эффективности труда.

Рассмотрим взаимодействие таких показателей более подробно схематично (рис. 1).

Вовлеченность	Высокая	Сотрудники, которые быстро теряют энтузиазм  Решается путем уменьшения негативных факторов удовлетворенности	Вовлеченные сотрудники, но присутствуют факторы, которые снижают их удовлетворенность  Необходимо определить эти факторы и уменьшить негативное влияние	Сотрудник разделяют ценности и цели компании  Необходимо изучить эту целевую группу, для определения важных для них факторов, чтобы управлять этими сотрудниками
	Низкая	Сотрудники, повышающие показатель скрытой текучести, то есть те, кто увольняется при наличии нового места работы	Сотрудники с потенциалом, для которых необходимо разработать план по вовлеченности	Сотрудники – балласты. Такие сотрудники довольны всем, но не проявляют энтузиазма и не стремятся к увольнению
		Низкая	Средняя	Высокая
		Удовлетворенность		

**Рис. 1. Взаимосвязь показателей «вовлеченность» и «удовлетворенность»**

Оценка уровня каждого из рассмотренных показателей – это своего рода маркетинговое исследование. Основным инструментом такого исследования – опрос сотрудников, как правило, анонимный. Периодичность проведения подобных исследований зависит от потребностей

самой организации. Результаты исследования позволяют выявить уровень качества работы с сотрудниками компании, принять решения относительно выявленных потерь продуктивности и определить стратегию развития системы управления персоналом.

Немаловажным значением для уровня привлечения, мотивации и удержания сотрудников обладают такие показатели, как «Узнаваемость бренда работодателя», «Привлекательность бренда» и «Имидж работодателя». На рост значений этих показателей влияет как внутренний маркетинг, так и внешний.

Внешний маркетинг в области управления персоналом направлен на исследование состояния рынка труда, спроса и предложения рабочей силы, тенденций к изменению, а самое главное на формирование привлекательного имиджа компании, что, в свою очередь, как раз напрямую зависит от результата внутреннего маркетинга.

В условиях постоянно растущей конкуренции одним из главных инструментов в борьбе за лучшие кадры считается качественный HR-бренд, то есть бренд работодателя.

Сама технология по формированию бренда в управление персоналом пришла не так давно, но уже приобрела свою долю значимости в деятельности маркетинговых служб. Бренд работодателя – это некий образ фирмы, который появляется в сознании потенциальных сотрудников при ее упоминании. Если в традиционном маркетинге стоимость бренда определяет та цена, которую покупатели готовы доплатить за товар под этим брендом, то в HR-брендинге – это та сумма, на которую соискатели готовы сократить свои зарплатные ожидания ради работы в компании с привлекательным HR-брендом.

Бренд работодателя как инструмент призван решать среди прочих три основные задачи:

- 1) снижение текучести персонала;
- 2) ускорение процесса подбора персонала;
- 3) повышение качества персонала путем привлечения высококвалифицированных кадров.

Вышеуказанные метрики как раз помогают при анализе репутации компании на рынке труда. Узнаваемость бренда показывает какой процент аудитории знает о компании работодателя. В свою очередь привлекательность бренда показывает какой процент потенциальных кандидатов готов рассмотреть организацию в качестве работодателя. Имидж работодателя – это сложившийся образ бренда и важно, какие ассоциации он вызывает у аудитории. Укрепление HR-бренда влияет на поиск и найм потенциальных кандидатов, сохранение сотрудников и их вовлеченность.



Для развития HR-бренда на рынке труда маркетологам необходимо прибегать к использованию различных инструментов:

- 1) продвижение сайта и профилей в социальных сетях;
- 2) участие в массовых мероприятиях, где можно представить свою компанию, привлечь к ней внимание;
- 3) исследование плохих отзывов о компании, оставленными уволившимися сотрудниками или конкурентами;
- 4) проработка обратной связи с кандидатами, не прошедшими отбор на вакансию и так далее.

Также, для усиления бренда работодателя важно проведение мероприятий, направленных на его привлекательность внутри компании. Для достижения этой цели HR-маркетологам необходимо выполнять следующие задачи:

- 1) развитие качественной корпоративной культуры;
- 2) формирование системы коммуникаций;
- 3) проведение мероприятий, повышающих лояльность сотрудников;
- 4) получение обратной связи от сотрудников. Принявших решение развиваться за рамками компании и так далее.

В современных условиях число компаний, которые делают акцент на сильном бренде работодателя постоянно растет. Человеческий ресурс становится для предприятий ценным активом, который представляет достойный уровень конкурентоспособности.

Таким образом, маркетинг в области управления персоналом представляет собой большую систему взаимодействия различных процессов, как внешних, так и внутренних, направленных на укрепление кадрового потенциала компании и формирование надежного HR-бренда, позволяя поддерживать трудовой ресурс организации в постоянном развитии.

### **Список используемых источников**

1. Долженко Р.А. Исследование понятий удовлетворенность, лояльность, вовлеченность персонала // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2014. – № 9. – С. 157 – 162.
2. Кабалина В.И., Чеглакова Л.М. Вовлеченность работников через призму нормативного и сверхнормативного поведения // В кн.: Корпоративный менеджмент и бизнес-образование. М.: МАКС Пресс, 2015. – С. 85 – 107.
3. Николаев Н.А. Алгоритм повышения эффективности труда работников малых предприятий на основе управления вовлеченностью // Вестник Самарского государственного университета. – 2015. – № 5(127). – С. 194 – 209.
4. Соколова Л.И., Мищенко Е.С., Пономарев С.В. Формирование подсистемы измерения и анализа удовлетворенности и вовлеченности персонала в процессы системы менеджмента качества образовательной организации. – Тамбов: Издательство ТГТУ, 2009.

**А. О. Панферова**  
магистрант 3-го курса  
направления «Менеджмент»  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В HR-МЕНЕДЖМЕНТЕ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация.* В статье рассматривается роль маркетинга в кадровой политике организации, его цели и задачи.

*Ключевые слова:* маркетинг, маркетинг персонала, HR-маркетинг, HR-менеджмент.

С какой бы стороны мы не рассматривали маркетинг, его основная роль заключается в предоставлении организации возможности увеличивать объемы продаж, получать большую прибыль и укреплять свое финансовое положение.

Маркетинг, как инструмент продвижения товара, в процессе мирового экономического развития вышел за пределы привычного нам потребительского рынка и проник во все виды рынков прочих отраслей, в том числе затронув рынок труда. Классических определений маркетинга персонала бесчисленное множество, но каждое из них несет в себе его главную суть.

Среди наших отечественных научных исследователей данную тему в своих трудах затрагивали А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова, П.Г. Бойдаченко, Е.Л. Богданова, А.В. Железцов и многие другие.

Кибанов А. дает следующее определение понятию «Маркетинг персонала – вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале» [1].

По мнению И.Б. Дураковой «маркетинг персонала» – это сравнительно новый подход предприятия к формированию своей привлекательности для занятых и потенциальных работников [2].

Бойдаченко П. считает, что маркетинг персонала – это значительное расширение функции производственного маркетинга.

Богданова Е. рассматривает маркетинг персонала – как вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами.

Также, своим взглядом по данной теме поделился А. Железцов. По его мнению, маркетинг персонала – это вид управленческой деятельности, направленной на определение и удовлетворение потребности организации в персонале [3].

Среди зарубежных научных деятелей актуальность развития маркетинга в области HR-менеджмента затронули представители двух школ – немецкой и американской. Среди них Д. Белл, Г. Штрутц, Р. Бюннер, Д. Эскадштейн, Ф. Шнеллингер, В. Фрелинхом и К. Зитценшток.

Белл Д. и Штрутц Г. рассматривали маркетинг персонала, как среду для разработки целого ряда факторов, влияющих на развитие качества работников и усовершенствования их условий труда, что в итоге приводит к повышению уровня конкурентоспособности персонала организации относительно других компаний.

Бюннер Р., в свое время, охарактеризовал маркетинг персонала, как способ предоставления рабочих мест для потенциальных сотрудников, как метод исследования персонала и как инструмент повышения привлекательности фирмы-работодателя.

Фрелинхом В. и Зитценшток К. привнесли свой вклад в исследование темы маркетинга персонала проводя эксперименты, направленные на повышение имиджа компании, разрабатывая рекламы, способные привлекать заинтересованный круг лиц даже при случайном взгляде. Таким образом, они рассматривали маркетинг персонала, как средство продажи рабочих мест соискателям.

Котлер Ф. – родоначальник современного маркетинга представил нам привычные «4Р» в области управления персоналом следующим образом:

- 1) product (продукт) – осуществление персоналом труда и получение вознаграждения;
- 2) price (цена) – уровень мотивации сотрудника;
- 3) place (место) – организационная структура предприятия;
- 4) promotion (продвижение) – корпоративная культура организации.

Развитию маркетинга в области HR-менеджмента поспособствовал традиционный маркетинг. Изначально это понятие было связано в основном со сбытовой деятельностью товаров и услуг, но позднее оно распространилось и во многие другие сферы деятельности организаций.

Маркетинг персонала имеет не одну ступень развития. Данное понятие зародилось еще в начале XX века и претерпело не мало изменений и усовершенствований. Существует несколько этапов становления этого процесса, которые измеряются десятками лет и до сих пор маркетинг в области управления персоналом продолжает развиваться, и с каждым годом выходит на все больший уровень.

Первый этап становления датируется 1900 – 1920 годами. Многим он известен как «Мировой трудовой кризис». Тогда началось время

перехода многих предприятий, в частности осуществляющих сельскохозяйственную деятельность, с мелкомасштабного производства на промышленное. В этот период резко возникла необходимость набора качественного и высококвалифицированного персонала. В процессе перехода большая часть предприятий была вынуждена сократить штат сотрудников и по окончании кризиса осуществить дополнительный набор. В те времена в практику управления персоналом вошел принцип «Незаменимых людей нет». Работодатели придерживались его, чтобы не иметь лишних издержек на содержание работников и увольняли их, заменяя временными служащими.

С 1920 по 1950 годы прошел второй этап становления маркетинга персонала. В этот период вошло в практику наращивание трудового потенциала. Год за годом начинали развиваться отраслевые предприятия, которые считали постоянный уход сотрудников из организации неэффективным, что привело к появлению первых учебных центров и профессиональных школ для подготовки специалистов, и рабочих различных специальностей.

Третий этап проходил в 1960 – 1980 годах под названием «Межотраслевая конкуренция на рынке труда». С развитием рынка труда у предприятий появились возможности, которые ранее были им не доступны. Стала усиливаться трудовая миграция и эмиграция.

Четвертый этап вошел в историю экономики в 1980 году. До 2005 года маркетинг персонала развивался под рукой возрастания требований соискателя к работодателю. В этот период начали применяться экономические условия труда, и работник начал открыто диктовать свои требования к работодателю [4].

Сейчас маркетинг персонала находится на пятом этапе развития, на котором отмечается взаимовыгодное сотрудничество работника и работодателя. Каждый искомый кандидат, а в последствии – работник компании рассматривается как клиент предприятия, сотрудничество с которым дает возможность организации укрепить свое финансовое положение и увеличить уровень конкурентоспособности, а работник в свою очередь получает возможность удовлетворить собственные нужды и интересы.

Таким образом, рассмотрев историческую цепочку развития понятия маркетинга персонала и различные взгляды на него мы можем сформулировать свое определение.

Маркетинг в области управления персоналом – это целый ряд мероприятий, направленных на совершенствование взаимоотношений между сотрудником и работодателем, которые способствуют развитию профессиональных навыков и качеств одного и укреплению своих позиций другого участника, как на рынке труда, так и на сбытовом рынке.

Основная цель привычного нам маркетинга – это создание таких условий для потребителя, при которых он будет в каждом произведенном товаре находить важность для его приобретения, удовлетворяя свою потребность и покрывая тем самым основной интерес любого производства – получение прибыли.

Цель маркетинга персонала складывается из нескольких составляющих. Одно из них направлено на удовлетворение потребности бизнеса в кадровом потенциале, другое – на достижение общей цели предприятия – максимизации прибыли и сокращения затрат на производство и реализацию товара. В целом, можно сказать, что достижение одного составляющего является ступенью к достижению другого.

Таким образом, если интерпретировать суть привычного нам сбытового маркетинга с точки зрения маркетинга персонала, то цель его заключается в создании для сотрудника таких условий труда, при которых он будет находить выгоду оставаться в компании для себя и покрывать тем самым интерес производства, а именно, развиваться, как профессионал, повышать свою производительность, реализовывать инновационные проекты и так далее.

Однако, стоит обратить внимание на то, что для полноценного развития бизнеса, персонал предприятия не следует рассматривать как набор штатных единиц, с хорошим окладом, условиями труда и должностными инструкциями. Первая составляющая цели маркетинга персонала состоит не только в создании кадрового потенциала, но и в его укреплении, которое в дальнейшем влияет на возможность перейти на вторую ступень достижения цели.

Если процесс наполнения кадрового резерва и может довольствоваться вышеперечисленными факторами влияния, то для его укрепления необходимо наличие такой движущей силы, как команда. Именно командное взаимодействие помогает объединить пристрастие к своему виду деятельности каждого сотрудника в отдельности в общее дело, тем самым преобразив стандартное исполнение должностных обязанностей в командную работу и эффективный результат. Развитие именно этой движущей силы зависит от маркетинга персонала. Маркетинг персонала направлен на обеспечение продуктивного взаимодействия сотрудников внутри производства.

Достижение основной цели маркетинга в области управления персоналом зависит от целого ряда задач.

Прежде всего – это обеспечение предприятия кадрами. При выполнении этой задачи маркетинговая деятельность направлена на исследование рынка труда. Здесь можно провести параллель с классическим сбытовым маркетингом, только в нашем случае за товар принимается «вакансия».

Второй важной задачей маркетинга персонала является профессиональная адаптация молодых сотрудников и только пришедших в компанию новичков. Проведя параллель с традиционной покупкой того или иного товара, заметим, что хороший продавец, отвечающий за качество своей продукции, обязательно после совершенной сделки запрашивает отзыв о покупке, тем самым не бросает потребителя на полпути, а предоставляет возможность наладить поток обратной связи с клиентом. Также, если мы рассмотрим рынок услуг, услугодатель, которому важно мнение клиента, через некоторое время после оказания услуги, налаживает взаимосвязь с ним, для сбора обратной связи и при необходимости отвечает на возникшие в процессе потребления вопросы, тем самым давая понять клиенту, что он не один, что он не брошен. Также и в управлении персоналом, служба рекрутинга не должна проводить процедуры подбора сотрудника закрыть за ним дверь с наилучшими пожеланиями. Важно какое-то время провести с новым сотрудником процесс адаптации, ответить на последующие вопросы, которые обязательно возникнут в первое время работы, помочь решить какие-то проблемы, тем самым установить поток обратной связи. По статистике, большая часть работников, увольняющихся в первые полгода работы в компании, принимает данное решение в период первых дней нахождения в коллективе. Причиной подобного решения является отсутствие адаптационных мероприятий.

Следующей задачей в достижении цели по формированию кадрового потенциала является осуществление производственного обучения и повышение квалификации сотрудников предприятия. Здесь маркетинговая служба персонала разрабатывает базу, для возможности реализации мероприятий по обучению сотрудников и продвижению обучения. Обучение может быть разных видов, внутреннее и внешнее. Под внутренним обучением понимается освоение сотрудником своих профессиональных обязанностей и обмен опытом с коллегами. Зачастую компании создают свою систему дистанционного обучения, для которой разрабатывают различные курсы, ориентированные на тренировку профессиональных навыков и личных качеств, устраивают тренинги для отработки навыка работы в команде и руководящих компетенций, проводят ассесменты и так далее. Под внешним обучением понимается направление сотрудников на различные курсы повышения квалификации и узконаправленные специализированные курсы. Все это дает возможность каждому сотруднику не останавливаться на достигнутом и привносить знания и навыки, полученные на обучении в общую копилку компетенций компании.

Еще одной, немаловажной задачей маркетинг-менеджмента является помощь организации в обеспечении благоприятных условий тру-

да, ведь от этого зависит насколько комфортно будут работать сотрудники внутри компании. Здесь основная цель маркетинга – создать такую атмосферу, при которой сотрудникам будет максимально интересно и приятно исполнять свои обязанности, а компания сможет оптимально использовать свои кадровые ресурсы.

У каждой крупной компании есть возможность готовить потенциальных сотрудников на места еще со студенческой скамьи. Здесь подразумевается так называемое «выращивание кадров». То есть взаимодействие компании с учебными заведениями настроено таким образом, что у будущих выпускников при выходе за пределы образовательного учреждения уже есть рабочее место, а у компании – подготовленный в направлении деятельности фирмы специалист. При этом учебные заведения могут быть разных направлений, как выпускающие потенциальных кандидатов с высшим образованием, так и со средне-специальным. Роль маркетинга в этом случае состоит в формировании программ взаимодействия учебных заведений и предприятия.

И, наконец, шестой задачей маркетинга в области управления персоналом является формирование и поддержание имиджа организации на рынке труда. Деловая репутация компании максимально важна для соискателей, ведь потребитель не захочет даже посмотреть на товар, если отзывы о нем будут плохими и его очень сложно будет уговорить на покупку.

В совокупности, выполнение всех рассмотренных выше задач дает возможность компании создавать и удерживать крепкий кадровый потенциал. Этот потенциал, в свою очередь, позволяет предприятию достигнуть цели – максимизировать прибыль и сократить затраты на производство, в том числе, и на производство кадров.

### **Список используемых источников**

1. Кибанов А.А. Управление персоналом: энциклопедия [Текст]: учебник / А. А. Кибанов. – М.: Инфра–М, 2010. – 554 с.
2. Дуракова И.Б. Управление персоналом: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 569 с.
3. Железцов А. Маркетинг персонала. Оценка трудовой деятельности / А. Железцов // Маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 53 – 64.
4. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров. – Издательство «Дашков и К».
5. Бондарская Т.А. Рекламная деятельность в сервисе и маркетинге [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов и преподавателей технических вузов: учебное электронное издание комплексного распространения // Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2016.
6. Толстяков Р.Р., Кузнецова Е. М. Эволюция маркетинговых коммуникаций в условиях трансформации потребительских рынков. – URL: <http://journals.tsutmb.ru/a8/upload/auto/7d/e2/temp.7de22901b6466b5fa29cba707d8c22cd.pdf>.

**А. О. Панферова**  
магистрант 3-го курса  
направления «Менеджмент»  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

*Аннотация.* Современное предприятие с крупномасштабным производством нельзя представить без деятельности, связанной с продвижением выпускаемой продукции на рынок сбыта. Его также нельзя представить без квалифицированной HR-службы, которая ежедневно укрепляла бы позиции работодателя на рынке труда, приводя в компанию только лучших сотрудников, способных увеличивать значения показателей деятельности компании. В статье рассматриваются известные маркетинговые инструменты и оценивается эффективность их применения в работе с персоналом организации.

*Ключевые слова:* HR-маркетинг, маркетинговые инструменты, маркетинг, управление персоналом.

В настоящее время работа с персоналом далеко ушла за рамки стандартного оформления трудоустройства сотрудника, предоставления списка задач для ежедневного выполнения и оплаты труда в конце рабочего периода. Сегодня, качественное управление персоналом это непрерывная разработка комплекса мероприятий, направленных на привлечение в компанию высококвалифицированного персонала, его удержание и развития в рамках компании.

В условиях постоянно развивающихся рыночных отношений, в том числе на рынке труда, далеко недостаточно просто разместить вакансию в информационных ресурсах. Ее нужно суметь продать. Ведь, как и на любом другом рынке конкуренция высока, а запросы потребителя в зависимости от внутренних и внешних факторов со временем растут. Для выполнения этой задачи специалисты HR-службы используют ряд инструментов, которые смело перешли из классического маркетинга в область управления персоналом. Среди них:

- 1) сегментация целевой аудитории;
- 2) применение реферальных программ;
- 3) реклама и PR;
- 4) брендинг;
- 5) контент-маркетинг;
- 6) event-маркетинг;
- 7) аналитика;
- 8) автоматизация;
- 9) продвижение сайта и профилей в социальных сетях.



Сегментация целевой аудитории подразумевает разделение общей совокупности клиентов на определенные группы, схожие по взглядам и запросам, заинтересованные в покупке товара. В рекрутинге целевая аудитория – это будущие сотрудники организации, потенциальные кандидаты, которые способны закрыть имеющуюся вакансию, то есть заинтересованы в ней и могут купить ее. Каждая вакансия индивидуальна и чем качественнее специалист по подбору персонала исследует и сегментирует рынок труда, тем проще ему будет закрыть имеющуюся вакансию, затратив меньше трудового и финансового ресурса.

Есть несколько критериев, способных упростить создание целевого портрета кандидата (табл. 1).

### 1. Критерии целевой аудитории и их значение

№ п/п	Наименование критерия	Расшифровка	Расшифровка
1	2	3	4
1	Географический	Территориальное расположение, релокация	Территориальное расположение, релокация
2	Социально-демографический	Возраст, семейное положение, образование, предыдущее место работы	Возраст, семейное положение, образование, предыдущее место работы
3	Психографический	Ценности, увлечения, личностные качества, требования	Ценности, увлечения, личностные качества, требования
4	Поведенческий	Поведение, мотивация, чем обусловлен интерес	Поведение, мотивация, чем обусловлен интерес
5	Лояльность кандидата	Отношение к бренду работодателя	Отношение к бренду работодателя

Используя данные признаки группировки HR-специалисту проще отобрать целевую аудиторию для осуществления подбора персонала и проведения различных маркетинговых мероприятий по его привлечению.

Второй инструмент – это реферальные программы. Реферальная программа представляет собой способ взаимодействия компании и клиента, при котором клиент рекомендует продукцию своим знакомым или приводит новых заинтересованных лиц в компанию с последующим их закреплением, и получает за это вознаграждение.

Похожим инструментом можно считать «сарафанное радио». Только в случае использования этого инструмента клиенты готовы рекомендовать компанию уже без вознаграждения, имея истинную лояльность и удовлетворенность – то есть они максимально доверяют фирме производителю и довольны продукцией, которую она производит, а в нашем случае довольны работодателем и своим рабочим местом.

Также, для выполнения задачи по обеспечению предприятия кадрами, HR-служба нередко прибегает к использованию такого инструмента, как «реклама и PR». Это наиболее известный способ продвижения продукции, который тоже пришел в область управления персоналом из традиционного маркетинга. В качестве рекламной деятельности сотрудники маркетинговой службы управления персоналом могут использовать любые распространенные способы продвижения, разработав их относительно своей области.

Для продажи вакансии могут применяться как обычные виды рекламы, например, размещение информации на ТВ, радио или в других информационных ресурсах, так и несколько преобразованные. Если рассматривать как средство продвижения товара сайт компании, то HR-специалисты, в свою очередь, разрабатывает своего рода подобию – «карьерную страничку», цель которой заключается не только в ознакомлении потенциальных сотрудников с имеющимися вакансиями и базовой информацией организации, но и в качественной презентации будущих достижений, что в свою очередь, повышает лояльность клиента.

Также, в качестве способа повышения лояльности потенциальных кандидатов, специалисты используют «видео-маркетинг». Со временем так сложилось, что потенциальные покупатели привыкли доверять различным видеобзорам о товаре. Прежде чем его купить, клиент будет тщательно изучать отзывы и просматривать видеоролики о его свойствах и результатах использования. Специалисты рекрутинга зачастую также используют подобный метод воздействия на клиента, ведя свой канал в крупном видеохостинге «YouTube» или дополняя подобными роликами свои странички в социальных сетях.

Любой крупный и известный работодатель для привлечения целевой аудитории использует в своей маркетинговой деятельности такой инструмент, как «Event-маркетинг». Элементами данного метода продвижения являются разного рода презентации, мастер-классы, пресс-конференции и выставки, к которым относятся, например, дни карьеры, фестивали, хакатоны и так далее.

Рассмотренные выше инструменты продвижения такого товара, как «рабочее место» являются лишь частью заимствованных способов из традиционного маркетинга, которые из года в год только укрепляются в сфере управления персоналом.

Брендинг – представляет собой маркетинговую деятельность, направленную на продвижение бренда компании, ее товарного знака. Соответственно HR-брендинг – это реализация мероприятий по формированию лица работодателя на рынке труда. Применение данного инструмента в области управления персоналом началось относительно недавно и пока что для большинства компаний является чем-то неизведанным, но крупные предприятия страны и нашего региона уже начали работать с ним.

HR-бренд – это образ компании, возникающий в сознании будущих сотрудников предприятия при его упоминании. Этот образ напрямую зависит от отношения к своему работодателю уже действующих сотрудников и той деятельности, которую осуществляют представители маркетинговой службы на внешних линиях.

Контент-маркетинг – это скорее инструмент внутреннего маркетинга, применяемый при работе с персоналом организации. Крупные компании практикуют формирование отдельных служб, занимающихся поддержанием уровня коммуникации с сотрудниками. Специалисты разрабатывают интересный, важный и полезный контент для работников, который помогает держать их в курсе последних изменений, происходящих в компании. Они создают информационную среду, в которой сотрудники живут изо дня в день в процессе производства.

Немаловажным инструментом, который применяется в маркетинге персонала, является аналитика данных. HR-аналитика позволяет измерять ряд таких метрик как: текучесть кадров, динамика персонала, источники притока кадров, факт и прогноз фонда оплаты труда, время, которое затрачивается на закрытие вакансии, портрет среднестатистического сотрудника предприятия, количество и процент обученного персонала, вовлеченность и удовлетворенность сотрудников, стоимость подбора персонала. На основании полученных значений специа-

листы могут делать определенные выводы о качестве работы с персоналом, сравнивать метрики с конкурентами и разрабатывать мероприятия по совершенствованию кадровой политики.

Такой инструмент, как автоматизация, в свою очередь, облегчает работу HR-специалистов по сбору необходимых данных, их хранению и сопоставлению. Различные информационные сервисы позволяют визуализировать результат, сравнить его с прошедшими отчетными периодами, выстроить динамику и тренды, сделать прогнозы и принять правильные решения.

Рынок труда не отстает от тенденции развития экономики в целом. С каждым годом крупные компании ставят для себя все более амбициозные цели и для достижения этих целей им необходима сплоченная команда, готовая плодотворно работать на благо своей организации. Подбор и рациональное использование такого ресурса в компании, как кадры, требуют внедрения в сферу HR-менеджмента современных маркетинговых методов и технологий.

Рассмотренные выше инструменты являются лишь частью маркетингового пространства. Профессиональный маркетолог с умением может найти применение любому маркетинговому инструменту в своей сфере деятельности, заимствованному из традиционного маркетинга.

### **Список используемых источников**

1. Карпова, С.В. Брендинг / С.В. Карпова. – М.: Кно Рус, 2012. – 224 с.
2. Лобанова, Т.Н. Банки: организация и персонал. Современная концепция управления. Специализированный обучающий кейс-курс / Т.Н. Лобанова. – М.: БДЦ-пресс, 2014. – 108 с.
3. Мельников, Илья Кадровик: разработка концепции маркетинга персонала / Илья Мельников. – М.: СИНТЕГ, 2020. – 443 с.
4. Дейнека А.В. Управление персоналом организации / А.В. Дейнека. – М.: Дашков и К, 2014. – 288 с. – ISBN 978-5-394-02375-0. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023750.html> (дата обращения: 01.08.2020).
5. Пономарева Т.Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.Н. Пономарева, Н.В. Дубино, М.С. Старикова. – Электрон. текстовые данные. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2017. – 153 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/80420.html>. – ЭБС «IPRbooks»

**Рандрианасулу Аривелу Феланиаина**

магистрант

[felaniaina.randrianasolo@yahoo.com](mailto:felaniaina.randrianasolo@yahoo.com)

ФГБОУ ВО «ТГТУ»

**Н. И. Саталкина**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «ТГТУ»

г. Тамбов, Россия

## **АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ**

*Аннотация.* В данной статье проведен анализ удовлетворенности клиентов.

*Ключевые слова:* конкуренция, клиенты, удовлетворенность, запрос.

В условиях все более динамичной и конкурентной среды компании стремятся не только улучшить свои отношения со своими партнерами, но и укрепить связи, объединяющие их с клиентами. С момента появления маркетинговой оптики последняя была ключевой целью успеха бизнеса. Действительно, маркетинг – это процесс гармонизации между целями и ресурсами компании и потребностями ее среды, чтобы лучше удовлетворить клиентов. На самом деле удовлетворенность клиентов является центральной концепцией в науке управления, особенно в маркетинге отношений. Исследование этой концепции является относительно недавним: именно в 1960-х годах, с появлением новой парадигмы управления, концепция удовлетворенности клиентов стала важной для бизнеса, потому что главный оценщик качества или ценности «услуга/продукт – это сам клиент.

Таким образом, компания гарантирует, что то, что она предлагает, будет принято. Таким образом, высокая степень удовлетворенности связана с увеличением уровня удержания клиентов, увеличением прибыльности и улучшением конкурентоспособности. И, наконец, увеличение доли рынка. Таким образом, удовлетворенный клиент является основой развития рынка. Действительно, продажи компании всегда зависят от двух групп: новых клиентов и постоянных клиентов. Удовлетворенность потребителя – это в основном суждение, оценка, которая объединяет, с одной стороны, воспринимаемое качество, а с другой стороны, предыдущие ожидания, опыт, превышающий или равный ожиданиям, создает чувство удовлетворения, тогда как опыт ниже ожиданий вызывает неудовлетворенность. В прошлом мы часто склонялись к тому, что клиент был приобретен навсегда, потому что у него не было другого выбора, сегодня для многих компаний и многих рынков стоимость приобретения Новые клиенты высоки. Многие рынки уже переполнены избыточным предложением, и очень сложно найти

новых клиентов. Кроме того, компании обращаются к своим приобретенным клиентам и размышляют о заинтересованности в сохранении и развитии своего оборота с этими клиентами уже.

С этой целью компании измеряют удовлетворенность клиентов, используя модели и теории, разработанные для оценки восприятия клиентов. Последние судят об удовлетворенности не только тем, как продукт или услуга влияет на них лично, но и исходя из целей компании в целом. Таким образом, сервисная компания, которая стремится завоевать рынок и удовлетворять потребности клиентов, должна заботиться о качестве, потому что качество сегодня стало основополагающим принципом и обязательным условием выживания, а также удовлетворенности клиентов, особенно в сфере услуг становится недоступным инструментом для компаний, которые реализуют все человеческие и материальные средства для достижения своих целей, а именно, сокращение разрыва между ожиданиями и восприятием клиентов, потому что для удовлетворения клиента необходимо измерить и оценить разницу между ожидаемым качеством и воспринимаемым качеством, между тем, что клиент ожидает от услуги, и тем, что компания предлагает ему, последнее, прежде всего, основано на прислушивании к потребностям клиента, который сейчас в центре его забот.

### **1. Общая информация об удовлетворенности клиентов**

Удовлетворение потребностей клиентов лежит в основе проблем каждой компании сегодня. Именно с этой точки зрения мы подойдем к удовлетворению и этим различным ключевым концепциям. Пытаясь представить, что такое удовлетворенность потребителя, его характеристики, его размеры и, наконец, мера удовлетворенности потребителя.

#### **1.1. Определение удовлетворенности**

Согласно KOTLER<sup>1</sup>: «удовлетворение – это суждение потребителя в отношении потребления или опыта использования, полученное в результате сравнения его ожиданий в отношении продукта и его предполагаемой производительности».

LINDON<sup>2</sup>, со своей стороны, определяет: «удовлетворение можно понимать в маркетинге как чувство удовольствия или неудовольствия, которое возникает в результате сравнения предыдущих ожиданий и опыта потребления».

Наконец, для ИВ ЛЕГОЛЬВАН<sup>3</sup>, «удовлетворение потребностей клиентов является самой целью маркетингового процесса, оно выражает степень удовлетворенности, обеспечиваемую ответом на желание».

---

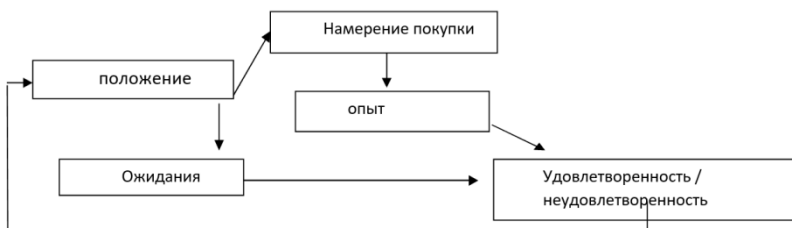
<sup>1</sup> KOTLER(P) et DUBOIS(B), «marketing management», Paris, 2000, P. 68.

<sup>2</sup> LENDREVIE(J), LEVY(J), Mercator, paris, 2003, p. 911.

<sup>3</sup> LEGOLVAN(Y). «Stratégie, segmentation, marketing-mixetpolitiquedel'offre», 7 emeédition, paris, 1995.

Таким образом, мы можем сказать, что удовлетворение – это суждение, эволюция, которая объединяет, с одной стороны, воспринимаемое качество, а с другой стороны, предыдущие ожидания данного покупателя. Опыт обслуживания, превышающий или равный ожиданиям, создает чувство удовлетворения, в то время как опыт, меньший ожиданий, вызывает неудовлетворенность, и мы можем черпать вдохновение из модели удовлетворенности Оливера, чтобы правильно понять удовлетворение.

На следующем рисунке представлена модель удовлетворенности по Oliver (1993).



**Рис. 1. Модель удовлетворения**

Источник: KOTLER-Keller-dubois –manceau- Управление маркетингом, 13 издание, Pearson Education, Париж, стр. 169.

На этом рисунке показано, что, когда ожидания совпадают с отношением, мы отмечаем намерение приобрести, это приводит к суждению об удовлетворенности и неудовлетворенности, которое объединяет, с одной стороны, воспринимаемое качество, а с другой стороны, предыдущие ожидания. Опыт, превышающий или равный ожиданиям, создает чувство удовлетворения, в то время как опыт ниже ожиданий приводит к неудовлетворенности. Несколько авторов интересуются характеристиками концепции удовлетворенности.

### **1.2. Характеристики удовлетворения**

Режим оценки, который клиент видит по отношению к услуге, основан на наборе критериев: субъективность, относительность и масштабируемость.

1.2.1. Удовлетворенность субъективна: удовлетворенность клиентов зависит от их восприятия услуг, а не от оценочной реальности, связанной с опытом, возникающим в результате когнитивных процессов, и интеграции эмоциональных элементов.

1.2.2. Удовлетворение развивается: удовлетворение развивается с течением времени в соответствии с ожиданиями и стандартами, а так-

же жизненным циклом использования продукта / услуги. Как мы уже видели, клиенты определяют свои ожидания на основе текущего статуса предложений. Тем не менее, поскольку закон о конкуренции поощряет поставщиков увеличивать свои относительные показатели, чтобы быть предпочтительными, это неизбежно меняет средний уровень предложений и, следовательно, эталонные стандарты.

1.2.3. Удовлетворенность относительна: поскольку восприятие покупателя субъективно, удовлетворенность также варьируется в зависимости от опыта, прожитого потребителем, является основой для справки перед покупкой. С маркетинговой точки зрения важно не быть лучше, а максимально соответствовать ожиданиям клиентов. Эти три важные характеристики участвуют в формировании суждения клиента, который оценивает услугу. Поэтому суждение клиента не основано на абсолютных основаниях, а построено на субъективном, относительном и эволюционном способах. При одинаковом опыте обслуживания уровень удовлетворенности людей неизбежно будет другим.

### **1.3. Размеры удовлетворения**

Размеры удовлетворенности являются характеристиками опыта обслуживания. Действительно, существует множество аспектов удовлетворенности, которые организация, возможно, захочет оценить, мы можем привести наиболее часто встречающиеся в литературе ответы: вежливость; сопереживание; безопасность; стоимость; готовности; конфиденциальность; скорость; доступность сервиса. Однако, по словам (Бартиковски, Брауна и Беллуло), четыре типа измерений удовлетворяют клиента услугами, а именно:

– Размеры неудовлетворенности: если размеры воспринимаются как неадекватные, клиент будет очень недоволен, но любое улучшение, превышающее адекватный порог, не окажет влияния. Измерения удовлетворенности: отсутствие измерения мало влияет на удовлетворенность, но его наличие оказывает большое положительное влияние.

– Критические измерения: эти измерения являются как измерениями удовлетворенности, так и неудовлетворенности. Их присутствие оказывает сильное положительное влияние на удовлетворение, в то время как их отсутствие оказывает очень отрицательное влияние.

– Линейные размеры: изменение в предоставлении этих размеров будет пропорционально влиять на удовлетворенность потребителя.

### **1.4. Измерение удовлетворенности клиентов**

Измерение удовлетворенности потребителя должно позволять идентифицировать различные элементы, которые вызывают удовлетворение или неудовлетворенность потребителя, а затем расставлять приоритеты по их вкладу в общую удовлетворенность, чтобы определить степень удовлетворенности потребителя услугами или компания



по сравнению с конкурентами или по сравнению с предыдущим периодом, и, наконец, для определения приоритетных областей для улучшения. Внедрение системы измерения удовлетворенности клиентов позволяет компании:

- оценить адекватность своего портфеля услуг потребностям целевых клиентских сегментов;
- постоянно оценивать адаптацию каждой услуги, каждого букета услуг к ожиданиям клиентов;
- оценить ценность изображения, связанного с его предложениями услуг; – позиционировать себя по отношению к конкурирующим предложениям;
- выявлять сбои в его рабочих процессах;
- измерить эффективность предпринятых мер по обеспечению качества.

Таким образом, каждая компания должна обеспечить измерение удовлетворенности потребителя, есть несколько способов сделать это. В следующем заголовке мы попытаемся представить методы, часто используемые для оценки степени удовлетворенности.

#### 1.4.1. Методы измерения удовлетворенности:

Компания всегда должна оставаться внимательной к своему рынку и тщательно отслеживать эволюцию потребностей и ожиданий своих клиентов, чтобы наилучшим образом удовлетворить их, в этой части мы представим основные доступные методы измерения удовлетворенности, а именно:

Ящики для предложений Компания, ориентированная на клиента, должна предложить ей свои предложения для критиков, это касается отелей и ресторанов, которые, следовательно, ведут реестры, в которых могут быть сделаны комментарии и замечания. Известные как «тетрадь обид», больницы и клиники на их стороне сдают то, что называется «книга приветствия», и иногда просят одного из сотрудников быть представителем больных. С другой стороны, есть компании, которые не стесняются предоставлять клиентам бесплатный номер для облегчения договора с ними.

Обследования удовлетворенности. Первый метод измерения удовлетворенности недостаточен, его необходимо проводить с помощью других средств, таких как периодические опросы, или вопросник предназначен для репрезентативной выборки клиентов, которым Респондентам предлагается высказать свое мнение о компании и о конкурентах, а также спросить их об уровне их удовлетворенности.

Тайный (призрачный) клиент. Это техника, которая включает в себя призыв человека сыграть роль клиента, и его просят отметить все

положительные или отрицательные впечатления. d-Анализ потерянных клиентов. Этот момент очень важен, потому что большинство недовольных клиентов не выражают свое мнение, они просто меняют марку или продукт без понимания компанией причин, в данном случае Компания должна: Понимать логику покупки клиентов, которые ее покинули; Объясните определяющие элементы их отправления; И расставлять приоритеты и осуществлять корректирующие действия. Чтобы измерить удовлетворение, компания должна выполнить определенные шаги.

1.4.2. Шаги для реализации меры удовлетворенности. Чтобы измерить удовлетворенность клиентов услугами, предлагаемыми компанией, процесс можно разбить на несколько этапов. Шаги следующие:

Шаг (1): Выявление определяющих факторов удовлетворенности. Эта роль играет роль знания критериев удовлетворенности и неудовлетворенности потребителей посредством качественных исследований (очные или групповые интервью). Это помогает определить критерии суждения и показатели, которые они используют.

Шаг (2): анализ критериев удовлетворенности и неудовлетворенности. Здесь мы должны измерить важность каждого критерия и определить приоритеты клиента. Качественные исследования и использовать различные возможные методы, такие как совместный анализ (или компромисс), чтобы расставить приоритеты критериев (взвешивания) и, возможно, сегментации клиентов по типу ожидания.

Шаг (3): Построение и настройка барометра. Это исследование удовлетворенности, проводимое регулярно для репрезентативной выборки клиентов, которое фокусируется на конкретных аспектах их опыта работы с продуктом. Цель барометра – сравнить результаты одного периода с другим. Исследование должно проводиться по почте, телефону, интернету или лично.

Шаг (4): Сравнение с конкурентами. В лучших исследованиях удовлетворенности мы стараемся определить эффективность компании по сравнению с конкурентами. Когда клиенты не являются эксклюзивными, им будет предложено указать свое удовлетворение клиентов конкурентов.

1.4.3. Индикаторы для оценки удовлетворенности клиентов. Существует несколько индикаторов, однако, два основных индикатора:

Жалобы: обращение с жалобами, при правильном соблюдении, может быть индикатором удовлетворенности клиентов: высокий уровень жалоб является признаком низкого качества, который требует исправления. Измерение удовлетворенности клиентов путем отслеживания жалоб и, тем не менее, очень несовершенных, поскольку многие

недовольные клиенты не выступают, и почти мониторинг жалоб не дает представления об удовлетворенности всех клиентов.

Степень дезертирства клиентов: мера дезертирства клиентов также является полезным показателем неудовлетворенности: высокий уровень отсева является признаком проблемы с удовлетворенностью клиентов. Этот показатель особенно отслеживается в политике лояльности. Тем не менее, показатель истощения является симптомом и не указывает на причину трудностей. Поэтому существует необходимость в четких опросах клиентов, чтобы измерить и оценить их удовлетворенность. Удовлетворение потребностей клиентов является смыслом существования компании, и для этого последний должен взять на себя обязательство повысить удовлетворенность этих клиентов, основываясь на определенных рекомендациях.

### **1.5. Предпосылки повышения удовлетворенности клиентов**

Процесс направления, необходимый для повышения удовлетворенности клиентов; это так

Прислушивание: слушание клиентов основано на информационной системе хорошего качества обслуживания, которая позволяет им выслушивать жалобы, исследования после покупки, групповые интервью, тайные покупатели, исследования общей удовлетворенности.

Надежность: надежность – это центральное ядро и первое ожидание клиентов в отношении услуги, это достигается путем установления стандартов, информации, измерения количества и типов сбоев.

Ответ на основные ожидания: базовые ожидания клиентов должны быть удовлетворены, а компании должны постоянно обеспечивать базовую услугу, а также хорошую обработку жалоб путем разработки хорошей системы для решения проблем, в частности, путем хорошего обучения персонала.

Превышение ожиданий клиента: надежность сервиса снижает причины недовольства. Чтобы удовлетворить и удержать клиентов, компания должна превысить приемлемый уровень ожидания, чтобы приблизить его к желаемому уровню ожидания.

### **2.1. Когнитивный и аффективный процесс**

Удовлетворение потребностей клиентов – это процесс, который связан с несколькими факторами и объединяет как когнитивные, так и аффективные процессы. Когнитивный процесс был введен Оливером (1980) и известен как модель дезинфекции ожиданий. Согласно этой модели, удовлетворенность является результатом сравнения между воспринимаемой эффективностью и ожиданиями. Вопреки этому когнитивному подходу, который доминировал в исследованиях удовлетворенности до конца 1980-х годов, многие недавние исследования

свидетельствуют о влиянии аффективных реакций (положительных эмоциональных реакций и отрицательных эмоциональных реакций) на удовлетворение. Удовлетворение по когнитивной модели представлено через:

Модель опровержения ожиданий. Согласно Оливеру (1980), удовлетворенность является функцией предыдущих ожиданий (Olshavsky and Miller, 1972) и разрыва между этими ожиданиями и производительностью продукта или услуги (Cardozo, 1965). Таким образом, он формируется в соответствии с теорией уровня адаптации Нельсона (1959), согласно которой индивид воспринимает стимул только в том случае, если он сравнивает его с ранее существовавшим стандартом. Эта модель, предложенная Оливером (1980), постулирует, что удовлетворение является результатом сравнения между предыдущими ожиданиями и воспринимаемой эффективностью продукта (или услуги). Следовательно, он имеет три основные конструкции: предыдущие ожидания потребителя в отношении продукта (или услуги); оценка эффективности продукта (или услуги) в процессе потребления, недоказание (положительное, отрицательное или нейтральное), полученное в результате сравнения между результатами и ожиданиями. Таким образом, согласно этой модели, благоприятное суждение (удовлетворение) или неблагоприятное суждение (неудовлетворенность) является результатом процесса оценки, посредством которого потребитель сравнивает фактические показатели продукта или услуги после потребления с ожидаемыми им результатами, было до потребления. Когда воспринимаемая эффективность ниже ожидаемых, это приводит к неудовлетворенности, а когда выше ожидаемых, это приводит к удовлетворению. Наконец, когда воспринимаемая производительность равна ожиданиям, она возникает из-за безразличия. В нескольких исследованиях изучалась эта взаимосвязь между непроверением ожиданий и удовлетворением. Они показывают положительную линейную связь между двумя переменными (Bearden и Teel, 1983; Oliver, 1980; Oliver and Linda, 1981). Уровень удовлетворенности (неудовлетворенности) возрастает с величиной подтверждения (подтверждения) ожиданий.

Атрибуция: теория атрибуции была первоначально введена для объяснения поведения жалобы (Folkes, 1984; Richins, 1983; Valle and Krishnan, 1978). Эта теория предполагает, что неспособность продукта удовлетворить ожидания потребителей должна побудить их искать причины. Эти причины могут быть временными или стабильными (приписывание стабильности), внутренними или внешними (приписывание места причинности), добровольными или непроизвольными (приписывание контроля). Применение теории атрибуции было расширено. Таким образом, атрибуция была введена как прямая предше-

ствующая удовлетворенность или неудовлетворенность (Folkes, 1984). Фолкс сообщает, что потребители больше недовольны, когда причина сбоя приписывается поставщику (внешняя причина). Битнер (1990) разрабатывает модель, которая предполагает, что атрибуты контроля и стабильности вмешиваются в качестве промежуточных переменных между непроверением ожиданий и удовлетворением. Эмпирическое исследование Битнера подтверждает, что присвоение контроля и присвоение стабильности оказывают негативное и существенное влияние на удовлетворение. Когда потребители думают, что поставщик контролирует причины плохого обслуживания, они еще менее удовлетворены. Поэтому, когда клиенты считают, что причины плохого обслуживания стабильны, они еще менее удовлетворены. Атрибуция также была введена в качестве предшествующей для эмоциональных реакций, которые сами по себе считаются определяющими факторами удовлетворения (Oliver, 1993). В качестве примера Оливер выделяет три типа атрибуции: внешнюю атрибуцию, внутреннюю атрибуцию и ситуативную атрибуцию, которые он считает предшествующими формированию негативных эмоциональных реакций.

## **2.2. Качество обслуживания как фактор удовлетворенности**

Улучшение качества стало главным приоритетом для повышения удовлетворенности клиентов. Должно быть соответствие между качеством и потребностями потребителей, в противном случае мы увеличиваем риск неудовлетворенности. В этом разделе мы представим некоторые определения качества обслуживания и различные критерии, которые позволяют потребителям оценить качество предлагаемых услуг.

### **2.2.1. Общая информация о качестве услуг**

Чтобы лучше понять концепцию качества услуг в сфере услуг, необходимо пройти определение концепции, чтобы выявить ее особенности и различные аспекты.

a – Определение качества услуг Качество услуги не может быть определено априори из идеальной модели, которая должна быть достигнута, но скорее может рассматриваться как «сложный результат удержания внутри и между тремя основными»

– Клиент, который стремится наилучшим образом удовлетворить все свои потребности, но имеет ограниченные средства,

– Поставщик, который должен оптимизировать свое предложение в соответствии со своими возможностями (техническими, финансовыми ...) и целями прибыльности,

b – Конкуренция, которая представляет собой альтернативу выбора поставщика услуг клиентом или, по крайней мере, эталон для оценки его услуг.

2.2.2. Измерения качества обслуживания: нематериальный характер обслуживания требует четкого подхода к определению и измерению качества, который трудно оценить, учитывая, что клиенты участвуют в измерении производства услуги; ZEITHAMIL, BERRY и PARASURAMAN определили десять параметров, используемых потребителем для оценки качества обслуживания: – Достоверность: быть заслуживающим доверия и честным; – Безопасность: защитить клиента от всех видов опасностей, рисков и сомнений; – Доступность: легкий доступ и легкий контакт; – общение: выслушивание клиентов и регулярное информирование клиентов; – Понимание клиента: усилия компании узнать клиентов и их потребности; – материальность: внешний вид помещений, оборудования, персонала и документов; – Надежность: способность выполнять обещанную услугу безопасным и точным способом; – Отзывчивость: способность компании предоставлять заказчику услугу в установленные сроки; – Навыки: владение и овладение знаниями, необходимыми для оказания услуг.

На самом деле удовлетворение потребностей клиентов является залогом успеха бизнеса. Это необходимо для его развития, и поэтому каждый участник должен быть полностью вовлечен в свою миссию. Удовлетворенность клиентов может быть определена несколькими детерминантами, как мы уже упоминали, она определяется когнитивным и эмоциональным процессом, а также определяется более важным элементом для каждой сервисной компании, которым является качество обслуживания.

### **Список используемых источников**

1. CABY(F) и JAMBART(C). Качество услуг. – 2-е изд. ECONOMICA, Франция, 2002.
2. CALLOT(P). Маркетинг услуг: построение на неопределенности будущего, управление рынком. 2002 г.
3. DEBOUGRG(M), CLAVELIN(J) и PERRIER(O). Маркетинговая практика. – 2-е изд. – BERTI, 2004.
4. DUBOIS(B) и COLL. Управление маркетингом. – 12-е изд. – Pearson EGLIER Pierre. «Стратегия маркетинга и обслуживания», коллекция управления, Франция, 2004.
5. FILIATRAULT Pierre. Как составить стратегический маркетинговый план, трансконтинентальные издания, 2011.
6. KOTLER. P, DUBOIS. B и MANCEAU. D. Управление маркетингом. – 11-е изд. – Pearson Education France, Paris, 2003.
7. LADHARI (R). // Журнал «Удовлетворенность потребителей, его детерминанты» университета de Moncton, 2005.
8. URL: <https://nafi.ru/method/sindikaty-nps-csi/>
9. URL: <http://profpoint.ru/blog/udovletvorennost-klientov-kak-izmerit/>

**А. Б. Ратькова**  
канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «КГУ»  
Ratkova.a@yandex.ru  
г. Кострома, Россия

## **ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация.* Рассматривается проблема финансовой устойчивости в системе экономической безопасности предприятия. Отмечается, что совокупность звеньев, способствующих обеспечению экономической безопасности следует рассматривать как системоорганизованную совокупность. Обращается внимание на различие понятий экономической и финансовой устойчивости. Отмечается, что обеспечение экономической безопасности во многом зависит от высокой степени организации бухгалтерского учета, анализа и аудита. Подчеркивается, что своевременное и точное определение уровня финансовой устойчивости позволит снизить вероятность банкротства предприятия.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность, финансовое состояние, финансовая устойчивость, методы, абсолютные показатели, относительные показатели.

Экономическая безопасность – это состояние предприятия, при котором, оно может нормально функционировать для достижения своих стратегических целей, при существующих внешних условиях и их изменениях в определенных пределах [4]. Не останавливаясь на необходимости укрепления партнерских отношений между государством и бизнесом, отметим, что эффективные экономические отношения между государством и бизнесом являются одним из важнейших условий обеспечения экономической безопасности [2, 3].

Обеспечение экономической безопасности предприятия предполагает наличие специальных институтов, применяемых инструментов и методов. Эти звенья обеспечения экономической безопасности предприятия, с нашей точки зрения, следует рассматривать как системоорганизованную совокупность. В основе ее лежит цель, задачи, объект, субъект, а также составляющие системы обеспечения экономической безопасности. Характер составляющих системы обеспечения экономической безопасности дает возможность определить ее как масштабную сферу функционирования по обеспечению комплексной защищенности предприятия от внутренних и внешних угроз. Важной составляющей (подсистемой) обеспечения экономической безопасности является финансовая безопасность. Она рассматривает и регулирует финансовую устойчивость, платежеспособность, финансовую независимость

предприятия. Определяя место и роль финансовой устойчивости в системе обеспечения экономической безопасности необходимо различать понятия экономической устойчивости и финансовой. Если экономическая устойчивость – комплексное понятие, то финансовая устойчивость – составляющая этого комплексного понятия. Финансовая устойчивость является важнейшим условием обеспечения устойчивости экономической. В контексте сказанного отметим финансовую устойчивость как один из важнейших показателей экономической безопасности.

Обеспечение экономической безопасности во многом зависит от высокой степени организации бухгалтерского учета, анализа и аудита. Грамотно составленная годовая бухгалтерская отчетность – основной источник информации при аудите финансового состояния предприятия, составной частью которого выступает финансовая устойчивость. Одним из критериев предварительной оценки целесообразности вложения средств в предприятие является уровень финансовой устойчивости. В этой связи важно точное и своевременное его определение. Это во многом позволит снизить вероятность банкротства предприятия или предотвратит его фактические риски [1]. Стабильное превышение доходов над расходами, обеспечение свободного маневрирования денежными средствами предприятия, бесперебойного процесса производства и реализации продукции путем эффективного использования денежных средств – отражает финансовую устойчивость предприятия. Аудит финансового состояния предприятия, в том числе финансовой устойчивости, предполагает поэтапность. Отметим основные этапы аудита:

1. Ставится цель и задачи.
2. Выбираются методики и инструменты. Следует обратить внимание на различие в подходах к пониманию сущности категории «финансовая устойчивость». С этим связано различие методов оценки финансовой устойчивости предприятия. Различают традиционный и комплексный подходы. Представители традиционного подхода рассматривают, в каком соотношении в данный момент времени находится собственный капитал предприятия и заемный. Представители комплексного подхода понимают финансовую устойчивость как конечный результат финансово-экономической деятельности предприятия. Обращают внимание на многообразие внутренних и внешних факторов, влияющих на функционирование предприятия. Различие подходов определило и различие методик оценки финансовой устойчивости. Использование той или иной методики предполагает необходимость учитывать индивидуальные особенности предприятия: его организационно-



правовую форму, отраслевую принадлежность. Важно учитывать множество факторов необходимых для интерпретации результатов, полученных при анализе финансового состояния и финансовой устойчивости предприятия.

3. Собирается информация (аудиторские доказательства).
4. Рассчитываются абсолютные и относительные показатели.
5. Определяется тип финансовой устойчивости.
6. Разрабатываются мероприятия повышения финансовой устойчивости.

После постановки цели, задач, выбора методики и инструментов аудит целесообразно начать с анализа структуры имущества и источников его формирования. Наличие активов, по составу и объемам, отвечающим задачам перспективного развития, а также надежных (обладающих достаточным запасом прочности) источников их формирования является условием финансовой устойчивости предприятия. Финансовую устойчивость предприятия можно характеризовать как высокую, если собственный капитал значительно превышает внеоборотные активы. В этих условиях предприятие, во-первых, имеет собственные оборотные средства, во-вторых, внеоборотные активы полностью обеспечены источниками (устойчивыми) финансирования. При аудите финансовой устойчивости необходим анализ ее показателей (абсолютных и относительных). Среди абсолютных отметим показатели обеспеченности запасов и источников их формирования: обеспеченность собственными оборотными средствами (СОС); наличие собственных и долгосрочных источников формирования запасов и затрат (СДИ); общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ОИФЗ). Эти показатели позволяют установить тип финансовой устойчивости. Отметим следующие типы финансовой устойчивости: 1. Абсолютная (СОС, СДИ, ОИФЗ больше нуля); 2. Нормальная (СОС меньше нуля, СДС, ОИФЗ больше нуля); 3. Неустойчивая ситуация (СОС, СДИ меньше нуля, ОИФЗ больше нуля); 4. Предкризисная ситуация (СОС, СДИ, ОИФЗ больше нуля).

Анализ относительных показателей финансовой устойчивости является основой коэффициентного метода. Относительные показатели позволяют дать оценку финансово-экономического состояния предприятия с точки зрения структуры источников формирования имущества. Позволяют охарактеризовать финансовую устойчивость с позиции расходов, связанных с обслуживанием внешних источников финансирования, оценить состояние оборотных средств. Коэффициентный метод является наиболее распространенным при оценке финансовой устойчивости предприятия. Данный метод лежит в основе боль-

шинства методик оценки финансовой устойчивости предпринимательских структур. При этом разными авторами предлагается разный набор коэффициентов.

Альтернативным коэффициентному методу может быть бальный метод. Он также основан на анализе финансовых коэффициентов. Кроме того, он позволяет определить класс финансовой устойчивости, характеризующий ее уровень и финансовое состояние предприятия в целом.

Для первого класса финансовой устойчивости предприятия (100-94 балла) характерно: 1. Отличное финансовое состояние; 2. Абсолютная финансовая устойчивость и платежеспособность; 3. Практически отсутствие риска взаимоотношений партнеров с данной организацией.

Для второго класса (93-65 балла) – 1. Хорошее финансовое состояние; 2. Финансовые показатели в большинстве своем близки к оптимальному значению; 3. Увеличение доли заемных средств в структуре капитала; 4. Рост более высокими темпами кредиторской задолженности по сравнению с дебиторской; 5. Взаимоотношения партнеров с данной организацией имеют незначительный уровень риска.

Для третьего класса (64-52 балла) – 1. Удовлетворительное финансовое состояние; 2. Проблемы с платежеспособностью, финансовой устойчивостью, поскольку предприятие имеет значительную долю заемных средств. 3. Взаимоотношения партнеров с данной организацией имеют незначительный уровень риска.

Для четвертого класса (51-21 балла) – 1. Высокая вероятность банкротства; 2. Низкая платежеспособность; 3. Неудовлетворительная структура капитала; 4. Отсутствие возможности привлечения стабилизационного кредита, 5. Минимальная (или отсутствие) прибыль, 6. Высокий риск взаимоотношений партнеров с данным предприятием.

Для пятого класса (20-0 баллов) – 1. Неудовлетворительное финансовое состояние (может быть признано банкротом); 2. Неплатежеспособность и убыточность, 3. Нецелесообразность взаимоотношений партнеров с данным предприятием.

В заключение отметим: финансовая устойчивость является одним из важнейших показателей экономической безопасности предприятия. Точное и своевременное определение уровня финансовой устойчивости позволит снизить вероятность банкротства предприятия, предусмотреть и по возможности предотвратить его риски. В этой связи следует обратить внимание на важность высокой степени организации бухгалтерского учета, анализа и аудита.

### Список используемых источников

1. Постановление Правительства РФ от 29.05.2004 № 257 (ред. от 21.07.2017) «Об обеспечении интересов Российской Федерации как кредитора в деле о банкротстве и о процедурах, применяемых в деле о банкротстве» (вместе с «Положением о порядке предъявления требований по обязательствам перед Российской Федерацией в деле о банкротстве и о процедурах, применяемых в деле о банкротстве») // СПС Консультант ПЛЮС: Законодательство – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_47869/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_47869/) (дата обращения: 29.04.2019).
2. Ратькова А.Б. Трансформация функций государства в экономическом партнерстве с бизнесом / А.Б. Ратькова // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – Т. 18, № 6. – С. 194 – 196.
3. Ратькова А.Б. Партнерские экономические отношения государства и бизнеса: противоречия и перспективы / А.Б. Ратькова // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – № 3. – С. 180 – 182.
4. Российская Федерация. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ: [принят Государственной Думой 27 сентября 2002 г.; одобрен Советом Федерации 16 октября 2002 г.] – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_39331/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/) (дата обращения: 29.09.2019).

**Н. И. Саталкина**

канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»

**В. А. Ефремова**

студентка 3-го курса  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

### ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

*Аннотация.* В статье рассмотрены особенности диагностики экономической безопасности предприятия энергетического комплекса. Особое внимание уделено оценке влияния цифровых технологий на величину добавленной стоимости предприятия, являющейся источником капитализации бизнеса.

*Ключевые слова:* критерии экономической безопасности; динамика активов, собственного капитала; показатели рентабельности; финансовая устойчивость, цифровые инструменты; финансовая стабилизация.

Создание условий для экономической безопасности предприятия в настоящее время является его приоритетной задачей, и решение которой включает не только устранение угроз появления кризисных явлений, но и поддержание устойчивого и стабильного развития предприятия.

Экономическая безопасность предприятия – это состояние его защищенности от отрицательного влияния внутренних и внешних факторов, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается осуществление коммерческих интересов и целей уставной деятельности. Экономическую безопасность предприятия оценивают посредством следующих критериев:

Первый критерий – организационный, предполагается обеспечение организационной целостности, нормальное функционирование всех подразделений предприятия.

Второй критерий – правовой – должен обеспечивать соответствие действующему законодательству деятельности организации, осуществляется посредством юридической экспертизы всех сделок и операций.

Третий критерий – информационный, безопасность оценивается как сохранение защищенности конфиденциальной информации предприятия от разглашения или утечки.

Четвертый критерий – экономический, проявляется в растущих или устойчивых основных показателях деятельности предприятия (рентабельность, собственный капитал, прибыль). В этих показателях отражены общие результаты обеспечения безопасности, в том числе по остальным критериям [1].



**Рис. 1. Динамика активов и собственных источников финансирования ПАО «ТЭСК» за 2017 – 2019 гг. (суммы – в тыс. руб.)**

ПАО «Тамбовская энергосбытовая компания», на базе которого проведено исследование, было образовано путем выделения в ходе реформирования «Тамбовэнерго» 11 января 2005 года.

Как видим из представленной диаграммы, активы предприятия выросли за анализируемый период на 283,106 тыс. руб. Увеличился и собственный капитал – на 27,756 тыс. руб.



**Рис. 2. Динамика реализации услуг ПАО «ТЭСК» за 2015 – 2019 гг. (суммы – в тыс. руб.)**

Как видим, предприятие имеет положительную динамику объемов продаж. Это, при прочих равных условиях, является позитивным фактором увеличения прибыли предприятия, укрепления его финансового состояния и обеспечения экономической безопасности.

При оценке уровня экономической безопасности предприятия показатели прибыли можно назвать наиболее важными показателями.

### **1. Показатели рентабельности ПАО «ТЭСК» за 2018–2019 гг. [2]**

Показатель	2018 г.	2019 г.	Изменение за год (+, –)
1. Выручка от реализации, тыс. руб.	6 239 547	6 692 579	453 032
2. Прибыль от продаж, тыс. руб.	86 267	177 898	91 631
3. Чистая прибыль, тыс. руб.	6 772	20 984	14 212

Продолжение табл. 1

Показатель	2018 г.	2019 г.	Изменение за год (+, -)
4. Рентабельность собственного капитала, %	3,45	9,66	6,21
5. Рентабельность перманентного капитала, %	3,43	9,61	6,18
6. Рентабельность авансированного капитала, %	0,79	1,92	1,13
7. Рентабельность продаж, %	1,38	2,66	1,28
8. Рентабельность основной деятельности, %	-1,44	-2,86	-1,42
9. Рентабельность внеоборотных активов, %	63,79	134,07	70,28

Как видим, по всем показателям доходности, кроме рентабельности основной деятельности, имеется положительная динамика.

Финансовая устойчивость и стабильность деятельности хозяйствующего субъекта – это одна из важнейших характеристик его финансового состояния.

## **2. Показатели финансовой устойчивости ПАО «ТЭСК» за 2017 – 2019 гг. [3]**

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,08	0,08	0,09
Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами	20,5	18,5	22,6
Маневренность собственного капитала	0,28	0,31	0,39
Коэффициент автономии	0,234	0,228	0,199
Коэффициент концентрации заемного капитала	0,766	0,772	0,801
Коэффициент соотношения собственного и заемного капитала	3,27	3,38	4,03

Как видим, коэффициент обеспеченности собственными средствами ниже нормативного значения и в динамике почти не изменился. Этот факт является отрицательным.

Коэффициент маневренности в течение 2017 – 2019 гг. имеет значение ниже нормативного, хотя в динамике он растет из года в год. Данный факт свидетельствует о том, что у предприятия недостаточно собственных средств для финансирования текущей деятельности.

Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными оборотными средствами значительно выше нормативного, а его динамика отличается ростом.

Коэффициент автономии ПАО «ТЭСК» имеет тенденцию к снижению за три анализируемых года, что указывает на уменьшение финансовой независимости. При этом оптимальное значение данного показателя составляет 0,5.

Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала в 2019 г. вырос до 4,03, что говорит о неустойчивости ПАО «ТЭСК», деятельность которого зависит от внешних источников финансирования.

ПАО «ТЭСК» является финансово неустойчивым предприятием и его руководству необходимо улучшать финансовое состояние.

Внедрение цифровых технологий на предприятии с экономической точки зрения выступает инструментом повышения эффективности его экономики на основе методов Индустрии 4.0.

### 3. Оценка изменений в экономике предприятия при использовании цифровых инструментов

Средства реализации цифрового производства	Качественный эффект	Количественный эффект	Влияние на добавленную стоимость
Система оперативного планирования и диспетчирования	Повышение уровня выполнения в срок заявок потребителей э/энергии; сокращение непроизводительных расходов и потерь	Уменьшение технологического цикла; снижение потерь рабочего времени	Увеличение экономической выгоды собственников бизнеса за счет снижения затрат, ускорение оборачиваемости оборотных средств за счет снижения себестоимости и цены на услуги

Средства реализации цифрового производства	Качественный эффект	Количественный эффект	Влияние на добавленную стоимость
Бюджетирование	Формирование системы управленческого учета и отчетности на основе ИТ технологий	Повышение оперативности принимаемых решений и снижение времени на их выполнение	Снижение себестоимости продукта (услуги) за счет внедрения современных методов калькулирования, снижения цены услуги, рост клиентской базы
Цифровое моделирование бизнес-процессов	Рост производительности труда на предприятии; обеспечение эффективности бизнес-процессов	Расширение производственной программы предприятия	Рост прибыли за счет снижения себестоимости оказания услуги



**Рис. 3. Основные этапы финансовой стабилизации предприятия в процессе его вывода из финансового кризиса**



Обеспечение экономической безопасности на предприятии предполагает создание условий стабильного и устойчивого развития его экономики. С этой целью руководство любого хозяйствующего субъекта разрабатывает и внедряет антикризисные программы, включающие в себя диагностику внешних и внутренних угроз развития кризисной ситуации и применение методов финансового оздоровления предприятия.

Каждому этапу финансовой стабилизации организации соответствуют определенные внутренние механизмы (табл. 4).

#### 4. Внутренние механизмы финансовой стабилизации предприятия, соответствующие основным этапам ее осуществления

Этапы финансовой стабилизации	Внутренние механизмы финансовой стабилизации		
	Оперативный	Тактический	Стратегический
Устранение неплатежеспособности	Система мер, основанная на использовании принципа «отсечения лишнего»	–	–
Восстановление финансовой устойчивости	–	Система мер, основанная на использовании принципа «сжатия предприятия»	–
Обеспечение финансового равновесия в длительном периоде	–	–	Система мер, основанная на использовании «модели устойчивого роста»

Антикризисная политика должна быть оформлена в виде соответствующего документа на предприятии, в котором должны быть прописаны долгосрочные и краткосрочные цели и задачи, практические действия и сроки их реализации, определены ответственные за разработку и реализацию мероприятий по финансовому оздоровлению организации.

## Список используемых источников

1. Коноплева И.А. Управление безопасностью и безопасностью бизнеса. – М.: ИНФРА-М, 2013.
2. Бухгалтерская отчетность ПАО «ТЭСК» за 2017 – 2019 гг. Официальный сайт компании. – URL: <https://tesk.su/>.
3. Спиридонов С.П. Мониторинг финансового состояния коммерческой организации. Методические указания. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2016.

**Н. И. Саталкина**

канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»

**Я. О. Иванова**

студентка 3-го курса  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: КЛЮЧЕВЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ И ОЦЕНКА ВНУТРЕННИХ УГРОЗ

*Аннотация.* В статье раскрыты сущность и детерминанты стратегической экономической безопасности и проведен анализ по показателям, составляющими финансовый блок стратегии предприятия.

*Ключевые слова:* стратегическая экономическая безопасность; структура и детерминанты; ликвидность активов; финансовая устойчивость; платежеспособность; интегральная модель оценки.

Современный этап развития экономики характеризуется сокращением темпов ее развития из-за разразившейся пандемии в мире, включая и Россию. Отечественный бизнес оказался в сложных условиях, что характеризуется, с одной стороны, падением платежеспособного спроса населения, а, с другой стороны, увеличением расходов на ведение бизнеса, что подстегивает инфляцию издержек, вызывая в недалеком будущем рост цен.

Новые условия хозяйствования вызывают потребность в пересмотре методов ведения бизнеса и, самое важное, усиление акцента на обеспечение экономической безопасности хозяйствующего субъекта в контексте стратегического развития. Все это в совокупности привело к возрастанию роли инструментов стратегической экономической безопасности, составляющими которой являются стратегический учет и анализ, позволяющие взглянуть на организацию как на единое целое в

будущем, определить ее конкурентные позиции, увидеть потенциальные возможности для расширения присутствия на рынке, объяснить с общесистемных позиций процессы постоянного перераспределения ролей основных участников рынка.

В отличие от экономической безопасности, стратегическая экономическая безопасность, на наш взгляд, направлена на обеспечение в долгосрочном периоде перманентного устойчивого развития предприятия вопреки циклическим законам его функционирования путем внедрения эффективного механизма защиты от реальных и потенциальных угроз, как совокупности взаимосвязанных структурных элементов.

Управление стратегической экономической безопасностью организационно входит в общую систему управления безопасностью предприятия, являясь одной из его функциональных подсистем, обеспечивающих реализацию управленческих решений в долгосрочной перспективе.

Ключевые детерминанты стратегической экономической безопасности представлены в виде факторов угроз.

Среди основных угроз стратегической экономической безопасности предприятия со стороны такого ключевого детерминанта, как финансы, предлагается выделять:

- угрозу потери ликвидности предприятия;
- угрозу утраты финансовой самостоятельности предприятия;
- угрозу снижения эффективности деятельности предприятия, утраты его доходности и способности к самокупаемости и развитию и др. [1].

На примере одного из предприятий Тамбовской области, которое занимается производством и реализацией профессионального грузоподъемного оборудования, нами проведен анализ финансового состояния и оценена вероятность кризисного состояния его экономики.

### 1. Оценка ликвидности баланса ООО «ТамбовТехСнаб» [2]

Нормативные соотношения	На начало 2019 года	На конец 2019 года
$A1 \geq П1$	$2000 < 2670$	$2000 < 2235$
$A2 \geq П2$	$43246 > 300$	$46012 > 702$
$A3 \geq П3$	$413 < 71623$	$413 < 63313$
$A4 \leq П4$	$40536 > 11902$	$29723 > 11898$

Как видим, не соблюдаются нормативные соотношения по трем видам неравенств. Несоблюдение первого неравенства означает, что предприятие испытывает недостаток наиболее ликвидных активов. Второе соотношение выполняется, быстро реализуемые активы больше краткосрочных пассивов. Данное неравенство свидетельствует о том, что быстро реализуемые активы превышают краткосрочные пассивы и организация может быть платежеспособной в недалеком будущем с учетом своевременных расчетов с кредиторами, получения средств от продажи продукции в кредит.

Не выполнение третьего соотношения говорит о нехватке запасов для покрытия долгосрочных обязательств, т.е. организация вряд ли в перспективе может быть платежеспособной, если не увеличит медленно-реализуемые активы.

Не выполнение четвертого соотношения, которое носит балансирующий характер, по сути, предпосылка к возникновению риска несостоятельности предприятия, так как у него отсутствуют собственные оборотные средства для ведения предпринимательской деятельности.

## **2. Динамика показателей финансовой устойчивости ООО «ТамбовТехСнаб» за 2018–2019 гг. (суммы – в тыс. руб.) [3]**

Показатель	Оптимальное значение	На начало года	На конец года	Отклонение (+, -)
1. Внеоборотные активы	–	40 536	29 723	–10 813
2. Оборотные активы	–	45 659	48 425	+2766
3. Валюта баланса	–	86 195	78 148	–8047
4. Собственный капитал	–	11 902	11 898	–4
5. Долгосрочные обязательства	–	71 623	63 313	–8310
6. Заемный капитал	–	74 593	66 250	–8343
7. Запасы (вкл. НДС по приобретенным ценностям)	–	413	413	0
8. Коэф. автономии (п. 4/п. 3)	$\geq 0,5$	0,138	0,152	+0,014
9. Коэф. концентрации заемного капитала (п. 6/п. 3)	$\leq 0,5$	0,865	0,848	–0,017

Показатель	Оптимальное значение	На начало года	На конец года	Отклонение (+, -)
10. Коэф. финансовой устойчивости ((п. 4 + п. 5)/п. 3)	0,8...0,9	0,969	0,962	-0,007
11. Коэф. финансирования (п. 4/п. 6)	$\geq 1$	0,16	0,18	+0,02
12. Коэф. финансовой активности (п. 6/п. 4)	$\leq 1$	6,267	5,568	-0,699
13. Собственный оборотный капитал (п. 4-п. 1)	$\geq 10\%$ от стоимости оборотных активов	(28 634)	(17 825)	+10 809
14. Коэф. маневренности Собственного капитала (п. 13/п. 4)	0,2...0,5	-2,406	-1,498	+0,908
15. Коэф. обеспеченности собственными средствами (п. 13/п. 2)	$\geq 0,1$	-0,627	-0,368	+0,259
16. Коэф. обеспеченности запасов собственными источниками (п. 13/п. 7)	0,6...0,8	-69,332	-43,16	+26,172
17. Индекс постоянного актива (п. 1/п. 4)	$< 1$	3,406	2,498	-0,908

Полученные результаты позволяют увидеть, что предприятие характеризуется высокой зависимостью от внешних источников финансирования, так как доля заемного капитала на начало и конец отчетного года более 84%, а доля собственных источников очень низкая, на начало года около 13% и на конец года около 15%.

Учитывая многообразие показателей финансовой устойчивости, различие в уровне их критических оценок и возникающие в связи с этим сложности в оценке риска банкротства, многие экономисты рекомендуют производить интегральную балльную оценку финансовой устойчивости.

Самым распространенным является сравнение с эталонной организацией, имеющей лучшее значение по всем показателям. В частно-

сти, в работе Л.В. Донцовой и Н.А. Никифоровой предложена следующая система показателей и рейтинговая оценка, выраженная в баллах (табл. 3).

### **3. Интегральная модель оценки финансовой устойчивости по методике Донцовой Л.В. и Никифоровой Н.А.**

Показатель финансового состояния	Рейтинг показателя	Критерий		Условия снижения критерия
		высший	низший	
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	20	0,5 и выше – 20 баллов	Менее 0,1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается 4 балла
2. Коэффициент критической ликвидности	18	1,5 и выше – 18 баллов	Менее 1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 1,5 снимается по 3 балла
3. Коэффициент текущей ликвидности	16,5	2 и выше – 16,5 балла	Менее 1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 2 снимается по 1,5 балла
4. Коэффициент автономии	17	0,5 и выше – 17 баллов	Менее 0,4 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается по 0,8 балла
5. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	15	0,5 и выше – 15 баллов	Менее 0,1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается по 3 балла
6. Коэффициент финансовой устойчивости	13,5	0,8 и выше – 13,5 балла	Менее 0,5 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,8 снимается по 2,5 балла

На начало и конец отчетного года анализируемое предприятие относится к третьему классу (66–37 баллов) – финансовое состояние которого оценивается как среднее. При анализе баланса обнаружилась слаботорговая отдельность финансовых показателей. Платежеспособность находится на границе минимально допустимого уровня, а финансовая устойчивость нормальная. При взаимоотношениях с данной организацией вряд ли существует угроза потери средств, но выполнение обязательств в срок представляется сомнительным.

## Список используемых источников

1. Экономическая безопасность России: Общий курс: учебник / под ред. В.К. Сенчагова. – М.: Дело, 2015. – 896 с.
2. Сайт ООО «ТамбовТехСнаб» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – URL: <https://ts-gruz.ru/>
3. Саталкина Н.И., Терехова Ю.О., Терехова Г.И. Организация стратегического планирования на промышленных предприятиях [Электронный ресурс]: монография. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2018.

**Н. И. Саталкина**

канд. экон. наук, доцент

**Ю. А. Самородов**

студент 3-го курса

ФГБОУ ВО «ТГТУ»

г. Тамбов, Россия

## ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ, ОРИЕНТИРОВАННОЙ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

*Аннотация.* В статье автором предложены три варианта оптимизации финансовой стратегии предприятия и экономическое их обоснование. Дана оценка влияния предложенных мероприятий.

*Ключевые слова:* безопасность, объекты оптимизации стратегии, экономические выгоды, обоснованность мероприятий.

Актуальность данной темы обусловлена теми внешними изменениями, которые происходят в российской экономике: падение платежеспособности населения, замедление темпов экономического роста и снижение источников финансирования бизнеса.

Для того, чтобы предприятие смогло нарастить свой экономический потенциал, предлагаем разработать мероприятия в разрезе трех объектов:

- 1) доходы и поступления;
- 2) расходы и отчисления;
- 3) взаимоотношения с бюджетом [1].

Для увеличения доходов и поступлений предприятию следует улучшить маркетинговую деятельность. В этом направлении предлагаем использовать весь комплекс маркетинга: товар, продвижение, реклама. Поступления из других источников могут быть в виде сокращения затрат на осуществление производственного цикла, за счет его сокращения. Также для увеличения собственных средств, предлагаем

увеличить уставный капитал за счет вкладов третьих лиц. В целях увеличения собственных источников финансирования, считаем необходимым, направить большую часть полученной прибыли на развитие бизнеса, то есть на накопление. Увеличение прибыли должно происходить по мере внедрения предложенных мер.

Нами предложены три варианта оптимизации, каждый из которых состоит из мероприятий по совершенствованию стратегии предприятия. Расчеты выполнены на материалах ООО «ТамбовТехСнаб». В отчетном году финансовое состояние предприятия оценивается как среднее. Платежеспособность находится на границе минимально допустимого уровня, Последнее произошло, в том числе, за счет снижения деловой активности предприятия. Оборачиваемость текущих активов замедлилась, а продолжительность одного оборота, напротив, увеличилась. Этот факт вызвал необходимость привлечения в оборот дополнительных источников финансирования, в том числе и заемных средств.

Оценим последствия принятых решений по каждому из предложенных вариантов.

#### Вариант 1:

– предприятие продает 10% основных средств (неиспользуемый легковой автомобиль и пассажирский микроавтобус, так как для перевозки товара и рабочих предприятие закупило грузопассажирские микроавтобусы). В части стратегии здесь рекомендуется использовать этот транспорт и для оказания услуг на сторону, что даст возможность увеличить доходы от поступления. Иначе говоря, это вариант диверсификации экономики предприятия;

– предприятие сокращает затраты в НЗП (за счет уменьшения производственного цикла) на 5%. Это обеспечит ему ускорение оборачиваемости оборотных средств, что позволит обслужить товарооборот меньшими денежными средствами, так как из оборота высвободятся дополнительно финансовые ресурсы;

– предприятие снижает затраты на производство продукции на 20%, что, при прочих равных условиях, приведет к снижению себестоимости продукции и ее цены. Последнее является одним из факторов роста и/или стабильности покупательского спроса;

– предприятие направляет 100% прибыли на развитие предприятия, что расширит финансирование бизнеса за счет собственных ресурсов. В условиях кризиса этот факт очень благоприятно скажется на экономической стабильности хозяйствующего субъекта, так как, при прочих равных условиях, снизятся затраты на производство продукции в части платы за пользование заемными средствами.



**1. Расчет экономических выгод от внедрения мер по совершенствованию стратегии предприятия (суммы – в тыс. руб.) [2]**

Направления совершенствования	Составляющие направления	Предложения по управлению активами/пассивами, 2020–2021 гг.				Влияние на разделы баланса
		Предложения	Количественная оценка по вариантам			
			Var. 1	Var. 2	Var. 3	
1. Доходы от поступления	1.1. Оптимизация основных и оборотных средств	1.1.1. Продажа части основных средств	139,54	139,54	69,77	–А1
		1.1.2. Сокращение затрат в незавершенном производстве (НЗП) за счет уменьшения производственного цикла)	19,46	19,46	19,46	–3
		1.1.3. Снижение затрат на производство продукции	84,92	84,92	21,23	–3
	1.2. Увеличение уставного капитала	1.2.1. Увеличение уставного капитала за счет вкладов третьих лиц	0	0	22,12	+П3
	1.3. Инвестиционная деятельность	1.3.1. Получение финансирования за счет инвестиций на создание новых технологий производства	0	0	150	+П3
	2. Расходы и отчисления	2.1. Оптимизация распределения прибыли	2.1.1. Направление прибыли на развитие производства	96,1	96,1	96,1
3. Взаимоотношения с бюджетом	3.1. Оптимизация основных и оборотных средств	3.1.1. Получение долгосрочного бюджетного кредита	0	448	0	+П4

#### Вариант 2. Предприятие:

- продает 10% основных средств (неиспользуемый легковой автомобиль и пассажирский микроавтобус), что увеличит ресурсную базу финансирования бизнеса;
- сокращает затраты в НЗП (за счет уменьшения производственного цикла) на 5%. В этом случае ускорение оборачиваемости приведет к уменьшению потребности в оборотных средствах;
- снижает затраты на производство продукции на 20%, что, при прочих равных условиях, позволит снизить цены на выпускаемую продукцию;
- направляет 100% прибыли на развитие предприятия, обеспечив тем самым рост величины источников финансирования деятельности предприятия;
- добивается получения долгосрочного бюджетного кредита в виде отсрочки по уплате налогов и платежей в размере 448 тыс. руб. Данное решение принято в рамках законодательных мер по поддержке отечественного бизнеса в условиях пандемии;

#### Вариант 3. Предприятие:

- продает 5% основных средств (неиспользуемый пассажирский микроавтобус), средства поступают в бюджет предприятия и направляются на его развитие;
- сокращает затраты в НЗП (за счет уменьшения производственного цикла) на 5%, высвобождая часть средств из оборота. Такая экономия оборотных средств в условиях их нехватки во время пандемии очень своевременная мера поддержки бизнеса;
- увеличивает уставный капитал путем вкладов третьих лиц, принимаемых в общество, в размере 221,2 тыс. руб. Это приведет к увеличению финансовых ресурсов без привлечения кредитных ресурсов, что снизит долговую нагрузку на бизнес;
- добивается получения финансирования за счет инвестиций на создание новых технологий производства в размере 1500 тыс. руб. Эта мера может быть реализована в рамках тех мер, что оказывает российское правительство во время пандемии и направления в связи с этим средств свыше 100 млрд. руб. регионам;
- направляет 100% прибыли на развитие производства, и увеличивая величину средств финансирования бизнеса.
- снижает затраты на производство продукции на 5%, сокращая тем самым, ее себестоимость и возможно ее цены.

На наш взгляд, лучший вариант приходится на третий, но какой следует претворять в жизнь решать руководству предприятия.

## 2. Результаты расчета по предложениям совершенствованию стратегии предприятия, тыс. руб. [3]

Показатель	Прогнозная величина баланса на 2020 год		
	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
1. Источники собственных средств (капитал и резервы)	981,40	981,40	1153,52
2. Внеоборотные активы	915,36	915,36	985,13
3. Оборотные активы	686,70	686,70	686,70
4. Долгосрочные заемные средства	0	448	0
5. Наличие собственных и долгосрочных заемных оборотных средств	686,70	1134,70	686,70
6. Краткосрочные заемные средства	448	156	700
7. Общая величина источников формирования запасов	1134,70	1290,70	1386,70
8. Запасы в НДС	-91,48	-91,48	-27,79
9. Излишек (+) или недостаток (-) общей величины источников формирования запасов (собственные, долгосрочные и краткосрочные заемные средства)	1226,18	1382,18	1414,89

Таким образом, предложенные меры совершенствования стратегии предприятия, экономически обоснованы и их реализация обеспечит предприятию сохранить и возможно улучшить свои конкурентные позиции на рынке.

### Список используемых источников

1. Гончаренко Л.П. Процесс обеспечения экономической безопасности предприятия / Л.П. Гончаренко // Справочник экономиста. – 2015. – № 12. – С. 31 – 36.
2. Ендовицкая А.В., Волкова Т.А. Финансовая устойчивость как фактор экономической безопасности предприятия // Вестник ВГУИТ. – № 3. – 2015. – С. 258 – 262.
3. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 639 с.

**Н. И. Саталкина**  
канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»

**Н. В. Тараскина**  
магистрант  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СТРАТЕГИИ «МИНИМИЗАЦИЯ ИЗДЕРЖЕК» ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*Аннотация.* В данной статье автором предложены подходы сокращения затрат на производственном предприятии, направленные на укрепление его платежеспособности и рыночных позиций.

*Ключевые слова:* стратегия, себестоимость продукции, оптимизация структуры активов, активизация производственной деятельности, реструктуризация кредиторской задолженности.

Актуальность данной темы заключается в том, что активно изменяющаяся внешняя среда бизнеса стимулирует отечественный предпринимательский корпус применять новые методы и подходы к выработке своей стратегии. В настоящее время российское предпринимательство находится в сложных условиях, что характеризуется, с одной стороны, падением платежеспособного спроса населения, а, с другой стороны, увеличением расходов на ведение бизнеса, что подстегивает инфляцию издержек, вызывая в недалеком будущем рост цен. Новые условия хозяйствования вызывают потребность в пересмотре методов ведения бизнеса и, самое важное, усиление акцента на стратегическом планировании.

В современных условиях стратегия «минимизация издержек» является наиболее востребованной, так как увеличение доходов, в том числе выручки, становится сложным из-за падения платежеспособности потребителей. Для сокращения затрат в целях повышения эффективности деятельности компании используют широкий арсенал способов. Один из них – самый распространенный и простой в применении – это постатейное снижение уровня переменных затрат. Наиболее существенными переменными расходами на предприятии являются себестоимость выпуска продукции и. коммерческие расходы. Снизить себестоимость продукции можно благодаря снижению закупочных цен на материалы; изменения рецептуры продукции; сокращения производственного брака, оптимизации расходов на оплату труда; рационализации технологического процесса [1].

Например, для ОАО «Тамбовский хлебокомбинат» рекомендуем пересмотреть все коммерческие расходы, доля которых в себестоимости продукции составляет более 18%. С этой целью, используя данные оборотно-сальдовой ведомости по счетам накладных расходов, предлагаем оптимизировать затраты на доставку хлебобулочной продукции покупателям; уменьшить расходы на рекламу. Так, их доля в составе коммерческих расходов составляет более 25%. Это объясняется тем, что для рекламы приглашаются известные актеры, из числа народных артистов России. Соответственно их труд оплачивается дорого. Считаем, что в условиях ограниченности ресурсов из-за пандемии и санкций в отношении нашей страны, такие расходы неприемлемы для предприятия. Более того, продукция хлебокомбината пользуется устойчивым спросом, она известна и за пределами г. Тамбова, у нее старинные традиции изготовления. Все это в совокупности подтверждает вышесказанное относительно рекламных расходов предприятия. Считаем, что в сложившихся экономических условиях, минимизировать расходы на маркетинг и рекламу эффективнее за счет стимулирования продаж.

Наряду с уменьшением удельных переменных затрат следует проанализировать постоянные затраты по их статьям. Для этого необходимо рассмотреть их поведение в динамике и оценить экономическую целесообразность увеличения. В первую очередь, следует разработать мероприятия по снижению наиболее существенных, с точки зрения, их доли в общей величине затрат, статей расходов. Рекомендуем использовать правило Парето, согласно которому 80% снижения затрат можно добиться, приложив 20% усилий, а на остальные 20% снижения затрат придется потратить 80% времени [2].

В производственных предприятиях наибольшая часть постоянных затрат приходится на общепроизводственные расходы, поэтому в первую очередь следует рассмотреть варианты сокращения именно этих затрат.

Наименее значимые для конечного результата деятельности предприятия постоянные затраты – общехозяйственные. Зачастую, по ним наблюдается неоправданный рост расходов. Достаточно эффективный способ сократить постоянные затраты – нормировать и лимитировать их величину/объем.

Одним из подходов к сокращению затрат считается подход, когда часть затрат из постоянных переводится в переменную часть себестоимости продукции. Этот способ особенно эффективен для предприятий с выраженной сезонностью покупательского спроса, у которых в период падения спроса постоянные затраты значительно снижают рен-

табельность бизнеса. Например, привязав переменную часть оплаты труда руководящего персонала (или дополнительную часть их зарплаты) к показателям деятельности предприятия, можно добиться уменьшения расходов на зарплату в периоды падения покупательского спроса на продукцию завода.

Снижение внутренних затрат, связанных с выполнением услуг собственными силами. Если их стоимость выше, чем стоимость услуг сторонних организаций, то следует провести их замещение.

Самые распространенные виды таких работ/услуг – строительномонтажные работы, услуги по ремонту основных средств, транспортные услуги, подбор персонала, охрана и уборка.

Проведенный анализ хозяйственно-финансовой деятельности ОАО «Тамбовский хлебокомбинат» выявил ухудшение финансового состояния предприятия, на результаты которого влияют внешние и внутренние факторы. К внешним факторам следует отнести падение платежеспособного спроса населения и сокращение темпов развития российской экономики в целом. Анализируемое предприятие работает на рынке хлебобулочных изделий и спрос на них не подвержен влиянию изменения денежных доходов населения. Более того, хлеб относится к так называемым гиффеновским товарам, спрос на которые, даже при падении платежеспособности покупателей, напротив, имеет тенденцию к возрастанию.

В сложившихся хозяйственных условиях маркетинговая стратегия предприятия должна увязываться с финансовой стратегией, суть которой для любого хозяйствующего субъекта в рыночной экономике сводится к получению и максимизации прибыли. Прибыль – это разница между доходами и расходами. На сегодняшний момент увеличить прибыль за счет роста доходов сложно из-за падения потребительского спроса в целом. Поэтому решение о максимизации прибыли сводится к сокращению расходов.

С этой целью хозяйствующие субъекты разрабатывают программы антикризисных мер, которые направлены на поиск снижения расходов на ведение бизнеса. Для разработки плана антикризисных мероприятий, прежде всего нами проведен анализ имущественного положения ОАО «Тамбовский хлебокомбинат». Нами предложены следующие меры по укреплению платежеспособности предприятия:

1. Оптимизация структуры имущества. В рамках этого вида мероприятий можно реализовать непрофильные активы – это здания, сооружения, транспорт) или передать их в аренду. Излишние остатки товарно-материальных ценностей на складах (после пересчета их нормативов),

частично реструктуризировать и реализовать дебиторскую задолженность.

При этом пересчет нормативов запасов необходимо запланировать с учетом возможных рисков. Важно, чтобы эти активы поддерживались на уровне не ниже рассчитанного норматива, поскольку излишек приводит к росту дополнительных расходов (на содержание и т.д.), а недостаток оборачивается нарушением процесса производства или его остановкой.

В отношении дебиторской задолженности следует провести ее инвентаризацию, пересмотреть договорную политику, сократив сроки предоставления отсрочки платежей [3].

3. Сокращение издержек. Чтобы добиться сокращения затрат по всему предприятию, необходимо снизить фонд оплаты труда за счет уменьшения штата сотрудников и совмещения обязанностей (при этом увольнение персонала выгоднее организовать по желанию сотрудников или на основании перевода). Следует изменить систему оплаты, внедрив ключевые показатели эффективности (или полностью их переработав, если они имели место), увязав с общим результатом предприятия.

4. Активизация основной деятельности. В рамках этого направления мероприятий предстоит дополнить основной вид деятельности другими, а также перепрофилировать. Кроме того, необходимо повысить качество услуг (товаров) за счет усиления трудовой дисциплины (ответственность за брак, нарушение техники безопасности и др.), изменить график работы. Также создать новые принципы договорной работы, а именно оптимальные правила поставки (скидки при условии предоплаты).

5. Реструктуризация кредиторской задолженности предполагает разработку графика погашения задолженности, например, пересмотреть сроки выплат по займам и кредитам. Большую часть поступлений от реализации активов направлять на погашение кредиторской задолженности. В качестве обязательных мероприятий запланировать поиск контрагентов с оптимальными условиями поставки и оплаты, а также формирование оперативных бюджетов, разработку контрольных процедур их исполнения, регламентирование очередности платежей и т.д. План сокращения затрат должен предусматривать не только меры, но и сроки их реализации.

Составляя план антикризисных мероприятий, важно учесть не только сроки исполнения каждого из них, но и назначить ответственных за их успешную реализацию. При этом можно включить в долж-

ностную инструкцию соответствующего сотрудника обязанности по выполнению намеченных в плане действий, а кроме того, разработать для него ключевые показатели эффективности [4].

В качестве одной из мер предлагаем разработать регламент по расчету кредитного лимита покупателям продукции предприятия. Индивидуальные кредитные лимиты для заказчиков устанавливаются коммерческим директором на основании расчетов, произведенных кредитным контролером. Индивидуальные кредитные лимиты устанавливаются на основании соответствия заказчика кредитным критериям и кредитной истории заказчика.

Таким образом, совершенствование маркетинговой стратегии предприятия в условиях глобальных вызовов должна быть связана с его финансовой стратегией и предполагает максимизацию прибыли за счет сокращения расходов на ведение бизнеса.

### **Список используемых источников**

1. Пустовалова Н.А., Бондарская Т.А. Маркетинговый аудит как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия в современных условиях / В сборнике: Статистические методы исследования социально-экономических и экологических систем региона. Материалы III Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 239 – 246.

2. Бондарская О.В. Оценка и анализ результативности финансово-хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования // Перспективы науки. – 2010. – № 10(12). – С 74 – 77.

3. Саталкина Н.И. Анализ размещения капитала в оценке экономической безопасности предприятия региональной экономики // В сборнике: Современная наука: теория, методология, практика. Материалы 1-й Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – 2019. – С. 273 – 276.

4. Элистаева Э.Б. Маркетинговые инструменты в процессе совершенствования стратегий развития предприятий // Молодой ученый. – 2018. – № 10(196). – С. 115 – 117.



**Н. И. Саталкина**  
канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»

**Н. В. Тараскина**  
магистрант  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **РАЗРАБОТКА МЕР И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОГРАММЫ ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕННЫХ РЕСУРСОВ**

*Аннотация.* В данной статье автором предложены меры по оптимизации бизнеса за счет сокращения его расходов. В условиях ограниченных ресурсов, обусловленных глобальными вызовами в экономике, максимизация прибыли наиболее достижима в результате уменьшения затрат на производство продукции и ее реализацию.

*Ключевые слова:* стратегия, методы управления затратами, цели по затратам, реестр заявок, смета затрат, программа сокращения расходов.

Актуальность данной темы заключается в том, что в современной рыночной экономике приоритетность в исследовании маркетинга как одного из бизнес-процессов направлена на повышение эффективности управления рынком. Важность маркетинга рассматривается, с точки зрения, создания им добавленной стоимости, оптимизации затрат и возможности его моделирования на основе внедрения новых технологий в экономику хозяйствующего субъекта.

Совершенствование стратегии предприятия в современных условиях хозяйствования обусловлено тем, что бизнесу необходимо адаптироваться к изменившимся условиям в экономике: это, с одной стороны, падение платежеспособного спроса населения, а, с другой стороны, замедление национальной экономики из-за пандемии и последовавшим за этим сокращением ее темпов роста. Закрытие предприятий общепита, учреждений образования снизило потребность на продукцию предприятия. Увеличить доходы в сегодняшних условиях не просто сложно, но и зачастую невозможно. Анализируемое предприятие имеет свою нишу на рынке, у него давняя история, хорошие традиции и сочетание новых и старых, но проверенных временем технологий производства продукции. Любая стратегия, будь то финансовая, экономическая, маркетинговая и др. направлена, в конечном счете, на повышение эффективности хозяйственно-финансовой деятельности предприятия. Эффективность выражается, прежде всего, в рентабель-

ности бизнес. Повысить прибыль и рентабельность предприятия можно двумя путями: увеличить доходы и сократить затраты. Анализ хозяйственно-финансовой деятельности ОАО «Тамбовский хлебокомбинат» позволил сделать вывод о том, что более высокими темпами растут расходы по сравнению с темпами изменения доходов, включая выручку. В настоящее время рост доходов предприятия под влиянием внешних рыночных факторов и отсутствия роста покупательной способности населения не может быть источником повышения эффективности бизнеса, поэтому сокращение затрат остается наиболее реальным способом достичь данной цели.

Для обеспечения эффективного уровня затрат и рентабельности бизнеса нами использованы следующие методы:

1. Метод упреждающего управления затратами направлен на минимизацию причин неэффективного роста затрат. Для этого анализируют динамику фактических затрат за прошедшие отчетные периоды и на основе этого анализа утверждают целевые показатели по ключевым статьям затрат на предстоящий период (как правило, год). Этот метод особенно эффективен на предприятиях, в которых создана система бюджетирования, предполагающая учет затрат по центрам их возникновения. В каждом из них руководитель соответствующего подразделения отвечает за перерасход в рамках операционного бюджета, используя целевые значения по функциональным блокам (или бизнес-процессам).

Так, за реализацию целей по производственным затратам несет ответственность директор по производству; по общепроизводственным затратам – главный инженер; по общехозяйственным затратам – финансовый директор; по коммерческим затратам – коммерческий директор.

Для ОАО «Тамбовский хлебокомбинат» нами разработаны следующие целевые показатели (табл. 1). В конечном итоге сумма целевых показателей предполагает снижение уровня себестоимости с 70,32% в 2019 г. до 68,0 в 2020 г., что должно обеспечить повышение эффективности деятельности хлебокомбината.

Метод экспресс – управления затратами – это быстрый, но менее эффективный метод, так как не позволяет выявить причины увеличения расходов на ведение бизнеса. Для управления затратами создается платежный календарь, то есть расходы предприятия распределяются по степени очередности оплаты текущих счетов, а затем ответственный работник ежедневно распределяет фактический остаток денежных средств предприятия по заявкам на оплату. По каждой заявке в итоге принимается одно из решений – «оплатить», «перенести», «отклонить».

## 1. Цели ОАО «Тамбовский хлебокомбинат» по затратам на 2020 г.

Показатель	Ед. изм.	Факт			Цель 2020 г.
		2018 г.	2019 г.	Среднее	
Выручка	тыс. руб.	436 490	478 217	457 354	478 000
Себестоимость	тыс. руб.	309 580	336 287	322 933	325 400
Сырье и материалы	руб. на 1 т	40 000	42 000	41 000	41 000
Энергоресурсы	руб. на 1 т	11 000	10 000	10 500	10 300
ФОТ производства	руб. на 1 т	7500	8000	8250	7750
Оборудование	руб. на 1 т	6000	7500	6750	5800
Прочие прямые затраты	руб. на 1 т	2700	2500	2600	2400
Общепроизводственные затраты	тыс. руб.	94 000	97 600	95 800	93 000
	руб. на 1 т	2600	2410	2505	2200
В том числе:					
Энергоресурсы	тыс. руб.	60 000	62 000	61 000	61 500
ФОТ подразделений	тыс. руб.	28 000	26 000	2 000	26 800
Оборудование	тыс. руб.	23 000	25 000	24 000	23 500
Услуги сторонних организаций	тыс. руб.	16 000	16 500	16 250	15 800
Прочие накладные затраты	тыс. руб.	7700	7300	7500	7200
Общехозяйственные затраты	тыс. руб.	48 200	47 300	47 750	46 000
	руб. на 1 т	1100	1040	1060	940
Коммерческие затраты	руб.	87 765	86 344	87 055	81 200
	руб. на 1 т	6000	6800	6400	5700
В том числе:					
ФОТ подразделений	руб. на 1 т	600	640	620	580
Расходы на рекламу	руб. на 1 т	2300	2600	2450	2000
Итого	тыс. руб.	424 465	453 492	438 979	431 250
	руб. на 1 т	82 430	84 220	83 325	82 780

## 2. Реестр заявок ОАО «Гамбовский хлебокомбинат»

Начальный остаток денежных средств	7 000 000	Оплатить	Перенести	Отклонить
Свободные средства	0			
<i>Платежи 1 группы</i>	5 750 000	5 175 000	575 000	0
Сырье и материалы	4 025 000	3 450 000	575 000	
Налоги	690 000	690 000		
% по кредиту	345 000	345 000		
Зарплата	690 000	690 000		
<i>Платежи 2 группы</i>	1 897 500	1 265 500	63 250	57 500
ГСМ	460 000	287 500	172 500	
Энергоресурсы	805 000	575 000	287 500	
Ремонт ОС	287 500	230 000		57 500
Аренда	345 000	172 500	172 500	
<i>Платежи 3 группы</i>	1 150 000	920 000	115 000	115 000
Транспортные услуги	345 000	345 000		
Связь и интернет	230 000	230 000		
Реклама	575 000	345 000	115 000	115 000
<i>Платежи 4 группы</i>	977 500	690 000	287 500	115 000
Хозяйственные нужды	172 500	115 000		57 500
Инвентарь и спецодежда	345 000	172 500	172 500	
Прочие платежи	460 000	402 500	115 000	57 500
<b>Итого заявки</b>	<b>9 775 000</b>	<b>8 050 000</b>	<b>1 610 000</b>	<b>287 500</b>

Применение этого метода не обеспечивает значительного сокращения затрат, так как решение принимается без предварительной оценки целесообразности затрат, отклонить можно только те расходы, по которым производится предоплата, а по фактически совершенным закупкам/услугам/работам платежи удастся только отсрочить.

Метод оперативного управления затратами позволяет устранить причины неэффективного увеличения расходов. Он используется для контроля текущих затрат в краткосрочном периоде. Для применения этого метода берутся данные из отчетности по затратам, в которой выведены плановые и фактические показатели анализируемого периода, как в абсолютном, так и относительном выражении. Например, таким показателем может быть уровень затрат по отношению к выручке или удельные затраты.

При анализе выявляются превышения фактических затрат над запланированными и принимаются оперативные меры по их сокращению в краткосрочном периоде.

### **3. Отчет ОАО «Тамбовский хлебокомбинат» об исполнении сметы затрат за март 2020 г.**

Показатели	Сумма, тыс. руб.		Руб. на 1 кг		Отклонения
	план	факт	план	факт	
Выпуск продукции	600 000	580 000	-20 000	96,7	
<b>ПРЯМЫЕ ЗАТРАТЫ</b>	30 208	29 972	50,35	51,67	1,32
Сырье и материалы	20 833	20 944	34,72	36,11	1,39
Энергоресурсы	3819	3680	6,37	6,35	-0,02
ФОТ производства	2917	2778	4,86	4,79	-0,07
Оборудование	1571	1643	2,55	2,76	0,21
Прочие прямые затраты	1112	972	1,85	1,67	-0,18
<b>НАКЛАДНЫЕ ЗАТРАТЫ</b>	7153	7222	10,92	12,45	1,53
Энергоресурсы	2431	2569	4,05	4,43	0,38
ФОТ подразделений	2142	1944	3,47	3,35	-0,12
Оборудование	1250	1141	2,08	1,92	-0,16
Услуги сторонних организаций	833	903	1,38	1,56	0,17
Прочие накладные затраты	556	694	0,92	1,19	0,27
Себестоимость выпуска,	37 362	37 194	62,67	64,13	1,86

Показатели	Сумма, тыс. руб.		Руб. на 1 кг		Отклонения
	план	факт	план	факт	
<b>ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ.</b>	2674	2708	4,46	4,67	0,21
Энергоресурсы	347	313	0,58	0,54	-0,04
ФОТ подразделений	694	799	1,16	1,38	0,22
Оборудование	417	347	0,69	0,60	-0,09
Услуги сторонних организаций	1042	1120	1,74	1,92	0,18
Прочие затраты	174	139	0,29	0,24	-0,05
<b>КОММЕРЧЕСКИЕ ЗАТРАТЫ</b>	5868	58 334	9,78	10,06	0,28
ФОТ подразделений	1042	972	1,74	1,67	-0,07
Услуги сторонних организация	1736	1944	2,90	3,35	0,45
Расходы на рекламу	868	972	1,44	1,67	0,23
Бонусы покупателям	1389	1250	2,31	2,15	-0,16
Прочие коммерческие затраты	833	694	1,39	1,19	-0,20
<b>ПОЛНАЯ СЕБЕСТОИМОСТЬ</b>	45 903	45 736	76,51	78,85	2,54

Как видим, в отчете используется такой относительный показатель, как сумма затрат на 1 кг выпуска продукции.

Цветом выведены превышения фактических расходов над запланированными, поэтому хорошо видно, по каким статьям затрат требуется оперативно принять меры по их снижению.

В целях максимизации прибыли за счет сокращения расходов на ведение бизнеса разрабатывается программа по снижению затрат ОАО «Тамбовский хлебокомбинат» на период 2020 – 2022 гг.

4. Программа сокращения затрат  
ОАО «Тамбовский хлебокомбинат»

Показатели	Ед. изм.	Факт 2019 г.	План			Ответственный
			2020	2021	2022	
Затраты	тыс. руб.	336 287	342 300	368 740	394 400	Генеральный директор
	руб. на 1 т	12 340	12 910	13 200	14 000	
Сырье и материалы	руб. на 1 т	195 046	196 830	213 180	228 720	Директор по производству
Прочие затраты производства	руб. на 1 т	10 424	10 150	9950	9900	
Энерго-ресурсы	руб. на 1 т	46 071	45 920	45 680	45 460	Главный инженер
Оборудование	руб. на 1 т	22 531	21 900	21 750	21 700	
Общепроизводственные услуги сторонних организаций	руб. на 1 т	1042	1035	1030	1028	
Прочие общепроизводственные затраты	руб. на 1 т	571	565	562	560	
ФОТ	руб. на 1 т	34 405	34 100	33 900	33 750	
Общехозяйственные услуги сторонних организаций	руб. на 1 т	8513	8500	8470	8420	Финансовый директор
Прочие общехозяйственные затраты	руб. на 1 т	33	32	32	31	

Показатели	Ед. изм.	Факт 2019 г.	План			Ответственный
			2020	2021	2022	
Коммерческие услуги сторонних организаций	руб. на 1 т	4506	4450	4400	4380	Коммерческий директор
Расходы на рекламу	руб. на 1 т	7803	7700	7650	7600	
Скидки покупателям	руб. на 1 т	4500	4400	4350	4300	
Прочие коммерческие затраты	руб. на 1 т	842	835	830	825	

Таким образом, нами предложена программа сокращения затрат по годам прогнозируемого периода, направленная на оптимизацию расходной составляющей производственной деятельности хлебокомбината. Ее реализация обеспечит предприятию рост прибыли за счет сокращения расходов по таким статьям, как: прочие производственные затраты на 6% к 2022 г. по сравнению с 2019 г.; энергоресурсы, затраты на содержание оборудования, общепроизводственных расходов и др. Постатейный анализ расходов по предприятию позволил выявить резервы их снижения и направить на увеличение прибыли.

#### Список используемых источников

1. Сайт ОАО «Тамбовский хлебокомбинат». <http://www.tambovhleb.ru>.
2. Саталкина Н.И., Терехова Г.И., Терехова Ю.О. Анализ сущности характеристики программно-целевого подхода к управлению маркетинговой деятельностью // Глобальный научный потенциал. – 2017. – № 10(79). – С. 146 – 151.
3. Герасимов Б.И., Коновалова Т.М., Спиридонов С.П., Саталкина Н.И. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации: учеб. пособие / Герасимов Б.И., Коновалова Т.М., Спиридонов С.П., Саталкина Н.И. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – 160 с.



**М. Н. Смагина**

канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
smagina78@mail.ru

**Н. М. Сугрובה**

**А. А. Новикова**  
магистранты группы МЭК-31з,  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС, КАК ОСНОВА ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация.* Содержание статьи раскрывает степень влияния качественной информационной базы, являющейся основой бухгалтерской отчетности, на эффективность управления и финансовое состояние организации. Отмечен процесс реформирования формы бухгалтерской отчетности, в связи с приведением ее к новым международным стандартам.

*Ключевые слова:* бухгалтерский учет, бухгалтерский баланс, финансовое состояние предприятия.

Бухгалтерскую отчетность можно рассматривать в качестве информационной базы, характеризующей финансовое состояние организаций, которое необходимо непрерывно анализировать, с целью грамотного управления и обеспечения рентабельности [1].

Анализ является приоритетной задачей, ведь состояние предприятия отражает его способность погашать имеющиеся долговые обязательства. С помощью анализа финансового положения удается понять, каким образом предприятие формирует, распределяет и регулирует движение и сохранность своего имущества.

Информация, полученная по результатам анализа, является однозначным вектором направления, в котором движется предприятие. Во многом, наличие анализа напрямую определяет на эффективность управления. А его отсутствие – отрицательно влияет на финансовую устойчивость.

С момента возникновения баланс имел приоритетное значение для бухгалтерского учета. Сегодня его можно представить в виде основной формы, характеризующей бухгалтерскую (финансовую) отчетность и включающей следующую информацию: собственный капитал, обязательства, ресурсы и т.д. [2].

В качестве базиса анализа пользуются основным балансовым уравнением. Реформирование, позволяющее углублено изучить ба-

ланс, учесть новые стандарты бухгалтерской (финансовой) отчетности, способствует тому, чтобы менять форму и содержание бухгалтерского баланса. Отмечаются тенденции к значительным изменениям структуры и содержания баланса. Главное направление изменений – приведение к идентичному с международными стандартами виду. Однако этот процесс является непрерывным и не близок к завершению [3].

Методология бухгалтерского учета улучшается с помощью положений, которые трансформируют условия процессов предприятия, бухгалтерского учета и отчетности.

Определенную манеру, которая устоялась в хозяйственной практике, можно назвать развитием. Оно присуще собственности, которая имеет корпоративную форму. Данная форма достаточно привлекательна. Внешние и внутренние пользователи концентрируют интерес на правдивую и однозначную информацию. Финансовое состояние, которое удовлетворяет всем нормативным значениям отображает показатели результатов предприятия за исследуемый период.

Необходимость выбора, от которого зависит успешное управление предприятием, предполагает адаптацию структурирования и методов формирования баланса под анализ исследование финансово-хозяйственной деятельности. Находятся ответы на текущие проблемы в настоящее время, которые связаны с повышением качества состава исследования.

Была организована комплексность экспериментов для определения сути баланса и анализа имущественного положения, которая показала виды бухгалтерского баланса.

Экономической литературе свойственно изобилие различных наименований баланса.

Информацией, отраженной в балансе, обеспечивается решение нескольких задач. Эти решения позволяют увеличить эффективность, с которой осуществляет свою деятельность предприятие. Внешняя и внутренняя отчетность обеспечивают фундамент, на основе которого контролируются формирование и движение денежных потоков.

Нынешнее состояние, характеризующее бухгалтерский (финансовый) баланс, определить достаточно проблематично. Для обеспечения точности информации необходимо четко понимать и следовать порядку, последовательности заполнения баланса, в целях получения достоверности, точности и прозрачности информации.

Проведение финансового анализа состояния предприятия позволяет выявить проблемы в работе, изучить причины, по которым они возникают.

Таким образом, с помощью бухгалтерской отчетности можно выделить рекомендации по улучшению деятельности предприятия на основе бухгалтерского баланса.

### **Список используемых источников**

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ. (редакция. 01.01.2020). – [Электронный ресурс]: Консультант Плюс: официальный сайт Консультант Плюс. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122855/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/). – Загл. с экрана (дата обращения: 28.05.2020).

2. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)». (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018). – [Электронный ресурс]: Консультант Плюс: официальный сайт Консультант Плюс. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_18609/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/). – Загл. с экрана (дата обращения: 28.05.2020).

3. Гиляровская Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / Л.Т. Гиляровская, А.В. Ендовицкая. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 159 с. – 5-238-01074-5. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/52041.html>. – Загл. с экрана (дата обращения: 28.05.2020).

**А. А. Аль-Явар**

аспирант

[Alyawarali74@gmail.com](mailto:Alyawarali74@gmail.com)

**Р. В. Жариков**

д-р эконом. наук, доцент

ФГБОУ ВО «ТГТУ»

г. Тамбов, Россия

## **ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ) КАК АНТИКРИЗИСНАЯ МЕРА**

*Аннотация.* Повышение качества и его связь с кризисными ситуациями является одной из наиболее важных проблем, изучаемых для защиты реального сектора экономики и снижения рисков, поэтому компании начинают сталкиваться с трудностями в поддержании стандартов качества во время кризисных периодов. Качество продукции стало одним из наиболее важных факторов для производственной среды из-за растущей конкуренции на мировом рынке.

*Ключевые слова:* качество продукции, кризисная ситуация, общее управление качеством, повышения качества продукции, факторы повышения качества.

Повышение качества рассматривается как аспект конкурентоспособности и определяет победителя в конкуренции между компаниями по всему миру, в увеличении прибыли за производимый продукта и к минимальным срокам поставки. Эти три фактора должны работать вместе, а не только брать во внимание качество, но и учитывать другие факторы. TQM определяется как система следующих элементов и связей между ними: организационная структура, процедуры, процессы и ресурсы, необходимые для реализации управления качеством. Качество должно быть разработано во всех элементах и по всем функциональным зонам ответственности организации, а затем, в дополнение и систематически контролироваться. Качественный подход к TQM требует квалифицированной рабочей силы посредством повышения квалификации, обучения, переобучения, что значительно поможет улучшить качество продукции. TQM – это подход к повышению эффективности, конкурентоспособности и гибкости бизнеса в соответствии с требованиями рынка [1].

Любая коммерческая организация ставит перед собой цель – повышение прибыли. Для этого должно находить резервы ее увеличения. Как правило, данные резервы определяются по каждому виду продукции. Увеличение объема реализации продукции является одним из факторов повышения прибыли.

На сегодняшний день многие организации находятся в сложном положении. Последние годы у них постоянно возникают трудности со сбытом продукции. Поэтому одной из важнейших задач стоящей перед ними является задача выявления резервов сбыта продукции, нахождения новых потребителей, заинтересованных в продукции организации, проникновение на новые рынки сбыта. Решение этой задачи требует комплексного анализа всей деятельности организации, начиная с закупки сырья и разработки технологического процесса, до отгрузки продукции потребителю [2].

Этапы антикризисного управления это в буквальном осмыслении, процесс преодоления и реагирования на определенной стадии кризиса. Но сначала необходимо рассмотреть основные этапы антикризисного управления. Это поможет понять, как реагировать на ситуации, которые могут возникнуть в процессе кризиса:

Хотя предсказать, какие риски могут обернуться кризисом, очень сложно и неопределенно, часто есть признаки, которые могут служить предупреждением. Эти признаки могут быть вызваны несколькими факторами, такими как сотрудники/профсоюзы, погодные условия, внешняя политическая ситуация, развивающиеся рынки и многое другое, в зависимости от сегмента вашей компании [3].

В это время все участники должны быть осведомлены о действиях, которые должны быть выполнены. Организация уже должна иметь предварительный «мобилизационный» план, гарантирующий качество антикризисного управления. На этом этапе риски должны быть практически под контролем. Именно в этот период начинается реализация большинства планов и мероприятий, необходимых для возвращения бизнеса в нормальное русло [4].

Бизнес начинает возвращаться в прежнее русло, и планы по разрешению кризисной ситуации находятся в стадии реализации. На этом этапе сотрудники начинают возвращаться к своим привычным функциональным обязанностям. Процессы, связанные с клиентами и продуктами, снова работают стабильно.

Этап оценки рисков начинается сразу после начала кризиса. В этот момент специалисты и менеджеры начинают оценивать и понимать взаимосвязь между риском и изменениями в менеджменте качества компании. Среди этих оценок намечены возможные последствия и масштабы кризиса. Возможный ущерб и проблемы должны быть устранены в ходе антикризисного управления. Это позволяет организации подготовиться к худшему сценарию [5].

После оценки рисков кризиса организация должна решить, какие планы действий имеют отношение к кризису. Все заинтересованные стороны (включая сотрудников, клиентов и поставщиков) должны быть уведомлены об этом. Компания должна сообщить о своей текущей ситуации, о том, как она будет действовать во время кризиса и какие процедуры должны быть соблюдены. Эти предписания необходимо постоянно сообщать, чтобы избавиться от всякого рода неопределенностей и обеспечить доступ к информации, чтобы все заинтересованные стороны были осведомлены о действиях, которые будут предприняты для снижения рисков, инцидентов, инсинуаций, фрустраций и разного рода других проблем [6].

Начинается управление деятельностью по смягчению последствий кризиса. В этот момент все участники начинают работать над планами действий по разрешению возникающих проблем. На этом этапе требуется тот же тип коммуникации, который используется на этапе обратной связи. Это позволяет компании гарантировать, что сотрудники, клиенты и заинтересованные стороны будут в курсе ситуации в компании [7].

Оптимальный алгоритм управления рисками для коммерческой организации должен включать в себя ряд методов лечения кризисных ситуаций, начиная с анализ факторов внутренней и внешней среды

хозяйствующего субъекта, которые несут в себе опасность возникновения рисков, ежемесячную оценку величины резервов с соответствующими корректирующими записями.

### Список используемых источников

1. Матякубова П.М., Авезова Х.И. Анализ основных принципов современного менеджмента качества // Academy. – 2019. – № 4(43). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-osnovnyh-printsipov-sovremennogo-menedzhmenta-kachestva> (дата обращения: 03.04.2021).

2. Игнатова Г.В., Иноземцева В.В. Информационное обеспечение закупочной деятельности в цифровой экономике // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – № 3(77). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-obespechenie-zakupochnoy-deyatelnosti-v-tsifrovooy-ekonomike> (дата обращения: 03.04.2021).

3. Сухарев О.С. Инвестиционная функция экономического роста России // Финансы: теория и практика. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-funktsiya-ekonomicheskogo-rosta-rossii> (дата обращения: 03.04.2021).

4. Федосеева О.Ю., Вавилов Д.Л. Влияние цифровизации и финансового моделирования на устойчивое развитие экономики промышленности // Вестник ВУиТ. – 2021. – № 1(47). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovizatsii-i-finansovogo-modelirovaniya-na-ustoychivoe-razvitie-ekonomiki-promyshlennosti> (дата обращения: 03.04.2021).

5. Сазонов А.А., Маргарян Т.Д., Дикова О.Д. Анализ инновационных аспектов при формировании стратегии развития отечественных предприятий машиностроения (на примере авиационной отрасли) // Вестник МГОУ. Серия: Экономика. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-innovatsionnyh-aspektov-pri-formirovanii-strategii-razvitiya-otchestvennyh-predpriyatij-mashinostroeniya-na-primere> (дата обращения: 03.04.2021).

6. Цзян Цзинькэ, Толстошеина В.А. Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности предприятия промышленного кластера // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2016. – № 1(235). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionno-ekonomicheskiy-mehanizm-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-promyshlennogo-klastera> (дата обращения: 04.04.2021).

7. Попова Г.Л., Бондарская Т.А., Бондарская О.В. Анализ миграционных процессов в Тамбовской области // Региональная экономика: теория и практика. – 2017. – № 7(442). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-migratsionnyh-protsessov-v-tambovskoy-oblasti> (дата обращения: 04.04.2021).

## 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ

---

Н. Г. Алексанян

С. М. Мкртчян

Г. А. Никогосян  
студенты 4-го курса  
НПУА

г. Ереван, Республика Армения

### АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГОСИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

*Аннотация.* Энергетическая отрасль является одной из самых важных, она решает стратегические, оперативные, социальные и другие экономические проблемы, и вопросы. Благодаря энергетике приводятся в действие техника и оборудование, создаются более комфортные условия для человека на производстве.

*Ключевые слова:* снижение угроз, координационная структура, средний показатель, фактические потери, показатели эффективности, безотлагательные решения.

Для определения и последующего снижения угроз, направленных на предприятия электроэнергетики необходимо оценить внутренний и внешний контексты отрасли, потому что они оказывают негативное влияние при разработке стратегии обеспечения экономической безопасности.

Анализ снижения угроз, направленных на предприятия электроэнергетики в первую очередь дает оценку внутреннего разработке стратегии обеспечения экономической безопасности [1].

Оценка внешнего контекста отрасли может включать:

- социальную, культурную среду, политическую обстановку, законодательное и нормативное регулирование, экономическую и финансовую устойчивость, технологический прогресс, конкуренцию как международного, так и национального, регионального и местного уровня;

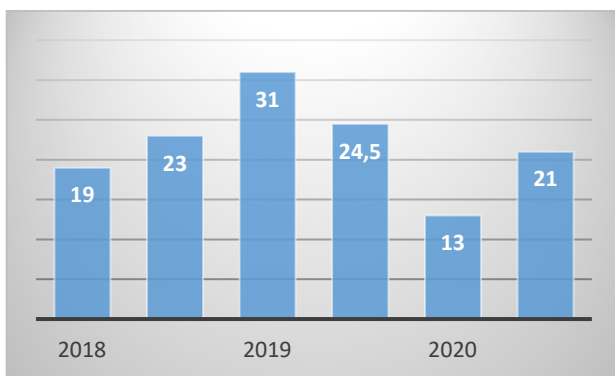
- основополагающие региональные, национальные и международные силы и течения, которые могут оказывать влияние на цели организации;

- взаимодействия с заинтересованными внешними сторонами, их перспективность и ценность. При оценке внутреннего контекста отрасли можно диагностировать:

- руководство, координационную структуру, роли и обязанности;
- политику, стратегии и цели, необходимость достижения которых была поставлена;
- возможности, включая информацию, финансовые и другие ресурсы, а также капитал, человеческие ресурсы и время;
- информационные системы и базы;
- взаимодействие с заинтересованными внутренними сторонами, их перспективность и ценность;
- культуру внутренней организации бизнеса;
- стандарты и модели;
- форму и объем контрактных взаимоотношений;
- состояние технологического парка оборудования и надежность его нормального функционирования;
- обеспеченность необходимыми топливными и сырьевыми ресурсами.

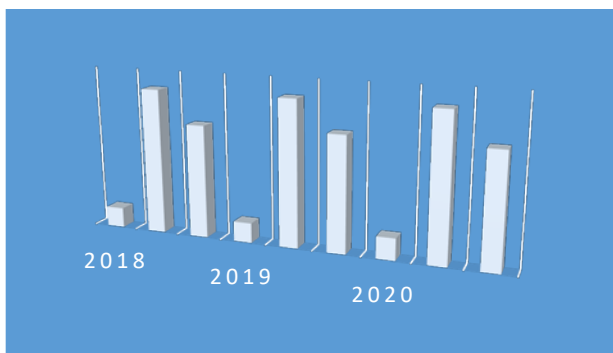
Анализируя, средний показатель фактических потерь электроэнергии по филиалам Армянских Электрических Сетей по двум временным отрезкам в 2018 и 2020 гг., можно отметить, что он незначительно превысил средние нормативные потери, установленные регулируемыми органами (Минэнерго РА), а в 2018 г. был существенно ниже.

Анализ прогноза по сопряженной экономической деятельности позволяет заранее подготовить стратегию развития электроэнергетики с учетом прогнозируемых угроз.



**Рис. 1. Отношение средних показателей фактических потерь электроэнергии к нормативным потерям за период 2018 – 2020 гг.**





**Рис. 2. Динамика роста полезного отпуска и потерь электроэнергии относительно фактического отпуска за период 2018 – 2020 гг.**

В данном случае можно отметить следующие актуальные аспекты обеспечения экономической безопасности энергетической отрасли:

- поиск из числа возможных вариантов модернизации генерирующей электроэнергетики методов, направленных на технологическое снижение потребления топлива при сохранении прежних вырабатываемых мощностей;
- внедрение энергосберегающих программ и технологий;
- поиск решений, направленных на создание инфраструктуры надежного и дешевого обеспечения топливными ресурсами электроэнергетических предприятий, и т.д.

Определение угроз электроэнергетической отрасли может основываться также на анализе основных экономических показателей эффективности, таких как потери электроэнергии. Электрическая энергия – единственный вид продукции, перемещение которой от места производства до места потребления не требует использования других ресурсов. Для этой цели расходуется некоторая часть самой передаваемой электроэнергии, что и обуславливает неизбежность потерь. Задача их снижения состоит в определении экономически обоснованного уровня [2].

Решение этой проблемы – один из самых важных приоритетов энергосбережения. Уровень потерь в электроэнергетических сетях может выступать как наглядный индикатор состояния системы учета электроэнергии, действительности энергосбытовой компании и деятельности электроснабжающих предприятий. Потери способны свидетельствовать о нарастающих проблемах и необходимости принятия безотлагательных решений в развитии, техническом перевооружении и реконструкции электроэнергетических сетей, улучшении методов и со-

вершенствовании средств их управления и эксплуатации, в модернизации оборудования учета электроэнергии, повышении эффективности оплаты потребителями поставленной электроэнергии и т.п. [3].

Такая проблема требует разработки программы по снижению потерь электроэнергии в распределительных сетях, предусматривающих комплекс организационных и технических мероприятий, а также действий по модернизации системы учета электроэнергии, направленных на оптимизацию работы сетевого оборудования и минимизацию расхода электроэнергии на ее транспортировку.

### **Список используемых источников**

1. Стивен Стофт. Экономика энергосистем. Введение в проектирование рынков электроэнергии / пер. с англ. – М.: Мир, 2006. – 623 с., ил.
2. Гительман, Л.Д., Ратников, Б.Е. Эффективная энергокомпания: экономика, менеджмент, реформирование / Л.Д. Гительман, Б.Е. Ратников. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 534 с.
3. Дадалко В.А., Дубков С.В., Дадалко А.В. Стратегии обеспечения экономической безопасности предприятий лесного комплекса. Минск: ИВЦ Минфина, 2013. 300 с.

**О. В. Бондарская**

канд. экон. наук, доцент

**А. В. Бурцева**

студентка группы СЭБ-51

ФГБОУ ВО «ТГТУ»

г. Тамбов, Россия

**Б. О. Турсунов**

канд. экон. наук, доцент

зав. кафедрой «Экономическая безопасность»

ТГЭУ

**Н. Н. Набиева**

ассистент

ТГЭУ

г. Ташкент, Узбекистан

## **ВЛИЯНИЕ УГРОЗ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА**

*Аннотация.* В статье проведен анализ теневого сектора и анализ экономической безопасности региона и предложены меры ее повышения (на примере Тамбовской области). Рассмотрены такие показатели как среднемесячная

номинальная численность з/п работников предприятий и организаций, численность официально зарегистрированных безработных, а также изучена статистика коррупционной деятельности. Предложены пути уменьшения масштабов теневой экономики.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность региона, теневая экономика, финансовые показатели, коррупция, безработица, последствия теневого сектора, меры повышения экономической безопасности региона.

Актуальность проблемы теневого бизнеса объясняется тем, что во всех странах без исключения присутствует теневой сектор. Во многих странах он достигает колоссальных масштабов, что негативно сказывается на экономической и национальной безопасности страны, а также регионов.

К тому же в нашем государстве в значительной степени большая доля теневых доходов – свыше 25% ВВП, а эти средства могли бы использоваться в формировании и расширении малого бизнеса в субъектах РФ, увеличение коэффициента полезного действия государственных финансов благодаря расширению реальной базы налогообложения предпринимательского сектора, а также уменьшение социальной напряженности.

Нелегальный бизнес неразрывно связан с теневой экономикой страны. Теневая экономика – это доля экономики, организуемая преступной (незаконной) экономической деятельностью нескольких типов – уголовной и предпринимательской, диапазон увеличения которой зависит от уровня экономического развития страны.

В настоящее время в России о коррупции говорят очень много. Спротивление ей стало одной среди главных проблем, на урегулирование которой определены силы государственного аппарата.

Количество коррупционных преступлений в России растет второй год подряд, сообщил накануне Краснов. По его словам, уровень преступлений, связанных с откатами в сфере государственных закупок, подскочил на 74%. Число правонарушений, совершенных преступными группами, выросло на 17%. Наибольшее количество коррупционных преступлений наблюдается в Орловской, Московской и Курской областях.

В Тамбовской области в 2019 году по сравнению с 2018 годом увеличилось число уголовных дел о правонарушении коррупционной направленности, их статистика представлена в табл. 1.

Таким образом, взяточничество заставляет нелегальную экономику сохраняться в тени и вести конспиративный бизнес, а также разрабатывает базу для развития новых сфер и видов теневой экономики.

## 1. Статистика уголовных дел о преступлениях коррупционной направленности

	2018	2019
Дела, направленные в суд	76	108
Лица, привлеченные к уголовной ответственности	80	120
Число обнаруженных фактов получения взятки, из них в крупном размерах	7 0	30 2

Среди мотивов жителей Тамбовской области уйти из формально-го сектора экономики в нелегальный можно обнаружить один существенный, это неудовлетворительный уровень доходов, который получают в законном порядке трудоустроенные граждане, чей доход показан в табл. 2. По причине этого, все большее число работников побуждены поддерживать тесную связь с рыночной теневой экономикой.

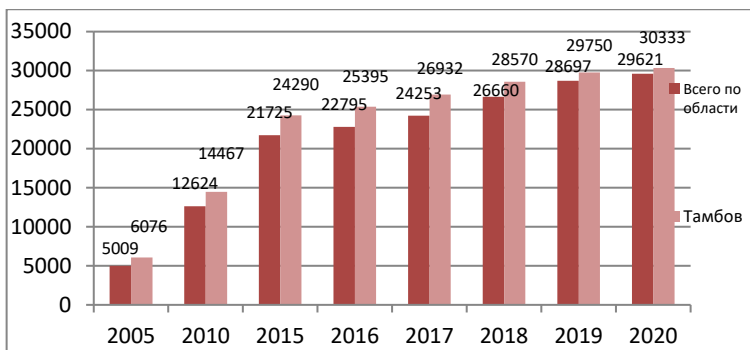
## 2. Среднемесячная номинальная начисленная з/п работников предприятий и организаций, руб.

	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020- июнь
Всего по области	5009	12 624	21 725	22 795	24 253	26 660	28 697	29 621
Тамбов	6076	14 467	24 290	25 395	26 932	28 570	29 750	30 333

Источник: Тамбовстат.

Исходя из данных табл. 2, мы видим увеличение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций и предприятий за период с 2005 по 2020 г., отразим это в рис. 1.

Иное основание присутствие теневой занятости в субъекте – невыполнимость, в силу сформировавшихся обстоятельств, подобрать себе применение в экономике на основании закона, из-за этого увеличивается процент неофициально занятого населения, которые заинтересованы, в первую очередь, в теневом рынке труда.



**Рис. 1. Сравнительный анализ среднемесячной номинальной начисленной з/п работников, руб.**

### **3. Численность не занятых трудовой деятельностью и безработных, зарегистрированных в службах занятости на конец 2019 г. (человек)**

	Численность не занятых трудовой деятельностью	В % к концу 2018 г.	Официально признанные безработными	В % к концу 2018 г.	Получают пособие	Заявленная потребность в рабочих местах	В % к концу 2018 г.
Всего по области	3585	97,2	3447	98,4	2989	7508	86,4
Тамбов	673	102,6	621	102,5	499	1605	77,4

Источник: Тамбовстат.

На основании данных в табл. 3, можно сделать вывод, что статистические данные о количестве и составе безработных нужны для создания социальных программ по увеличению занятости экономически активного населения, повышению и поддержанию положения на российском рынке труда.

По всей видимости, теневой рынок труда, являясь средством дохода для значительной части жителей России, а также и Тамбовской области, дает возможность гражданам повысить уровень своего благо-

состояния, способствуя, исходя из этого, образованию среднего класса. При этом применение особо дешевой рабочей силой из «тени» вместо формальных сотрудников вызовет дисбаланс на рынке труда. Необходимость в работниках, которые будут готовы функционировать согласно нормам трудового законодательства, снижается, что, в свою очередь, влечет понижение стоимости на трудовые ресурсы и с течением времени уменьшению уровня официально уплачиваемой номинальной з/п.

Значительным последствием теневой занятости составляет повышение налоговой нагрузки на граждан, которые устроены в формальном секторе экономики, определенное тем, что доход граждан, действующих на незаконном рынке труда, не облагается налогом на доходы физических лиц (НДФЛ).

#### **4. Консолидированный бюджет Тамбовской области и бюджет территориального государственного внебюджетного фонда за 2019 г.**

	млн. руб.
<b>Доходы – всего</b>	<b>67 035,8</b>
из них:	
налог на прибыль организаций	4878,6
налог на доходы физических лиц	12 508,4
акцизы по подакцизным товарам (продукции)	4092,6
налоги на имущество	5963,8
<b>Расходы – всего</b>	<b>69 711,6</b>
из них:	
общегосударственные вопросы	4582,1
национальную безопасность и правоохранительную деятельность	457,9
национальную экономику	13 369,6
жилищно-коммунальное хозяйство	2699,2
образование	15 337,0
здравоохранение	15 322,5
социальную политику	13 206,5

Источник: Тамбовстат.

На основании данных, рассмотренных в табл. 4, можно сделать вывод, что недопоступление фискальных доходов при растущих затратных обязательствах зачастую обязывает государственные институты управления прямо или косвенно повышать налоговую нагрузку на формальный сектор, стимулируя, таким образом, будущий рост уровня неофициальной занятости.

Данные, представленные в табл. 5, показывают, что в Тамбовской области происходит снижение официально безработных категорий граждан, то же самое происходит и в г. Тамбов. Но на период июня 2020 г. наблюдается резкое увеличение числа официально безработных. Такое явление можно объяснить тем, что во время пандемии, связанной с COVID-19, многие мелкие организации (предприятия), индивидуальные предприниматели не смогли «выжить» в период ее обострения.

### 5. Численность официально зарегистрированных безработных (на конец года, чел.)

	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020-июнь
Всего по области	15 058	7964	4922	4558	4010	3503	3447	8944
Тамбов	3669	2222	1255	1233	865	752	621	–

Источник: Тамбовстат.

Таким образом, можно сделать вывод, что осуществляемый анализ показал, что на современном этапе занятость населения России в теневом (неформальном) секторе экономики приобрела характерный масштаб. Отдельным из казавшихся факторов роста численности, неофициально занятых пришелся низкий уровень доходов жителей Тамбовской области и нереальность исходя из образовавшихся обстоятельств (особенно, низкий уровень квалификации и образования, пандемия, отсутствие вакантных мест) увеличить уровень своего благосостояния, не применив помощь теневого рынка.

Основываясь на экономической политике Тамбовской области, можно выявить несколько главных причин, почему субъект не осуществляет определенных действий для того, чтобы уменьшить теневую экономику. Одна из них содержится в том, что это очень тяжелая процедура для органов государственной власти, и они в общей сложности не мотивированы ее решать. К тому же, эта причина

должна решаться не только в Тамбовской области, но и в остальных регионах сразу: если в одном из регионов система по борьбе с теневой экономикой усиливается, то, соответственно, бизнес просто переходит в другие регионы, которые становятся своего рода «внутренними» офшорными зонами.

Для борьбы с теневой экономикой в Тамбовской области следует действовать в следующих направлениях:

1. Ужесточить меры уголовного наказания по подобным экономическим преступлениям, как легализация доходов и коррупция.
2. Повысить качество оказываемых государственных услуг.
3. Пересмотреть налоговую политику, которая допустила бы воздержаться от экспорта капитала из страны, и, таким образом, гарантировать добавочные налоговые поступления в бюджет.
4. Увеличить наблюдение за действиями органов исполнительной власти.

Центрами в этой системе мер должны стать соответственные мероприятия и решения:

- борьба с обналичиванием финансовых ресурсов. Использование реальных денег в коммерческой деятельности зачастую является почвой теневой экономики;
- осуществление всеобщего помилованья по экономическим и налоговым преступлениям на указанную сумму в корпоративной сфере;
- внедрение системы экономического побуждения вылазки граждан и юридических лиц из неформального сектора экономики;
- определение экономически соответствующего, объективного, но точно администрируемого налогообложения;
- активизация безналичных расчетов и борьба с наличными денежными средствами (в частности в иностранной валюте);
- осуществление очевидной и последовательной национальной политики содействия с частным законным бизнесом;
- создание некоррумпирующей, честной и высокопрофессиональной судебной и правоохранительной системы;
- уничтожение созданной преступности во всех сферах общества, в первую очередь в теневом секторе экономики и финансовой системе.

Важно отметить, что эпидемия коронавируса обязала государство подготовить существенное число мер стремительной помощи бизнесу, испытавшему на себе серьезные последствия вспышки заболевания. Субъекты малого и среднего предпринимательства получили право на отсрочку выкупных платежей на срок от шести месяцев до одного года. Соответствующий закон, направленный на обеспечение устойчиво-



го развития экономики, подписал президент Владимир Путин. Подобные меры заключались и продолжают приниматься как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях. Это позволило многим организациям и предприятиям не уходить в теневой бизнес и законно вести свою деятельность. Например, были применены следующие действия и предложения:

1. В министерстве подготовили программу об особом порядке сокращения сотрудников, преобразование их обязанностей и условиях режима остановки во время пандемии.

2. Перенос срока уплаты налогов (продление, отсрочки, рассрочки).

3. списание налогов (кроме НДС) и взносов за 2 квартал 2020 г.

4. Прямые субсидии из бюджета в размере 1 МРОТ на сотрудника за апрель и май 2020 г.

5. Прямые субсидии из бюджета на частичную компенсацию затрат на профилактику COVID-19.

6. Полугодовой банкротный мораторий.

Из чего можно заключить, что сдерживание неформальных отношений в экономике Российской Федерации, а также ее субъектов должно стать главным вопросом государственного регулирования. Государственное влияние на неформальную экономику должно проводиться разграничено. Принудительная теневая экономика должна испытывать в основном косвенное воздействие (сквозь организацию благоприятной рыночной среды), а криминальная подвергаться в большинстве случаев воздействию прямыми административными методами по принципу конституционного права при активном участии правоохранительных органов.

### **Список используемых источников**

1. Данные Росстата – территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области. – [Электронный ресурс].

2. Экономическая безопасность личности / Бондарская Т.А., Гучетль Р.Г., Попова Г.Л., Саталкина Н.И. – Тамбов, 2019.

3. Бондарская Т.А. Особенности смены ориентиров управления региональной экономикой в современной России // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т. 10, № 5.– С. 20 – 23.

4. Бондарская Т.А., Ширяев М.Ю. Направления влияния институциональных изменений на организационно-экономический инструментарий развития малых городов // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т. 9, № 12.– С. 23 – 26.

**О. В. Бондарская**  
канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

**А. М. Оганесян**  
преподаватель  
НПУА  
г. Ереван, Республика Армения

**М. И. Карпушева**  
студентка  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ «КРИЗИСНОГО ПОЛЯ» И «МАСШТАБОВ» РЕГИОНАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Ключевые слова:* безопасность, объекты оптимизации стратегии, экономические выгоды, обоснованность мероприятий.

Проведенный анализ финансового состояния предприятия, и оценка риска финансового кризиса выявило, что ОАО «Биохим» на конец года значительно ухудшил свою финансовую устойчивость.

Однако, на практике возникает необходимость определения размеров кризисного поля и масштабов кризисного состояния предприятия.

С этой целью проведены следующие расчеты, которые можно увидеть в табл. 1.

Из показателей, предложенных Бланком И.А. нами отобраны те, которые более всего отражают состояние анализируемого предприятия.

Коэффициент автономии за анализируемый период повысился до 0,443, что говорит о том, что предприятие стало меньше зависеть от внешних кредиторов и инвесторов. Однако, динамика его роста незначительна за анализируемый период, поэтому говорить об укреплении финансового состояния предприятия рано.

Коэффициент финансирования увеличивается, так как на предприятии увеличивается сумма собственного капитала. Это означает, что ОАО «Биохим» становится менее зависимой от кредиторов.

Предприятие пользуется заемными средствами как на долгосрочной, так и на краткосрочной основе. Однако, в 2019 г. соотношение этих кредитов оказалось в пользу краткосрочных займов.

Сокращение величины долгосрочных займов и увеличение краткосрочных кредитов говорит о том, что предприятие не может обойтись без привлеченных средств [1].

## 1. Показатели «кризисного поля» ОАО «Биохим» [2]

Объекты наблюдения «кризисного поля»	Показатели-индикаторы	
	Объемные	Структурные
1	2	3
I. Структура капитала предприятия	<p>1. Сумма собственного капитала предприятия, тыс. руб.: на 31.12.18 – 144 964 на 31.12.19 – 172 235</p> <p>2. Сумма заемного капитала предприятия, тыс. руб.: на 31.12.18 – 185 187 на 31.12.19 – 145 135</p>	<p>1. Коэффициент автономии: на 31.12.18 – 0,402 на 31.12.19 – 0,443</p> <p>2. Коэффициент финансирования: на 31.12.18 – 0,783 на 31.12.19 – 1,187</p> <p>3. Коэффициент долгосрочной финансовой независимости: на 31.12.18 – 0,726 на 31.12.19 – 0,588</p>
II. Состав финансовых обязательств предприятия по срочности погашения	<p>1. Сумма долгосрочных финансовых обязательств, тыс. руб.: на 31.12.18 – 116893 на 31.12.19 – 55993</p> <p>2. Сумма краткосрочных банковских кредитов, тыс. руб.: на 31.12.18 – 68 294 на 31.12.19 – 89 142</p> <p>3. Сумма внутренней кредиторской задолженности, тыс. руб.: на 31.12.18 – 26 835 на 31.12.19 – 67 714</p>	<p>1. Коэффициент соотношения долгосрочных и краткосрочных финансовых обязательств: на 31.12.18 – 1,712 на 31.12.19 – 0,628</p> <p>2. Период обращения кредиторской задолженности, дни: на 31.12.18 – 22,38 на 31.12.19 – 56,34</p>

Объекты наблюдения «кризисного поля»	Показатели-индикаторы	
	Объемные	Структурные
1	2	3
III. Состав активов предприятия	1. Сумма внеоборотных активов, тыс. руб.: на 31.12.18 – 141 356 на 31.12.19 – 289 795  2. Сумма оборотных активов, тыс. руб.: на 31.12.18 – 219 434 на 31.12.19 – 98 650  3. Сумма текущей дебиторской задолженности, тыс. руб.: на 31.12.18 – 64 387 на 31.12.19 – 69 598  4. Сумма денежных активов, тыс. руб.: на 31.12.18 – 2726 на 31.12.19 – 4877	1. Коэффициент текущей платежеспособности: на 31.12.18 – 2,31 на 31.12.19 – 0,63  2. Коэффициент абсолютной платежеспособности: на 31.12.18 – 0,5 на 31.12.19 – 0,03  3. Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности: на 31.12.18 – 0,42 на 31.12.19 – 0,97  4. Период обращения дебиторской задолженности, дни: на 31.12.18 – 53,6 на 31.12.19 – 58,1  5. Продолжительность операционного цикла, дни: на 31.12.18 – 151 на 31.12.19 – 113

Период обращения кредиторской задолженности увеличивается, т.е. предприятие использует в качестве источника финансовых ресурсов краткосрочные и беспроцентные кредитные средства, что можно отметить как положительную сторону деятельности хозяйствующего субъекта [2].

Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности на 01.01.18 и на 01.01.19 соответственно составляет 0,42 и 0,97. Этот показатель вырос за анализируемый период более, чем в два раза. Это говорит о том, что предприятие стремится к такому соотношению, чтобы покрывать свои краткосрочные обязательства за счет средств, поступающих от покупателей.

## 2. Оценка масштабов кризисного состояния ОАО «Биохим» на конец 2019 г. [3]

Объекты наблюдения «кризисного поля»	Масштабы кризисного финансового состояния предприятия		
	Легкий финансовый кризис	Глубокий финансовый кризис	Катастрофический финансовый кризис
I. Структура капитала предприятия	Рост – коэффициента автономии; – коэффициента финансирования	–	–
II. Состав финансовых обязательств предприятия по срочности погашения	Увеличение – краткосрочных банковских кредитов на 30,5%; – уменьшение долгосрочных банковских кредитов на 47,9%	–	–
III. Состав активов предприятия	Снижение коэффициентов платежеспособности, отклонение их от рекомендуемых значений	Практически полное отсутствие денежных средств на расчетном счете	–

Однако, на каждый рубль кредиторской задолженности приходится на конец года 97 коп. дебиторской задолженности.

Период обращения дебиторской задолженности увеличивается, что негативно, так как это означает, что покупатели медленнее расплачиваются по своим долгам [3].

Продолжительность операционного цикла составляет соответственно 151 и 113 дней, то есть за анализируемый период снизился, что позитивно для предприятия.

На основе рассчитанных показателей «кризисного поля» найдем масштаб финансового кризиса ОАО «Биохим» (табл. 2).

Коэффициенты ликвидности не находятся в пределах нормативных значений, а значит предприятие не обладает достаточной платежеспособностью.

Так как коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами меньше нормы, необходимо рассчитать коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности [4].

В целях получения оценок о возможности предприятия восстановить свою платежеспособность, то есть выйти из кризиса, рассчитаем соответствующий коэффициент по формуле:

$$\text{КВП} = (\text{КТЛ}_{\text{НП}} + 6/\text{T} \times (\text{КТЛ}_{\text{НП}} - \text{КТЛ}_{\text{КП}})) / \text{K}_{\text{норм.}},$$

где КВП – коэффициент восстановления платежеспособности;

$\text{КТЛ}_{\text{НП}}$  – коэффициент текущей ликвидности в начале отчетного периода;

$\text{КТЛ}_{\text{КП}}$  – коэффициент текущей ликвидности в конце отчетного периода;

T – отчетный период, по которому осуществляется анализ;

$\text{K}_{\text{норм.}}$  – значение нормы текущей ликвидности, равное 2.

$$\text{КВП} = (2,31 + 6/360 \times (2,31 - 0,63))/2 = 1,17.$$

Сравниваем полученный результат с 1. В нашем случае КВП превышает единицу, что означает, что предприятие в обычных условиях легко восстановит ликвидность своих активов не более 6 месяцев.

Таким образом, у предприятия наблюдается небольшой финансовый кризис и свою платежеспособность оно восстановит в ближайшие 6 месяцев текущего периода.

### **Список используемых источников**

1. Абалкин Л.И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение // Вопросы экономики – 1994. – № 12. – С. 4.
2. Бондарская Т.А. Региональная экономика: условия для современного управления // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т. 10, № 6.– С. 13 – 16.
3. Закон РФ «О безопасности» от 05.03.1992 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_376/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_376/) (дата обращения: 08.05.2020).
4. Бондарская Т.А., Злобина Н.В., Сизикин А.Ю. Совершенствование системы управления качеством на предприятии [Электронный ресурс]: монография. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2016, 80 с.

**Т. А. Бондарская**  
д-р экон. наук, зав. кафедрой «Экономическая  
безопасность и качество»  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

**Б. О. Турсунов**  
канд. экон. наук, доцент  
зав. кафедрой «Экономическая безопасность»  
ТГЭУ  
г. Ташкент, Узбекистан

**У. К. Краснояружская**  
студентка  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

**Н. Н. Набиева**  
ассистент  
ТГЭУ  
г. Ташкент, Узбекистан

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА БЕЗОПАСНОЕ РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ В ОБЩЕСТВЕ**

*Аннотация.* В современном мире цифровые технологии становятся неотъемлемой частью нашей жизни, проникая во все сферы деятельности человека. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в последнее десятилетие одним из наиболее перспективных инструментов, как на макро, так и на микроуровне является применение цифровизации как фактора устойчивого развития. Целью данной статьи является разработка мероприятий, направленных на решение проблем, связанных с процессами цифровизации. Объектом исследования курсовой работы является процесс цифровизации, происходящий в современной России. Предметом исследования выступает результат мероприятий, направленных на развитие и внедрение цифровых технологий в Российской Федерации.

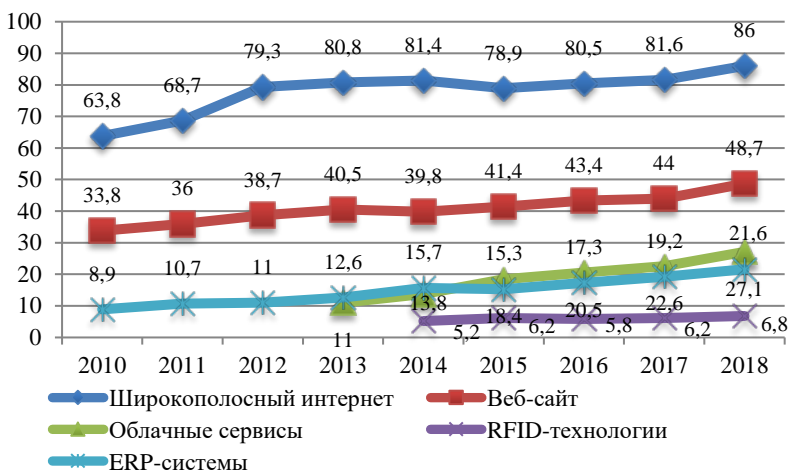
*Ключевые слова:* цифровизация, личность, цифровые технологии

Одной из главных целей любого государства является обеспечение высоких показателей качества жизни и безопасности его граждан. В XXI веке произошло ускорение процесса развития цифровых технологий. Цифровизация затронула практически все сферы жизни людей. Именно поэтому для достижения своих целей, государство должно использовать цифровые инструменты.

Развитие цифровизации – одна из главных тенденций современной России. Она затрагивает практически все сферы, внедряя в них цифровые технологии и тем самым повышая качество жизни населения. Технологии цифровизации успешно внедряются в нашей стране на протяжении многих лет.

Цифровизация предпринимательского сектора оказывает прямое воздействие на экономический рост, уровень занятости, конкурентоспособность. На рисунке 1 представлена динамика показателя цифровизации коммерческих организаций.

Изучив динамику индикаторов, представленных на рис. 1, можно отметить позитивную тенденцию развития цифровизации организаций в предпринимательском секторе.



**Рис. 1. Цифровизация организаций предпринимательского сектора (в процентах от общего числа организаций) [1]**

В период с 2010 года по 2018 год использование широкополосного интернета организациями увеличилось на 22,2%. В 2018 году произошел скачок использования веб-сайтов, всего на исследуемый период они стали популярнее на 14,9%. Применение систем планирования ресурсов предприятия (ERP-систем) увеличилось на 12,7%.

Облачная инфраструктура позволяет реализовывать совместные инициативы между финансовыми организациями и организациями иных секторов экономики, позволяя оперативно, в кратчайшие сроки, создавать новые рабочие бизнес-модели и ускорять вывод новых про-



дуктов на потребительский рынок. В период с 2013 года по 2018 год процент организаций, использующих облачные сервисы, значительно увеличился с 11% до 27,1% соответственно, прирост составил 17,1%.

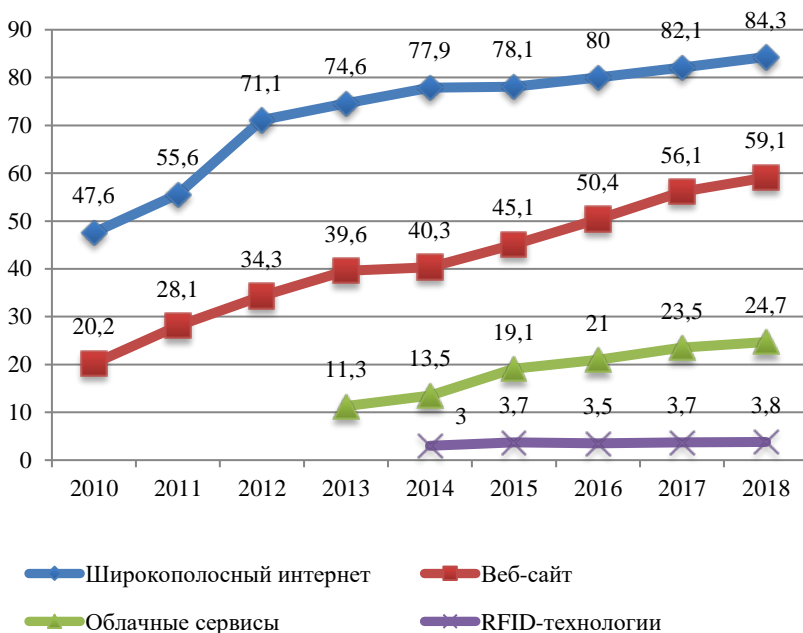
### 1. Абсолютные отклонения и темпы прироста индикаторов цифровизации организаций предпринимательского сектора

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Абсолютные отклонения</i>								
Широкополосный интернет	4,9	10,6	1,5	0,6	-2,5	1,6	1,1	4,4
Веб-сайт	2,2	2,7	1,8	-0,7	1,6	2	0,6	4,7
Облачные сервисы				2,8	4,6	2,1	2,1	4,5
RFID-технологии					1	-0,4	0,4	0,6
ERP-системы	1,8	0,3	1,6	3,1	-0,4	2	1,9	2,4
<i>Темп прироста</i>								
Широкополосный интернет	7,7	15,4	1,9	0,7	-3,1	2,0	1,4	5,4
Веб-сайт	6,5	7,5	4,7	-1,7	4,0	4,8	1,4	10,7
Облачные сервисы				25,5	33,3	11,4	10,2	19,9
RFID-технологии					19,2	-6,5	6,9	9,7
ERP-системы	20,2	2,8	14,5	24,6	-2,5	13,1	11,0	12,5

Технологии RFID применяются для контроля за перемещением товара на складе и в магазине, контроля рабочего времени, идентификации транспортных средств, автоматизации производства. Несмотря на очевидный рост представленных индикаторов, способы автоматической идентификации объектов (RFID-системы) пока что не пользуются популярностью в нашей стране. В период с 2014 по 2018 год прирост показателя составил всего 1,6%.

На рисунке 2 представлены данные по индикаторам цифровизации социальной сферы. Она включает в себя цифровизацию образовательных организаций высшего образования, организаций, осуществ-

ляющих деятельность в области здравоохранения и социальных услуг, культуры, спорта, досуга и развлечений.



**Рис. 2. Цифровизация организаций социальной сферы (в процентах от общего числа организаций) [1]**

Применение цифровых технологий в работе организаций социальной сферы позволяет не только улучшить качество предоставляемых услуг, но и повысить правильность прогнозов, оценок рисков и угроз, а также оптимизировать способы их нейтрализации.

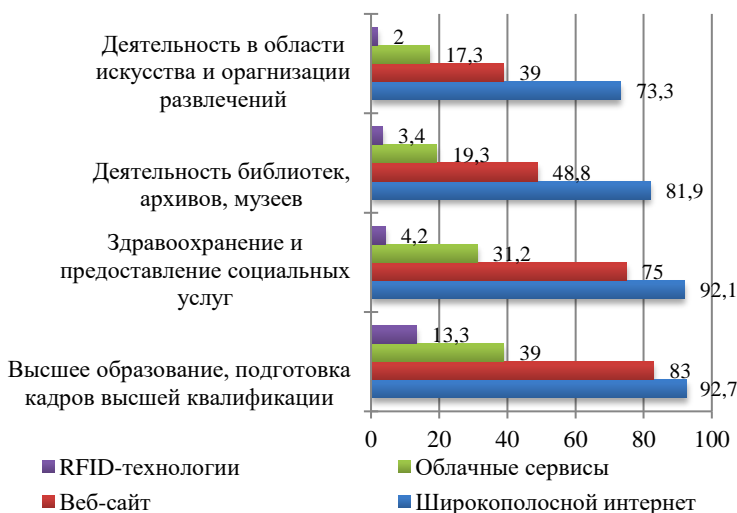
Изучив данные табл. 2 можно отметить постоянный рост индикаторов. Использование широкополосного интернета в период с 2010 года по 2018 год увеличилось на 36,7%, наибольший рост был в 2015 году, он составил 15,5%. Использование веб-сайтов также неизменно растет, в рассматриваемом периоде их количество увеличилось на 38,9%. В период с 2013 по 2018 год применение облачных сервисов увеличилось на 13,4%, пик по темпам прироста был в 2015 году и составил 41,5%. RFID-технологии не нашли популярности в организациях социальной сферы, в период с 2014 года по 2018 год процент их использования практически не изменился, рост составил всего 0,8%.

## 2. Абсолютные отклонения и темпы прироста индикаторов цифровизации социальной сферы

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Абсолютные отклонения</i>								
Широкополосный интернет	8	15,5	3,5	3,3	0,2	1,9	2,1	2,2
Веб-сайт	7,9	6,2	5,3	0,7	4,8	5,3	5,7	3
Облачные сервисы				2,2	5,6	1,9	2,5	1,2
RFID-технологии					0,7	-0,2	0,2	0,1
<i>Темп прироста</i>								
Широкополосный интернет	16,8	27,9	4,9	4,4	0,3	2,4	2,6	2,7
Веб-сайт	39,1	22,1	15,5	1,8	11,9	11,8	11,3	5,3
Облачные сервисы				19,5	41,5	9,9	11,9	5,1
RFID-технологии					23,3	-5,4	5,7	2,7

На рисунке 3 представлена цифровизация организаций социальной сферы за 2018 год. При этом, как можно заметить из рисунка, чаще всего цифровые технологии используются в образовательных организациях. Сфера образования лидирует по всем рассматриваемым показателям. Интернет используется в 92,7% организаций по большей части для поиска информации, электронной почты, финансовых операций, подготовки персонала, подписок на электронные базы данных и библиотеки. Веб-сайты используются в 83% организаций, облачные сервисы и RFID-технологии применяют в 39% и 13,3% организаций соответственно.

На втором месте находится система здравоохранения. В ней широкополосным интернетом пользуются 92,1% организаций, в основном для поиска информации в интернете, использования электронной почты, финансовых операций, проведения конференций и подготовки персонала. Веб-сайты есть у 75% организаций, облачные сервисы и RFID-технологии применяют 31,2% и 4,2% организаций соответственно.



**Рис. 3. Цифровизация социальной сферы по видам деятельности (в процентах от общего числа организаций) в 2018 году [1]**

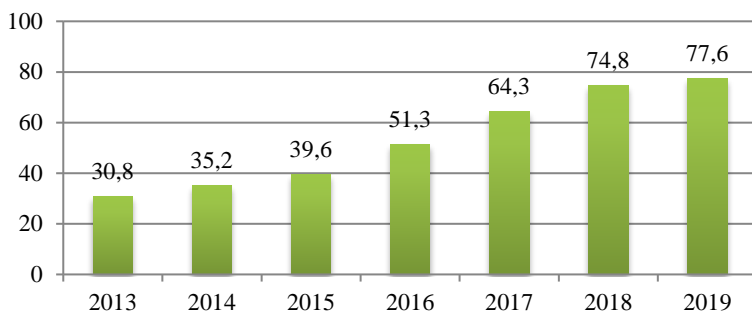
Цифровизация деятельности библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры занимает третье место. Интернет есть в 87,9% организаций, веб-сайты созданы у 48,8%. Облачные сервисы и RFID-технологии в исследуемом году используют 19,3% и 3,4% организаций соответственно. При этом оцифрована большая часть материала, хранящаяся в библиотеках, архивах и музеях. На рисунке 4 виден постоянный рост оцифрованных экземпляров.



**Рис. 4. Количество электронных каталогов, млн. ед. [1]**

В период с 2012 по 2018 год количество электронных каталогов библиотек увеличилось на 99,3 млн. ед. или на 117,8% и к 2018 году составило 183,6 млн. экземпляров. Электронных каталогов музеев также стало значительно больше. В исследуемый период их количество с 26,1 млн. увеличилось до 44,4 млн., то есть на 18,3 млн. или на 70%.

На рисунке 5 представлена динамика полученных населением государственных и муниципальных услуг. С каждым годом количество людей, выбравших электронную форму обращения увеличивается.



**Рис. 5. Получение населением государственных и муниципальных услуг в электронной форме (в процентах от численности населения в возрасте 15 – 72 лет, получавшего услуги) [1]**

Изучив данные табл. 3, можно отметить, что наибольший рост был в 2017 году, он составил 13%. Всего в период с 2013 года по 2019 год количество обращений в электронной форме увеличилось с 30,8% до 77,6%, т.е. на 46,8%. Несмотря на рост популярности электронного варианта взаимодействия с государством, остается немало людей, предпочитающих личный визит и персональные контакты, в основном это люди старшего поколения.

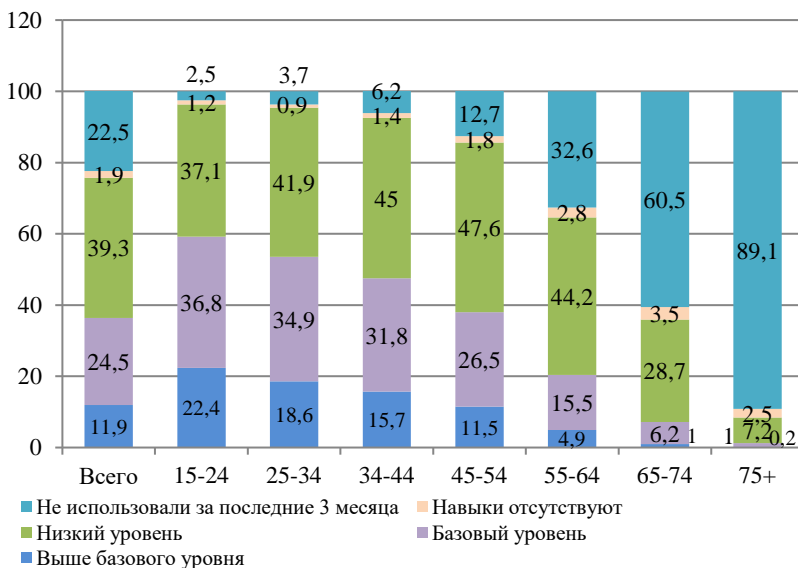
### 3. Абсолютное отклонение и темп прироста полученных населением государственных и муниципальных услуг в электронной форме

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Абсолютное отклонение	4,4	4,4	11,7	13	10,5	2,8
Темп прироста	14,3	12,5	29,5	25,3	16,3	3,7

Таким образом, можно отметить, что цифровые технологии все больше проникают во всех сферы нашей жизни. Однако стоит понимать, что Россия находится лишь в самом начале пути цифровизации и формирования новых общественных отношений.

Безусловно, цифровизация имеет множество положительных проявлений, как для отдельно взятой личности, так и для общества в целом. Но вместе с тем, уже достаточно очевидны и негативные последствия данного процесса. Одной из наиболее масштабных угроз социальной безопасности является угроза безработицы, в результате высвобождения большого количества рабочих мест.

Цифровые технологии позволили автоматизировать множество процессов, в первую очередь, касающихся простого физического труда. Применяемые в организациях системы искусственного интеллекта все чаще вымещают специалистов средней квалификации. Кроме того, цифровизация влияет на заработную плату работников и приводит к ее сокращению. По данным ЦМАКП развитие цифровизации способно вытеснить 12,5 млн. занятых [14].



**Рис. 6. Уровень владения населения цифровыми навыками по возрастным группам за 2019 год (в процентах от общей численности населения соответствующей возрастной группы) [1]**

Также, на данный момент, существует опасность превышения темпов развития цифровизации над темпами переквалификации сотрудников. В результате чего, население, не сумевшее приспособиться к новым реалиям, потеряет работу.

Изучив рисунок 6, можно заметить, что большая часть населения, а именно 39,3%, имеет низкий уровень владения цифровыми технологиями. Базовый уровень у 24,5% населения, 22,5 не использовали интернет в течение последних 3 месяцев, и наконец, навыки лишь 11,9% населения оцениваются выше базового уровня.

Так как цифровая трансформация общества напрямую связана с оцифровкой, сбором, обработкой и хранением различной информации, полученная в результате этих действий информация нуждается в надежной защите. Быстрые темпы развития цифровизации повышают вероятность появления новых видов мошенничества. Кибератаки на различные коммерческие организации, государственные учреждения, социально значимые объекты, что, в конечном счете, негативно сказывается на безопасности отдельно взятой личности.

Кроме того, изменения, возникающие во время перехода к цифровой экономике, потенциально могут понизить существующий уровень безопасности данных. Вследствие чего важная информация может быть не только похищена, но и безвозвратно утеряна.

Как видно из табл. 4 уже сегодня большое количество людей сталкивается с угрозами информационной безопасности различной тяжести и масштаба.

#### **4. Столкновение населения с угрозами информационной безопасности при использовании интернета (в процентах от численности населения в возрасте 15 – 74 лет)**

	2015	2016	2017	2018	2019
Несанкционированная рассылка (спам)	19	18,4	18,5	19,7	22,3
Заражение вирусами	17,1	13,3	11,4	8,9	7,5
Несанкционированный доступ к компьютеру	1,9	1,4	1,8	1,4	1,5
Использование мобильного телефона неизвестными лицами	0,4	0,7	0,8	0,7	0,8
Использование электронной почты неизвестными лицами	0,6	1,7	0,9	0,7	0,6
Хищение денежных средств	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3

За исследуемый период с 2015 года по 2019 год количество несанкционированного спама увеличилось на 3,3%. Заражение вирусами уменьшилось на 9,6%, несанкционированный доступ к компьютеру увеличилось на 0,4%, использование мобильного телефона неизвестными лицами увеличилось на 0,4%. Использование электронной почты неизвестными лицами резко понизилось, но затем вернулось к изначальной отметке в 0,6%, хищение денежных средств с использованием сети интернет также не изменилось и в 2019 году составило 0,3%.

Стоит отметить, что виды преступлений, совершенные с использованием информационно-телекоммуникационных технологий, остаются самыми трудно раскрываемыми.

По данным МВД РФ количество преступлений с использованием интернета из года в год увеличивается стремительными темпами. В период с 2017 года по ноябрь 2020 года количество преступлений увеличилось на 370635 или на 409%. Также следует отметить и колоссальную разницу между количеством зарегистрированных и раскрытых преступлений. В 2020 году был наибольший разрыв, который составил 375 482 случая. Это объясняется не только сложностью поиска виновного, но наличием изъянов в правовой системе и низким уровнем технического оснащения, необходимым для установления личности субъекта правонарушения.



**Рис. 7. Преступления, совершенные с использованием компьютерных и телекоммуникационных технологий [3]**



Разглашение персональных данных граждан в процессе их обработки с использованием информационных технологий также представляет собой существенную угрозу безопасности личности в обществе. В правонарушения, связанные с раскрытием персональных данных, применение санкций является практически неосуществимым. В попытках защитить себя появляется все больше людей, отказывающихся от использования сети интернет.

На рисунке 8 отражена динамика процента населения, не использующего интернет по соображениям безопасности. Подавляющее большинство из них идут на этот шаг из-за нежелания раскрывать в интернете персональные данные. В период с 2015 года по 2019 год количество людей, не использующих интернет, увеличилось на 1,9%.



**Рис. 8. Население, не использующее интернет по соображениям безопасности (в процентах от численности населения в возрасте 15 – 74 лет, не использовавшего интернет) [1]**

Таким образом, можно отметить, что процессы, связанные с цифровизацией страны, несмотря на множество положительных моментов, могут вызывать существенные риски. Именно поэтому чрезвычайно важно уделить внимание разработке мероприятий, направленных на нивелирование существующих угроз, предотвращение будущих рисков, а также повышение эффективности использования цифровых технологий и рост темпов их внедрения.

Тенденции развития современного мира говорят о том, что в скором будущем практически каждая профессия будет в той или иной степени связана с технологиями. Это означает, что значимость владе-

ния технологиями и навыками работы с роботами существенно возрастет. В связи с этим, следует выделить ряд мер, направленных на смягчение проблем, возникновение которых потенциально возможно во время перехода к цифровой экономической цивилизации.

1. Необходимо увеличивать объемы финансирования научно-исследовательских разработок, подготовки кадров и образования в сфере высоких технологий, особенно на начальном этапе.

2. Необходимо уделить внимание стимулированию отдельных направлений на более активное внедрение цифровых технологий.

3. Необходимо поддерживать такие направления, как импортозамещение, экспорт информационных технологий, обеспечение равных условий ведения деятельности интернеткомпаниям в России, развитие инфраструктуры доступа и хранения данных, стимулирование всех видов массовых цифровых коммуникаций и сервисов.

4. Произвести ряд изменений в существующей на данный момент законодательной базе. Изменения должны быть направлены на повышение эффективности регулирования электронного оборота, формирование архива электронных документов.

5. Несмотря на очевидную сложность, крайне необходимо провести изменения в медицинской сфере: завершить внедрение цифровых технологий, уделить внимание созданию программ, которые позволят на расстоянии провести диагностику пациента, повсеместно ввести практику использования электронных карт пациентов.

6. Необходимо уделить особое внимание развитию отечественных технологий виртуальной реальности и искусственного интеллекта.

7. Далеко не все россияне смогут быстро переквалифицироваться и повысить свою конкурентоспособность на рынке труда. Поэтому необходимо усовершенствовать меры поддержки социально незащищенных слоев населения, которые возникли или могут возникнуть в ближайшие годы в связи с изменениями на рынке труда, вызванными последствиями процесса цифровизации:

- Введение «базового безусловного дохода» позволит частично нивелировать неравенство в распределении доходов, однако требуется разрешение связанных с этим инфляционных и других проблем;

- Необходимо развивать предпринимательскую активность как альтернативу работе по найму;

- Стимулирование активного создания новых предприятий позволит повысить шансы на переобучение и дальнейшее трудоустройство потерявшего работу населения;

- Введение дополнительных налогов. В конце августа 2020 года правительственная комиссия по цифровому развитию утвердила пас-

порт федерального проекта «Искусственный интеллект». В связи с этим одной из мер может стать введение налога на роботов, позволит собрать необходимые средства и перенаправить их на помощь населению, потерявшему работу в процессе автоматизации производства;

– Рассмотреть переход на четырехдневную рабочую неделю или шестичасовой рабочий день.

Необходимо отметить, что цифровизация является относительно новым, малоизученным видом хозяйственных отношений между субъектами. Но уже вполне очевидно, что именно цифровизация станет локомотивом развития современной экономической и социальной сферы. Несмотря на это, процесс цифровизации в России демонстрирует восходящую динамику, что положительно влияет на качество жизни граждан и обеспечивает экономический рост страны.

### Список используемых источников

1. Индикаторы цифровой экономики: 2020: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишнеvский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2020. URL: <https://www.hse.ru/primarydata/ice2020> (дата обращения: 16.12.2020).

2. Официальный сайт Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП). – URL: <http://www.forecast.ru/> (дата обращения: 16.12.2020).

3. Официальный сайт Министерства Внутренних дел Российской Федерации (МВД РФ). – URL: <https://мвд.рф/> (дата обращения: 20.12.2020).

4. Официальный сайт Международного независимого института аграрной политики (МНИАП). – URL: <http://мниап.рф/analytics/Perspektivy-cifrovizacii/> (дата обращения: 20.12.2020).

5. Бондарская Т.А., Современные условия для управления экономикой региона // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-usloviya-dlya-upravleniya-ekonomikoou-regiona> (дата обращения: 21.12.20).

6. Маркетинговый подход в муниципальном управлении / Т.А. Бондарская, О.В. Бондарская, Р.Г. Гучетль // В сборнике: Устойчивое развитие: традиции местного самоуправления и современность. Материалы Международной научно-практической конференции, к 155-летию земской реформы и 75-летию ноосферной концепции В.И. Вернадского. – 2019. – С. 129 – 133.

7. Бондарская Татьяна Анатольевна, Бондарская Оксана Викторовна. Качество региональной экономики: анализ и перспективы // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – № 9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-regionalnoy-ekonomiki-analiz-i-perspektivy> (дата обращения: 21.12.20).

**Т. А. Бондарская**  
д-р экон. наук, зав. кафедрой «Экономическая  
безопасность и качество»  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

**С. А. Мкртчян**  
канд. экон. наук, доцент  
НПУА  
г. Ереван, Республика Армения

**Я. А. Турик**  
студентка  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

*Аннотация.* Социальная политика призвана поддерживать стабильность экономики, защищать людей в условиях риска, поддерживать наиболее уязвимые группы населения. В данной статье были рассмотрены особенности социальной политики как составляющей экономической безопасности региона. Проанализированы основные социально-экономические показатели выбранного субъекта. Объект исследования – Тамбовская область, предмет исследования – социальная политика региона, ее формирование и реализация. Были найдены пути совершенствования существующего уровня экономической безопасности региона.

*Ключевые слова:* экономика, социальная политика, экономическая безопасность, стратегия развития, Тамбовская область

Социальная политика – это не столько система мер и мероприятий, сколько система взаимоотношений и взаимодействий между социальными группами, социальными слоями общества. Люди – главное в социальной политике. Все действия должны быть направлены на благосостояние людей, их социальную защиту и социальное развитие.

Нельзя переоценить влияние социальной политики на экономические показатели региона. Она способна усилить трудовую мотивацию и стимулировать конкуренцию, что, в свою очередь, ощутимо повышает качество жизни населения. Помимо прочего, социальная политика дает возможность контроля органами власти за грамотным использованием ресурсов субъекта [1].

Социальная стабильность напрямую влияет на экономическую безопасность. Оно показывает насколько эффективно государство может реагировать на социальные проблемы и решать их. Важно, чтобы стратегия выстраивания экономической безопасности основывалась на выявлении актуальных угроз, поскольку они могут подорвать социально-экономическую обстановку в регионе. Главные угрозы социальной стабильности следующие:

- Отстранение государства от функций защитника, сокращение свобод людей и ограничение их в правах, отсутствие социальных гарантий;

- Деградация условий труда, разложение его культуры, которые подрывают качество жизни людей и тормозят их развитие в этой среде;

- Частые случаи безработицы, потеря мотивации образовываться.

- Уменьшение средней заработной платы, которое приведет к понижению качества жизни людей, ухудшению их покупательной способности;

- Рост криминальной активности в городах, на фоне обеднения их жителей в сравнении с деревней. Негативные множественные явления: организованная преступность, наркомания и т.д.

- Деградация семейных отношения, из-за чего слабеет институт брака [2].

Судить о состоянии социальной безопасности можно по чертам, которые обязательно должны включать следующие показатели:

1. Описывающие в общих чертах социальный характер. А именно то, как соотносятся доходы региона и страны в целом. В нашем случае Тамбовской области и всей России. Также сюда входят расходы на образование, на здравоохранение, на культуру, которые приходится на душу населения;

2. Показывающие характер населения, а именно демографию и трудовые ресурсы. К первой относятся рождаемость, смертность, средняя продолжительность жизни. Ко второму относятся количество трудовых ресурсов, их численность, и то как они структурированы, насколько трудоустроено экономически активное население;

3. Демонстрирующие качество жизни населения, на который влияют культура потребления, доступность товаров и размер средней заработной платы [4].

Рассмотрим некоторые из этих показателей в сравнении со средними по России.

### 1. Среднедушевые денежные доходы, руб. [5, 6]

	2015	2016	2017	2018
Россия	30 467	30 675	31 745	33 010
Тамбовская область	25 089	25 975	25 950	26 970

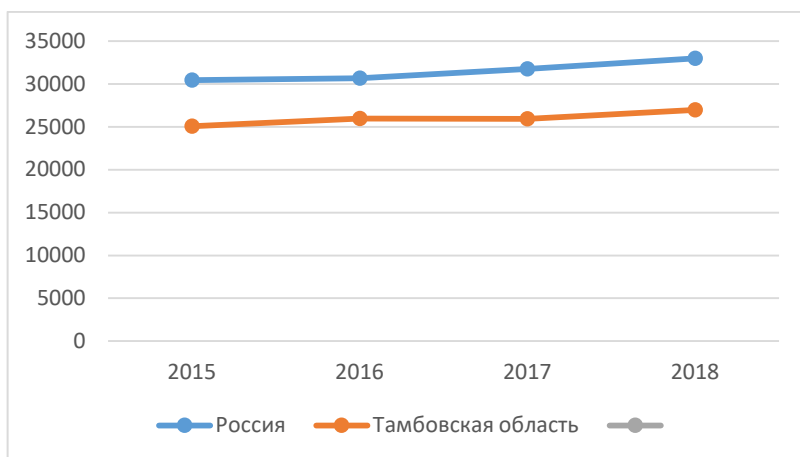


Рис. 1. Среднедушевые денежные доходы, руб.

#### 1.1. Абсолютное отклонение, руб.

	2015	2016	2017	2018
Россия		208	1070	1265
Тамбовская область		886	-25	1020

#### 1.2. Темп прироста, %

	2015	2016	2017	2018
Россия		0,68	3,49	3,98
Тамбовская область		3,53	-0,1	3,93

В Тамбовской области в период с 2015 по 2018 год наблюдается увеличение среднедушевых денежных доходов. В 2018 году по сравнению с 2015 годом доходы выросли на 1881 рубль, однако данный показатель все еще меньше среднего по России показателя в аналогичном периоде на 6040 рублей. Стоит отметить, что темп прироста среднедушевых доходов в Тамбовской области и по России в 2018 году оказался приблизительно равным и составил около четырех процентов, что говорит о том, что по этому показателю регион развивается с той же скоростью, что и большинство остальных регионов России.

## 2. Продолжительность жизни (женщины), лет [5, 6]

	2015	2016	2017	2018
Россия	76,71	77,06	77,64	77,82
Тамбовская область	77,51	77,78	77,54	77,4

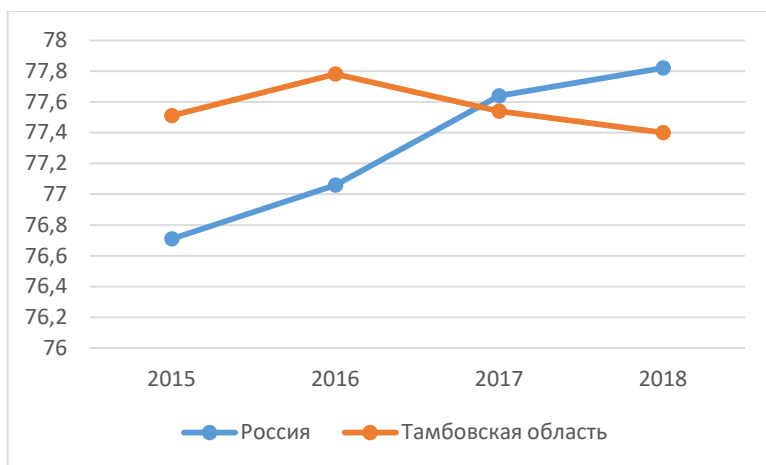


Рис. 2. Продолжительность жизни (женщины), лет

### 2.1. Абсолютное отклонение, лет

	2015	2016	2017	2018
Россия		0,35	0,58	0,18
Тамбовская область		0,27	-0,24	-0,14

## 2.2. Темп роста, %

	2015	2016	2017	2018
Россия		0,46	11,50	10,90
Тамбовская область		0,35	-0,31	-0,18

Продолжительность жизни женщин в Тамбовской области начиная с 2017 года начала падать. В 2017 году она упала на 0,24 единиц, в 2018 на 0,14 единиц, что является крайне негативной тенденцией на фоне увеличения данного показателя в целом по России.

## 3. Продолжительность жизни (мужчины), лет [5, 6]

	2015	2016	2017	2018
Россия	65,92	66,5	67,51	67,75
Тамбовская область	65,9	66,42	67,72	67,39

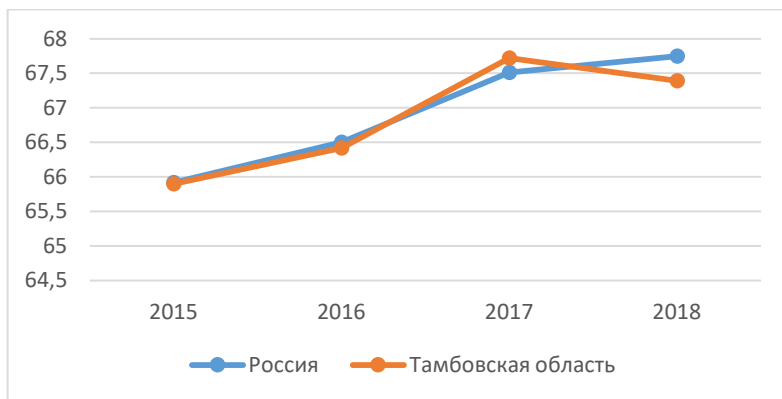


Рис. 3. Продолжительность жизни (мужчины), лет

## 3.1. Абсолютное отклонение, лет

	2015	2016	2017	2018
Россия		0,58	1,01	0,24
Тамбовская область		0,52	1,3	-0,33



### 3.2. Темп прироста, %

	2015	2016	2017	2018
Россия		0,88	11,50	10,90
Тамбовская область		0,79	1,96	-0,49

Продолжительность жизни мужчин в Тамбовской области так же вызывает некоторые опасения. В 2018 году по сравнению с 2017 данный показатель упал на 0,33 единиц, в то время как в целом по России данный показатель растет стабильно.

### 4. Заболеваемость, случай на 1000 человек [5, 6]

	2015	2016	2017	2018
Россия	778,2	785,3	778,9	782,1
Тамбовская область	646,8	652,6	632	621,7



Рис. 4. Заболеваемость, случай на 1000 человек

### 4.1. Абсолютное отклонение, случай на 1000 человек

	2015	2016	2017	2018
Россия		7,1	-6,4	3,2
Тамбовская область		5,8	-20,6	-10,3

#### 4.2. Темп прироста, %

	2015	2016	2017	2018
Россия		0,91	11,50	10,90
Тамбовская область		0,90	-3,16	-1,63

Что касается заболеваемости, в Тамбовской области ее показатели ниже, чем в целом по России, однако количество случаев заболевания остается стабильно большим на протяжении всего рассматриваемого периода, никаких положительных тенденций не наблюдается.

#### 5. Средняя заработная плата, руб. [5, 6]

	2015	2016	2017	2018
Россия	34 030	36 709	39 167	43 724
Тамбовская область	22 832	23 900	24 253	26 660

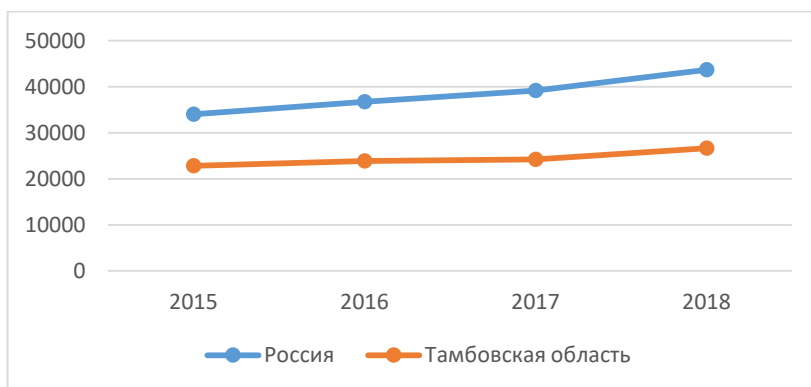


Рис. 5. Средняя заработная плата, руб.

#### 5.1. Абсолютное отклонение, руб.

	2015	2016	2017	2018
Россия		2679	2458	4557
Тамбовская область		1068	353	2407

## 5.2. Темп прироста, %

	2015	2016	2017	2018
Россия		7,87	11,50	10,90
Тамбовская область		4,68	1,48	9,92

Средняя заработная плата в Тамбовской области имеет тенденцию к росту, однако темп ее прироста ощутимо ниже, чем по России в целом. Так, в 2016 году темп прироста средней заработной платы в Тамбовской области составил 4,68% против 7,87% по России, в 2017 году 1,48% против 11,5% по России и только в 2018 году со значением 9,92% приблизился к показателю по России – 10,9%.

Таким образом, анализ социальной сферы Тамбовской области дал возможность увидеть такие угрозы безопасности как:

1. Сокращение продолжительности жизни населения (по сравнению с увеличением продолжительности жизни населения по России в целом).
2. Снижение коэффициента рождаемости.
3. Стабильно большой показатель заболеваемости населения.
4. Невысокий рейтинг Тамбовской области в России по размеру заработной платы. По данным из стратегии развития Тамбовской области, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в Тамбовской области составляет 61,9% от среднероссийского и 49,4% от среднего уровня ЦФО.

Для решения вышеизложенных проблем в Стратегии развития Тамбовской области до 2035 года было изложено следующее:

Планируются активные меры по озеленению окружающей среды и ее охране. Это сделает жизнь людей в регионе более комфортной, сохранит здоровье населения. Достигнуть этого возможно с помощью работы над зелеными насаждениями и особо охраняемыми природными объектами. Так, площадь последних к 2035 году должна будет вырасти до 7%. Что касается защиты природы, будет реализовано уменьшение выбросов в атмосферу и сбросов сточных вод. По плану первое сократят до 405 кг/млн. рублей, а второе до 38 млн. м<sup>3</sup>. Таким образом, это положительно скажется на существующем уровне заболеваемости, продолжительности жизни и в целом на комфорте населения Тамбовской области.

Помимо прочего, активно проводится оптимизация и усовершенствование системы здравоохранения. Так, в первую очередь, проводят цифровизацию: рецепты, больничные листы, запись к врачам заменя-

ют на электронные аналоги. Повышается доступность населению медицинской помощи посредством создания мобильных способов ее оказания. Также разрабатывается сеть офисов врачей общей практики.

Немалое внимание уделяется и профессиональному уровню врачей, а именно их образованию. Вводят новые способы обучения, например, дистанционное, что особенно актуально в условиях пандемии. Кроме того, постоянно совершенствуются стандарты, по которым оцениваются навыки врачей. Отдельно встает вопрос об аккредитации медицинского персонала, для этого создаются независимые центры, за которые отвечают профессиональные сообщества.

Численность населения в Тамбовской области будет сокращаться. Однако проблема демографии не останется без внимания. Государство планирует продолжать развивать поощрения в виде материнского капитала. Так, на момент 1 января 2020 года за первенца дадут 466 617 рублей, а за второго ребенка 616 617 рублей. Такими средствами ведется борьба с негативной демографической тенденцией.

Повышать уровень заработной платы власти собираются благодаря инвестиционным проектам. Добиваться этого региональные органы будут посредством улучшения механизмов и применяемых мер поддержки инвестиционных проектов. В это входят: гарантии по кредитам банков, непосредственно вложения в проекты, прямое их финансирование с долей участия государства. Таким образом, главной задачей в решении проблемы низких заработных плат является улучшение инвестиционного климата Тамбовской области.

Главной задачей в промышленности стоит удвоение производства с помощью как развития базовых отраслей (пищевая, оборонная, химическая промышленность), так и разработки новых.

Таким образом, социальная политика призвана улучшить показатели экономического развития региона, повысить качество жизни населения, дать толчок экономическому прогрессу. Именно поэтому в стратегиях экономического развития регионов ей уделяется такое большое значение.

### **Список используемых источников**

1. Орешин В.П. Региональная экономика и управление: учебное пособие. – М.: РИОР, Инфра-М, 2017. – 200 с.
2. Бондарская Т.А., Бондарская О.В., Гучетль Р.Г. Формирование экономической безопасности региона // Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России: материалы Всероссийской научно-практической конференции, 11–12 апреля 2018 г. – Тамбов, 2018. – С. 56 – 66.

3. Васильев В.П., Холоденко Ю.А. Экономика: учебник и практикум. М.: Юрайт, 2020. – 298 с.
4. Долгова, В.Н. Статистика : учебник и практикум / В.Н. Долгова, Т.Ю. Медведева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 626 с.
5. Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/>
6. Тамбовстат. URL: <https://tmb.gks.ru/>

**Т. А. Бондарская**

д-р экон. наук, зав. кафедрой «Экономическая  
безопасность и качество»  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

**А. А. Франгулян**

канд. техн. наук, доцент  
НПУА  
г. Ереван, Республика Армения

**О. А. Усачева**

студентка  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА**

*Аннотация:* в данной работе проводится анализ системы образования в России. Актуальность работы заключается в том, что образование является одной из главной сферой социально-экономического развития России и проведения ее анализ можно выявить проблемные аспекты и спрогнозировать значения на будущее. В статье проведен подробный анализ российской системы образования рассмотрен его каждый уровень.

*Ключевые слова:* социально-экономическое развитие, образование, система образования, дошкольное образование, общее образование, среднее профессиональное образование, высшее образование.

Образование – это жизненно важная составляющая социально-экономического развития России. Одной из угроз безопасности России является образование. Таким образом, я решила провести анализ системы образования в России и рассмотреть каждый уровень более подробно.

Система образования в России подразделяется на следующие уровни: дошкольное, общее, среднее профессиональное и высшее.

Для начала рассмотрим первую степень в системе образования – дошкольное образование, которое получают воспитанники в дошкольных образовательных учреждениях или под руководством родителей [1].

Дошкольное образовательное учреждение – это образовательное учреждение, обеспечивающее детям воспитание, обучение, присмотр, уход и оздоровление, возрастом от 2 месяцев до 7 лет.

Построим график динамики количества дошкольных организаций в России за период 2005 – 2019 гг. (рис. 1) [3, 4].

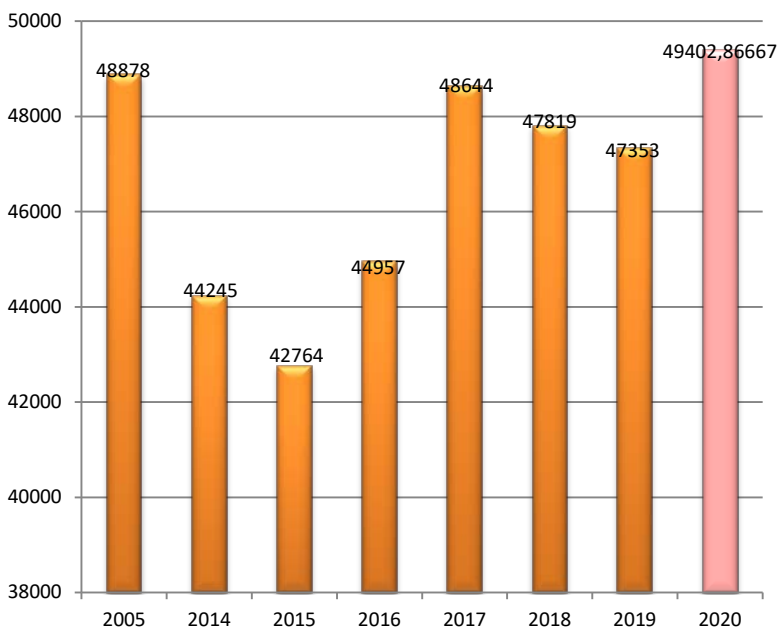
Исходя из данных табл. 1 и рис. 1, можно сделать вывод, что количество дошкольных образований в 2019 году по сравнению с 2005 годом снизилось на 1525 шт., по сравнению с 2014 годом выросло на 3108 шт., а по сравнению с 2018 годом снова снижалась на 466 шт. Стоит отметить, что наибольшее количество дошкольных образований наблюдалось в 2005 году (48 878 шт.), а наименьшее в 2015 году, то есть 42 764 шт. Рассматривая тенденцию всего периода можно сделать вывод, что с 2015 года по 2017 год наблюдался рост рассматриваемого показателя, а с 2017 года по 2019 год наблюдается спад.

### **1. Количество дошкольных организаций и численность воспитанников в России за период 2005 – 2019 гг.**

Показатель	2005	2014	2015	2016	2017
Кол-во дошкольных организаций	48 878	44 245	42 764	44 957	48 644
Численность детей	4 267 324	6 813 627	7 151 553	7 342 905	7 477 932
Показатель	2018	2019	2019/2005	2019/2014	2019/2018
Кол-во дошкольных организаций	47 819	47 353	-1525	3108	-466
Численность детей	7 582 429	7 606 698	3 339 374	793 071	24 269

После проведенного в Excel прогноза, можно сделать вывод, что в 2020 году дошкольных образовательных учреждений в России станет 49 403 шт.

**Количество дошкольных образований в России за период  
2005-2019 гг., шт.**

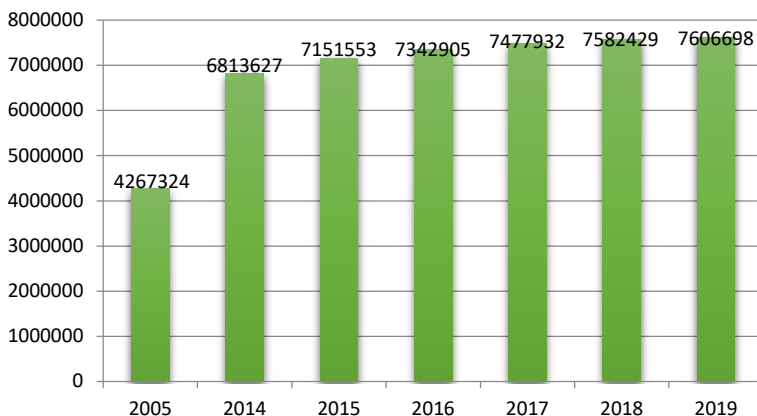


**Рис. 1. Динамика количества дошкольных организаций в России за период 2005 – 2019 гг., шт.**

Построим график динамики численности воспитанников в дошкольных образованиях за период 2005 – 2019 гг. (рис. 2).

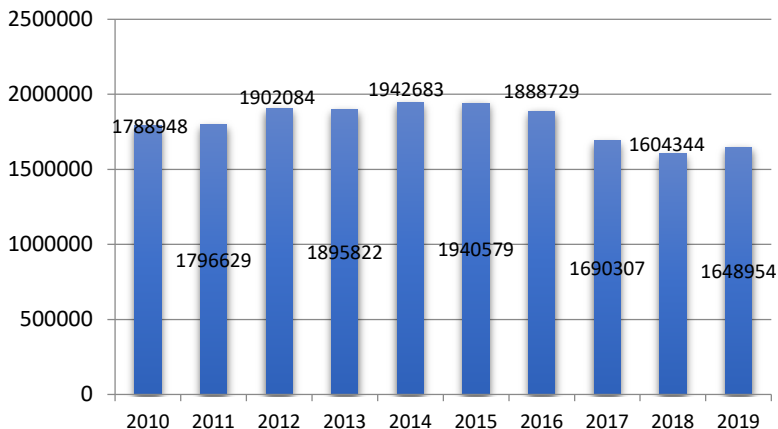
Исходя из данных табл. 1 и рис. 2, можно сделать вывод, что численность детей в дошкольных учреждениях в России в 2019 году составило 76 006 698 человек, что по сравнению с 2005 годом увеличилось на 3 339 374 человек, по сравнению с 2014 годом выросло на 793 071 человек, а с 2018 годом увеличилось на 24 269 человек. За весь анализируемый период наблюдается динамика роста, то есть с каждым годом число воспитанников в дошкольных учреждениях увеличивается.

**Численность воспитанников в дошкольных образованиях в России за период 2005-2019 гг.**



**Рис. 2. Динамика численности воспитанников в дошкольных образованиях в России за период 2005 – 2019 гг.**

**Численность родившихся в России за период 2010-2019 гг., чел.**



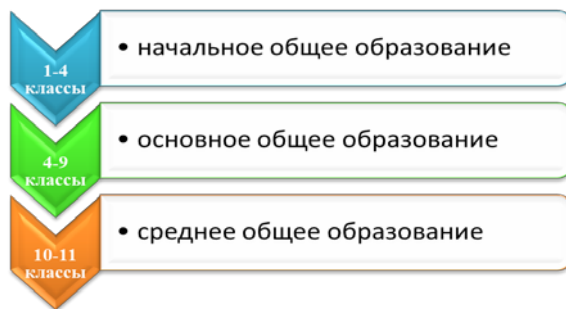
**Рис. 3. Динамика численности родившихся в России за период 2010 – 2019 гг., человек**



Стоит отметить, что с 2020 года по 2024 года численность воспитанников в дошкольных образовательных учреждениях будет снижаться. Сокращение связано с отрицательной тенденцией рождаемости в России, которая наблюдается в последнее время (рис. 3). Также ожидается, что в 2020 году на фоне введения режима самоизоляции в связи с распространением COVID-19 произойдет снижение среднего уровня потребления услуг дошкольного образования.

Вторым уровнем в системе образования является общее образование.

С начала 90-х годов и до 2009 года разрабатывались образовательные стандарты и появились стандарты нового поколения – федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС) [6]. В которых общее образование разделено на следующие ступени:



**Рис. 4. Ступени общего образования в России**

Рассмотрим количество школ и численность обучающихся в них за период 2005 – 2020 гг. [3].

## **2. Количество школ и численность обучающихся в них в России за период 2005 – 2020 гг.**

Показатель	2005/2006	2010/2011	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Количество школ, тыс. шт.	63,2	50,8	41,8	42	41,3
Численность школьников, тыс. чел.	15 630,9	13 642,4	15 219	15 705,9	16 137,3

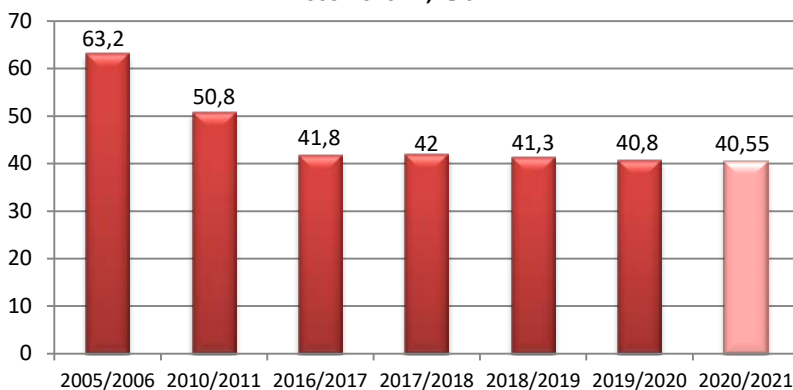
Продолжение табл. 2

Показатель	2019/2020	2019/2020 к 2005/2006	2019/2020 к 2010/2011	2019/2020 к 2018/2019
Количество школ, тыс. шт.	40,8	-22,4	-10	-0,5
Численность школьников, тыс. чел.	16 565,6	934,7	2923,2	428,3

Построим динамику количества школ в России за период 2005 – 2020 гг.

Исходя из данных табл. 2 и рис. 5, можно сделать вывод, что количество школ в России за учебный год 2019/2020 составило 40,8 тыс. шт., что меньше, чем за учебный год 2005/2006 на 22,4 тыс. шт., чем за учебный год 2010/2011 на 10 тыс. шт. и за учебный год 2018/2019 на 0,5 тыс. шт. За период с 2005 года по 2017 год и с 2018 года по 2020 год данный показатель имел отрицательную динамику. Прогнозное значение на учебный 2020/2021 год составило 41 тыс. шт.

**Количество школ в России за период  
2005-2020 гг., тыс. шт.**



**Рис. 5. Динамика школ с программами начального, основного и среднего общего образования в России за период 2005 – 2020 гг., тыс. шт.**

Рассмотрим динамику численности школьников, обучающихся по программам начального, основного и среднего общего образования в России за период 2005 – 2020 гг.



**Рис. 6. Динамика численности школьников, обучающихся по программам начального, основного и среднего общего образования в России за период 2005 – 2020 гг., тыс. человек**

Исходя из данных табл. 2 и рис. 6, можно сделать вывод, что численность обучающихся в учебный год 2019/2020 по сравнению с 2005/2006 год выросла на 934,7 тыс. чел., по сравнению с 2010/2011 выросла на 2923,2 тыс. чел и по сравнению с предыдущим годом выросла на 428,3 тыс. чел. Рассматривая весь период, стоит отметить, что положительная динамика численности обучающихся в школах сложилась с 2010 года и до настоящего времени. Согласно национальному проекту «Образование» в России к концу 2024 году появится 230 тыс. новых мест в организациях общего образования.

Следующий уровень системы образования, который следует рассмотреть, среднее профессиональное образование. Данное образование можно получить в техникумах и колледжах. Они могут быть отдельными образовательными учреждениями или быть составной частью ВУЗов [6].

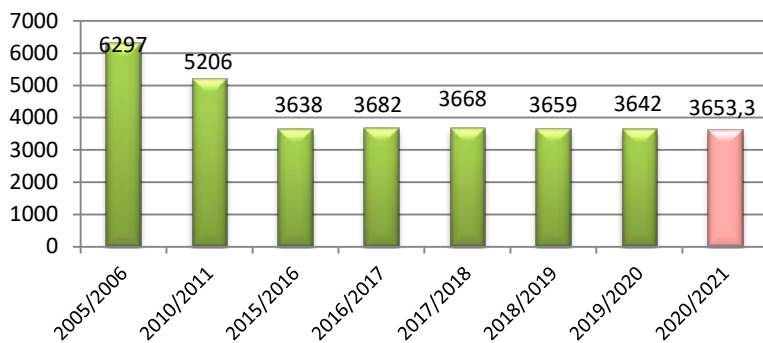
Рассмотрим количество организаций в России за период 2005 – 2019 гг., осуществляющих образовательную деятельность по программе среднего профессионального образования [3].

### 3. Количество колледжей и техникумов и численность обучающихся там в России за период 2005 – 2018 гг.

Показатель	2005/2006	2010/2011	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Количество колледжей	6297	5206	3638	3682	3668
Численность обучающихся, тыс. чел.	4100	3133	2866	2868	2930,6
Показатель	2018/2019	2019/2020	2019/2020 к 2005/2006	2019/2020 к 2010/2011	2019/2020 к 2018/2019
Количество колледжей	3659	3642	-22,4	-10	-0,5
Численность обучающихся, тыс. чел.	3006,4	3119,6	934,7	2923,2	

Построим график динамики колледжей и техникумов в России за период 2005 – 2020 гг.

**Количество колледжей и техникумов в России за период 2005-2020 гг., шт.**



**Рис. 7. Динамика количества колледжей и техникумов в России за период 2005 – 2020 гг., шт.**

Исходя из данных табл. 3 и рис. 7, можно сделать вывод, что в 2019/2020 учебном году по сравнению с 2005/2006 число организаций со средним профессиональным образованием сократилось почти в 2 раза (больше 40%). В 2019/2020 учебном году по сравнению с 2018/2019 количество образований снизилось на 17 шт. Стоит отметить, что за последние годы, а именно, начиная с 2016 года рассматриваемый показатель снижается. Рассматривая прогноз на следующий учебный год, а именно, на 2020/2021 год, количество организаций со средним профессиональным образованием увеличилось по сравнению с 2019/2020 годом и стало равно 3653 шт.

Рассмотрим численность студентов среднего профессионального образования в России.



**Рис. 8. Численность студентов, обучающихся по программе среднего профессионального образования в России за период 2005 – 2020 гг., тыс. чел.**

Исходя из данных табл. 3 и рис. 8, можно сделать вывод, что численность студентов в 2019/2020 учебный год по сравнению с 2005/2006 сократилось на 980,4 тыс. человек. В 2019/2020 учебном году по сравнению с 202010/2011 сократилось на 13,4 тыс. чел. В 2019/2020 учебном году по сравнению с 2018/2019 выросло на 113,2 тыс. человек. Анализируя весь период, стоит отметить, что с 2015 года численность студентов колледжей и техникумов в России, росло.

Рассмотрим количество студентов, принятых на обучение и выпущенных из образовательных учреждений среднего профессионального образования в России за период 2005 – 2020 гг.

#### 4. Количество студентов, принятых и выпущенных из образовательных учреждений среднего профессионального образования в России за период 2005 – 2020 гг., тыс. человек

Показатель	2005/2006	2010/2011	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Принятые	1542	1314	1095	951	964
Выпущенные	1387	1153	814	668	701
Показатель	2018/2019	2019/2020	2019/2020 к 2005/2006	2019/2020 к 2010/2011	2019/2020 к 2018/2019
Принятые	1004,1	1086,3	-455,7	-227,7	82,2
Выпущенные	702,3	706,8	-680,2	-446,2	4,5

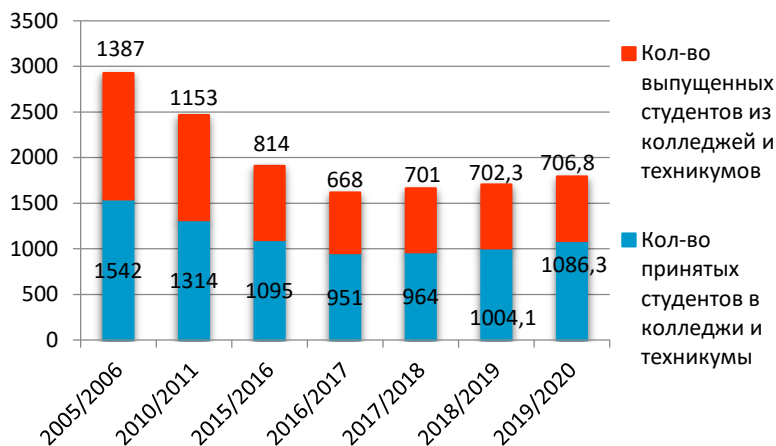


Рис. 9. Динамика количества студентов, принятых и выпущенных из образовательных учреждений среднего профессионального образования в России за период 2005 – 2020 гг., тыс. человек

Исходя из данных табл. 4 и рис. 9, можно сделать вывод, что количество студентов, принятых на обучение среднего профессионального образования и выпущенных из них, в 2019/2020 учебном году по сравнению с 2005/2006 годом сократилось на 455,7 тыс. чел. и 680,2 тыс. чел., соответственно. С 2005 года по 2017 год рассматриваемые показатели снижались, а с 2017 года по 2020 увеличивались. В 2019/2020 учебном году по сравнению с 2018/2019 годом количество студентов, принятых на обучение среднего профессионального образования и выпущенных из них, выросли на 82,2 тыс. чел и 4,5 тыс. чел., соответственно.

Далее рассмотрим высшее образование, которое имеет следующие ступени:

- бакалавриат (4 года),
- специалитет (5 лет),
- магистратура (2 года).

### **5. Количество университетов и студентов в них в России на период 2000 – 2018 гг.**

Показатель	2005/2006	2010/2011	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Количество университетов	1068	1115	896	818	766
Численность студентов, тыс. чел.	7064	7050	4766	4399	4246
Показатель	2018/2019	2019/2020	2019/2020 к 2005/2006	2019/2020 к 2010/2011	2019/2020 к 2018/2019
Количество университетов	741	724	-344	-391	-17
Численность студентов, тыс. чел.	4161,7	4068,3	-2995,7	-2981,7	-93,4

Рассмотрим количество университетов в России за период 2005 – 2020 гг.

Исходя из данных табл. 5 и рис. 10, можно сделать вывод, что наибольшее количества университетов за весь анализируемый период наблюдалось в 2010/2011 учебном году, то есть 1115 шт. Наименьшее количество наблюдалось в 2019/2020 учебном году (724 шт.). С 2010 года по данному показателю наблюдалась отрицательная динамика.

Прогнозное значение по данному показателю на 2020/2021 учебный год равно 663 шт.



**Рис. 10. Динамика количества университетов в России  
за период 2005 – 2020 гг., шт.**

Рассмотрим динамику численности студентов в высших образовательных учреждениях в России за период 2005 – 2020 гг.



**Рис. 11. Динамика численности студентов в высших образовательных  
учреждениях в России за период 2005 – 2020 гг., тыс. чел.**



Исходя из данных табл. 5 и рис. 11, можно сделать вывод, что наибольшее значение численности студентов в высших учебных заведениях в России за период 2005 – 2020 гг. наблюдалось в 2005/2006 учебном году и составило 7064 тыс. чел. На протяжении всего анализируемого периода данный показатель имел отрицательную динамику. При сохранении аналогичной тенденции, то есть спада, можно предположить, что прогнозное значение на 2020/2021 учебный год будет 3838,39 тыс. чел.

Для улучшения качества, уровня и структуры всей системы образования на всех уровнях принимаются различные программы.

На федеральном уровне реализуется множество программ для улучшения уровня образования, как отмечено в национальном проекте «Образование» до 2024 года должны быть выполнены следующие задачи:

- создать условия для раннего развития детей в возрасте до трех лет, а также реализовать программы психолого-педагогической, консультативной и материальной помощи родителям детей;
- внедрить на уровнях общего образования новые методы обучения и воспитания, а также технология, обеспечивающих освоение обучающимися базовых навыков и умений;
- повысить роль классного руководителя и ввести специальной выплаты такой должности из федерального бюджета;
- увеличить количество бюджетных мест в основном в региональных вузах;
- увеличить не менее чем в два раза количества иностранных граждан, обучающихся в институтах.



**Рис. 12. Региональные проекты Тамбовской области**

Рассмотрим Тамбовскую область, как один из примеров осуществления программ на региональном уровне.

В данной области осуществляются множество региональных проектов. Основные из них представлены на рис. 12.

При этом источники финансирования проектов в Тамбовской области являются:



**Рис. 13. Источники финансирования проектов в Тамбовской области**

А также в Тамбовской области в рамках реализации федеральных и региональных программ осуществляется следующее:

- с каждым годом увеличиваются места в дошкольных образовательных учреждениях;
- внедряются и развиваются модели общеобразовательных организаций, обеспечивающих современное качество образования;
- развивается направление волонтерство, а также таланты и способности у студентов и молодежи. Цель программы является вовлечения к 2024 году в добровольческую деятельность 20% граждан, 45% молодежи в творческую деятельность и 70% студентов в клубное студенческое движение;
- создаются рабочие места и привлекаются выпускники профессиональных и высших образовательных организаций.

Таким образом, образование должно быть ориентировано на квалифицированных кадров всех уровней образования, способных быстро реагировать на запросы рынка труда, повышать уровень своей квалификации в течение всей жизни, использовать свои знания, навыки и компетенции, полученные в процессе обучения.

### **Список используемых источников**

1. Дошкольное образование в России – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5\\_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5\\_%D0%B2\\_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8#cite\\_note-:0-3](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8#cite_note-:0-3) (дата обращения: 20.10.2020).

2. Леонидова Г.В. Дошкольное образование в России: обеспеченность и доступность // Проблемы развития территории. – 2015. – № 5(79). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doshkolnoe-obrazovanie-v-rossii-obespechennost-i-dostupnost> (дата обращения: 21.10.2020).

3. Росстат. – URL: [https://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/obraz/doshkol-obr.htm](https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/obraz/doshkol-obr.htm) (дата обращения: 19.10.2020).

4. Статистика РФ. URL: [http://stat.edu.ru/scr/db.cgi?act=listDB&t=3\\_1\\_1&group=sub&ttype=0&Field=E1&Field=E2&Field=E3&Field=E4&Field=E5&Field=E6&Field=E7&Field=E8&Field=E9&Field=E10&Field=E11&Field=E12](http://stat.edu.ru/scr/db.cgi?act=listDB&t=3_1_1&group=sub&ttype=0&Field=E1&Field=E2&Field=E3&Field=E4&Field=E5&Field=E6&Field=E7&Field=E8&Field=E9&Field=E10&Field=E11&Field=E12) (дата обращения: 19.10.2020).

5. Уровни высшего образования. – URL: [https://www.gosuslugi.ru/situation/obtain\\_education/types\\_of\\_higher\\_education](https://www.gosuslugi.ru/situation/obtain_education/types_of_higher_education) (дата обращения: 20.10.2020).

6. Социальные медиа как инструмент продвижения достижений региона / Бондарская О.В., Гучель Р.Г. // В сборнике: Формирование организационно-экономических условий эффективного функционирования АПК. – 2019. – С. 455 – 459.

**Е. А. Кирева**  
студентка

**Р. В. Жариков**  
д-р. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **ПРАВОВАЯ И ФИЗИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ**

Правовая и физическая безопасность сотрудников организации – это одни из наиболее важных элементов трудовой безопасности персонала.

Трудовая безопасность позволяет обеспечить такое состояние условий труда, когда воздействие вредных веществ или опасных факторов на персонал исключено или находится не выше предельно допустимых значений.

При рассмотрении физической и правовой безопасности сотрудников можно увидеть, что данные виды безопасности труда тесно связаны, а именно: правила, методы, основные показатели, наказание за нарушение или несоблюдение установленных норм обеспечения физической безопасности сотрудников основывается на правовой безопасности и зафиксировано законодательно.

Если рассматривать физическую безопасность более подробно, то можно заметить, что зачастую ее называют безопасностью труда и здоровья персонала. Это связано с тем, что безопасность труда и здоровья являют собой обобщенные требования, по обеспечению сохран-

ности жизни и здоровья людей, чья трудовая деятельность связана с опасным или вредным производством.

Для обеспечения безопасности и сохранности здоровья персонала необходимо выполнять определенные требования, связанные с факторами, влияющими на работников в процессе трудопроизводства, а именно:

- правовые,
- эстетические,
- эргономические,
- лечебно-профилактические,
- технические,
- санитарно-гигиенические,
- реабилитационные,
- организационные,
- психофизиологические,
- социально-психологические.

Преднамеренное игнорирование данных требований или халатное отношение как работников, так и работодателей, в соблюдении или обеспечении мер трудовой безопасности может привести к получению травм, а также несчастным случаям.

Под травмой в данном случае понимается – любой вред здоровью человека, полученный во время выполнения своих прямых рабочих обязанностей. Производственной травмой будет считаться не только травма, полученная во время непосредственного выполнения работ, но в том числе травмы, полученные во время выполнения сверхурочной работы, командировки, в случае если работника доставляют на рабочее место или обратно на транспорте организации, а также во время обеденного перерыва.

Классификация производственных травм:

- 1) в зависимости от вида получения травм;
  - механические (ушибы, переломы, раны и др.);
  - химические (удушие, острое отравление, химические ожоги);
  - комбинированные (воздействие нескольких факторов);
  - электрические (воздействие токов разной частоты);
  - тепловые (ожоги, обморожения, тепловые удары);
  - прочие (например, вызванные каким-либо излучением);
- 2) в зависимости от степени тяжести:
  - легкие;
  - тяжелые;
  - смертельные;
- 3) в зависимости от количества травмированных работников:
  - одиночные (когда травмирован один работник);
  - групповые (когда травмированы два и более работника).

Любая травма или несчастный случай, произошедшие на производстве должны в обязательном порядке расследоваться. Расследование необходимо, так как оно позволит выявить причины несчастных случаев и травм, а также симулирует организацию начать проверку остальных помещений и оборудования, провести профилактические меры (например, починка неисправного оборудования, профилактические беседы с сотрудниками по технике безопасности), а также обнаружить виновные лица и решить вопрос о возмещении ущерба пострадавшему.

Также выделяют еще и профессиональные заболевания. Это болезни, которые как правило влияют на различные органы, и были получены в результате частого, непосредственного взаимодействия работника со специфическими вредными производственными факторами, связанным с данной отраслью, в данном случае установление точно момента заболевания невозможно.

К основным причинам производственного травматизма и профессиональных заболеваний относят:

- ухудшение обеспечения работников средствами индивидуальной защиты;
- массовые нарушения технологической и производственной дисциплины;
- отсутствие в ряде случаев нормативной;
- нарушение надежности работы средств и систем коллективной защиты;
- осведомительной и регулирующей информации;
- снижение ответственности, требовательности и контроля за соблюдением норм и правил по охране труда;
- несоответствие режимов труда и отдыха, резкое сокращение медосмотров;
- износ основных фондов и низкий технический уровень используемых технологий;
- низкий уровень культуры производства, социальной активности и профессиональной подготовки работников.

Обеспечение безопасности труда и здоровья персонала происходит благодаря взаимодействию 3 элементов:

- администрации организации, устанавливающей определенные требования и извещающей работников о необходимости их соблюдения,
- техники безопасности самого работника,
- подразделения охраны труда.

Для достижения высокого уровня безопасности условий труда на предприятии разрабатывается комплексный план мероприятий по обеспечению охраны труда персонала.

Для сохранности жизни и здоровья рабочего персонала, организация должна предоставить своим работникам достойные условия труда. К факторам условий труда относятся совокупность психофизиологических и социально-психологических состояний в производственной среде, санитарно-гигиенический контроль, уровень работоспособности, возможность отдыха персонала для нормализации его эффективности труда.

Психофизиологическое состояние работника сильно влияет не только на производительность труда, но и на здоровье, так как от различных нагрузок тело человека и его нервная система могут сильно изнашиваться, что приводит к нарушениям нормальной жизнедеятельности и уменьшает физические возможности человека.

Состояние санитарно-гигиенической среды производства будет зависеть от многих факторов, в первую очередь влияющих на здоровье работников:

- уровня чистоты на рабочем месте, обеденном месте, зоне отдыха, туалетных комнатах и предприятия в целом,
- уровня освещенности,
- уровня влажности,
- температурного режима,
- наличия проветриваемых зон для обеспечения персонала свежим и чистым воздухом,
- наличия чистой питьевой воды,
- наличия специализированной униформы персонала и оборудованной раздевалки,
- уровня шума и др.

Социально-психологическим состоянием предприятия будут называться взаимоотношения персонала между собой, и сложившийся между ними микроклимат. Он может быть, как весьма напряженным, так и нейтральным или благоприятным. Судить об этом весьма сложно, так как до сих пор не было разработано норм и стандартов для оценки данного показателя.

Если рассматривать с правовой точки зрения все эти факторы, то можно заметить, что многие из них регулируются системой законодательства России.

Так, к примеру, влияние психофизиологических нагрузок на организм человека регулируется при помощи трудового кодекса, который не позволяет оказывать сильных нагрузок на персонал, на основании обязательных пунктов трудового договора и предусматривает наказание за превышение дозволенных нагрузок, оказываемых на работников.

Санитарно-гигиеническое состояние предприятия регулируется при помощи санитарно-эпидемиологических проверок, которые уста-

навливают соответствие санитарно-гигиенических показателей предприятия требуемому законодательством уровню.

Сотрудники должны быть в безопасности не только в физическом отношении, но и в правовом аспекте. Для защиты прав сотрудников создан отдельный тип безопасности: юридическая безопасность.

Под юридической безопасностью сотрудников понимается – это охрана и защита прав сотрудников, а также их интересов в процессе производственной деятельности.

Для обеспечения правовой безопасности сотрудников создаются специальные правовые мероприятия, которые подразумевают собой наличие системы государственных норм, состоящих из законодательно установленных стандартов безопасности и всех необходимых средств для ее обеспечения. Данная система в обязательном порядке основывается на конституции, трудовом кодексе российской федерации, а также прочих законных и подзаконных актах.

В большинстве компаний правовая защита не обеспечивается или попросту искажается в следующих примерах:

- Организация не соблюдает основные требования нормативно-правовых актов и заключенных договоров.

- Контрагенты не соблюдают основные требования нормативно-правовых актов и заключенных договоров.

- Существует также доля неусовершенствованных правовых подпунктов, которые в определенной степени могут противоречить основному законодательству в отдельных вопросах.

- Также не до конца разъяснены права и обязанности ее сотрудников в отдельных вопросах.

- Возникновение уникальных ситуаций частного случая порой разъяснить весьма затруднительно, поскольку не прописаны некоторые аспекты правовых ограничений или возможностей для обеих сторон, как организации, так и для сотрудников.

Наиболее часто возникающие правовые нарушения среди организаций – это те, которые происходят в результате несоответствия действий компании основным законам или регуляторным документам.

Основными регуляторными документами в производственной сфере называют:

- сделки,
- правила специализированных организаций,
- акты государственных органов,
- нормативно-правовые акты,
- постановление суда,
- трудовой кодекс,
- нормативно-технические документы,
- учредительные документы,

- внутренние локальные акты,
- иные документы исполнения которых является для субъекта обязательным.

Для наиболее эффективного обеспечения собственной правовой безопасности сотрудник должен ознакомиться с трудовым договором, а также знать свои основные права в области охраны труда.

Немаловажно изучить статью 219 трудового кодекса российской федерации, в ней закреплены основные права работника на труд и требования к условиям труда, поэтому каждая организация, нанимая свой персонал должна обеспечить ему следующее:

- рабочее место, которое полностью соответствует требованиям охраны труда,

- работодатель также должен делать регулярные отчисления в фонд социального страхования, для покрытия расходов, связанных с несчастными случаями на производстве,

- работник должен получить полную и достоверную информацию от организации, предоставляющей работу, общественных организаций, а также государственных органов об условиях охраны труда на рабочем месте, о мерах защиты от воздействия вредных факторов и существующих рисках повреждения здоровья,

- работник также может подать запрос на проведение проверки предоставленных ему условий труда. При подаче такой заявки федеральный орган исполнительной власти обязан отправить уполномоченное лицо провести проверку в соответствии с трудовым законодательством и иными нормативно-правовыми актами. В ходе данной проверки должны быть выявлены все несоответствия условий труда, которые должны быть обеспечены работодателем. Результатом окончания проверки является заключение экспертизы, устанавливающее пригодность рабочих мест и соответствие или несоответствие их всем необходимым нормам. В случае нахождения несоответствий органы профсоюзного контроля информируют об этом организацию и выступают с требованием доведения этих несоответствий до требуемого уровня,

- работник также имеет право на консультацию по вопросам охраны труда, обращаясь при этом в органы местного самоуправления, профессиональные союзы, к работодателю, в орган государственной власти субъектов российской федерации и иным уполномоченным лицам, представляющим органы охраны труда,

- работник имеет право отказаться от выполнения работ, при наличии опасности для жизни и здоровья вследствие видимых нарушений технической безопасности (например, неисправного оборудования),



– работодатель должен обеспечить всех своих сотрудников средствами индивидуальной и коллективной защиты, предусмотренных требованиями охраны труда (средства должны быть предоставленный за счет работодателя),

– работник может потребовать дополнительное обучение методам и приемам труда для более эффективной работы на данном предприятии (за счет средств работодателя),

– работодатель обязан провести профессиональную переподготовку в связи с ликвидацией его предыдущего места работы на этом предприятии,

– работник имеет право на личное участие или при помощи своих представителей на рассмотрение вопросов, связанных с полученными им производственными травмами, если таковые имеются, а также вопросов по обеспечению безопасных условий труда,

– сотрудники, работающие в условиях повышенной опасности или под влиянием факторов, ухудшающих здоровье человека, могут получить установленные законодательством компенсации,

– работник также может пройти внеочередное медицинское обследование, при этом за ним сохраняется его место работы и средний заработок на время прохождения медицинского обследования.

Таким образом можно сделать вывод о том, что: для обеспечения собственной безопасности каждый работник предприятия должен знать свои права, связанные с его трудовой деятельностью, соблюдать правила предосторожности и техники безопасности, для предотвращения несчастных случаев и травм, а также чтобы избежать неприятных ситуаций и перебоев в производстве.

**А. М. Мажарова**  
студентка  
ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
г. Тамбов, Россия

## **АНАЛИЗ И РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Аннотация.* В данной статье на основе данных официальной статистики проведен анализ трудового потенциала Тамбовской области и выявлены основные тенденции на рынке труда. Был проведен анализ численности рабочей силы региона, оценка занятого и безработного числа населения. Выявлены отрицательные черты трудовых ресурсов по Тамбовской области и пути развития трудового потенциала региона.

*Ключевые слова:* трудовые ресурсы, занятость, безработица, население, рынок труда, трудовой потенциал, экономическая безопасность региона, трудоспособное население, трудовой баланс, трудовой потенциал.

Экономическая безопасность региона, будучи комплексным понятием, проявляется в эффективном использовании всех видов его ресурсов – природных, трудовых, материальных и финансовых, которые в совокупности обеспечивают устойчивость и непрерывность развития конкретного хозяйствующего субъекта.

Рациональное использование ресурсов труда и их эффективное обучение во всех регионах страны – одна из основных задач государства.

Трудовые ресурсы являются основной производительной силой общества, включая дееспособную часть населения страны, которая благодаря своим психологическим, физиологическим и интеллектуальным качествам может участвовать в социально полезной деятельности, а также производить материальные и духовные блага, услуги.

Они играют важную роль в экономическом и социальном развитии государства. В большинстве случаев к ним относят ту часть людей, которая входит в состав трудоспособного возраста. При этом оно может включать себя работающих в экономике страны граждан молодежи и старше трудоспособного возраста.

Проведем анализ общей численности населения страны.

Исходя из данных табл. 1, можно сделать вывод, что общая численность населения страны остается примерно на одном уровне. Но можно заметить, что за период 2015 – 2020 гг. в государстве возрастает доля городского населения.

По данным табл. 2 можно заметить, что за период 2015 – 2020 гг. в регионе происходит убыль населения. За 6 лет численность населения уменьшилась на 55 673 человека.

### **1. Численность населения России за период 2015 – 2020 гг.**

Годы	Численность населения (млн. чел.)	В том числе	
		городское	сельское
2020	146,7	109,5	37,2
2019	146,8	109,5	37,3
2018	146,9	109,3	37,6
2017	146,8	109,0	37,8
2016	146,5	108,6	37,9
2015	146,3	108,3	38,0

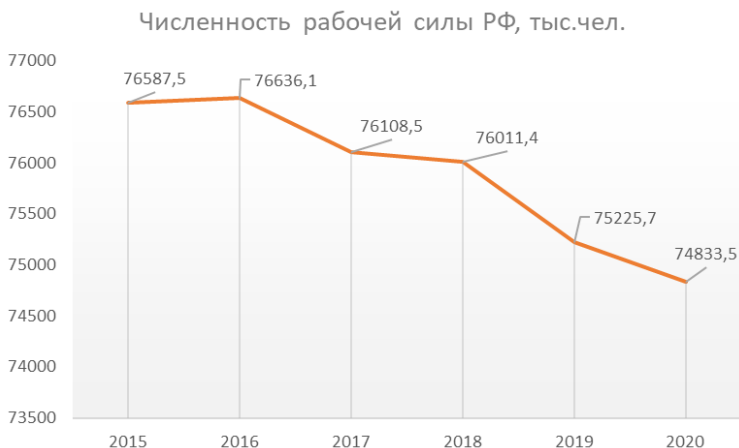
**2. Численность населения Тамбовской области  
за период 2015 – 2020 гг.**

Годы	Численность населения (чел.)	В том числе	
		городское	сельское
2020	1 006 748	619 503	391 584
2019	1 015 966	620 989	394 977
2018	1 033 552	629 296	404 256
2017	1 040 327	629 375	410 952
2016	1 050 295	631 716	418 579
2015	1 062 421	635 627	426 794

**3. Численность рабочей силы в возрасте 15 – 72 лет  
по Российской Федерации за период 2015 – 2020 гг.**

Годы	Численность рабочей силы, тыс. чел.
2015	76 587,5
2016	76 636,1
2017	76 108,5
2018	76 011,4
2019	75 225,7
2020	74 833,5
Темп роста, % (2020/2015)	97%

Численность рабочей силы в возрасте 15 – 72 лет по Российской Федерации за период 2015 – 2020 гг. стремительно снижается, что оказывает отрицательное влияние на регионы данной территории. Так как данный показатель отражает степень вовлеченности населения в трудовые отношения, можно сделать вывод то, что ее снижение ведет к ограничению возможностей экономического роста в стране.



**Рис. 1. Численность рабочей силы в возрасте 15-72 лет по Российской Федерации**

Показатели труда играют важную роль не только на национальном, но и на региональном уровне. В связи с этим они нуждаются в постоянном анализе с целью увеличения занятости и заработной платы, а также уровня трудового потенциала.

#### **4. Численность рабочей силы в возрасте 15 – 72 лет по Тамбовской области за период 2015 – 2020 гг.**

Годы	Численность рабочей силы, тыс. чел.
2015	525,9
2016	521,9
2017	515,7
2018	506,5
2019	498,4
2020	503,5

За данный период численность рабочей силы региона постоянно снижается, что приводит к ее дефициту и предполагает увеличение спроса экономики на рабочую силу.

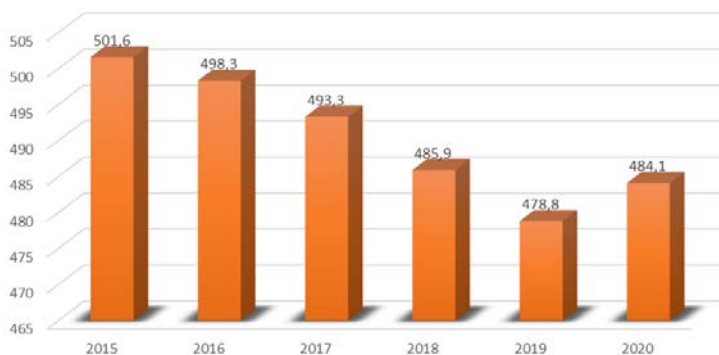


**Рис. 2. Численность рабочей силы в возрасте 15 – 72 лет по Тамбовской области**

**5. Численность занятых в возрасте 15 – 72 лет по Тамбовской области за период 2015 – 2020 гг.**

Годы	Численность занятых, тыс. чел.	Абсолютное отклонение, тыс. чел.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		Базисное отклонение	Цепное отклонение	Базисное отклонение	Цепное отклонение	Базисное отклонение	Цепное отклонение
2015	501,6	–	–	–	–	–	–
2016	498,3	–3,3	–3,3	99,34	99,34	–0,66	–0,66
2017	493,3	–8,3	–5	98,34	98,99	–1,66	–1,01
2018	485,9	–15,7	–7,4	96,87	98,49	–3,13	–1,51
2019	478,8	–22,8	–7,1	95,45	98,53	–4,55	–1,47
2020	484,1	–17,5	5,3	96,51	101,1	–3,49	1,1

### Численность занятых, тыс.чел.

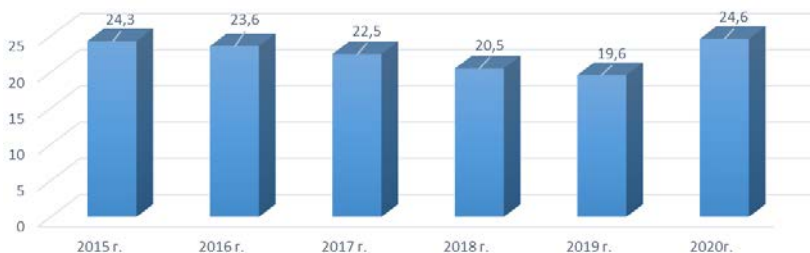


**Рис. 3. Численность занятых в возрасте 15 – 72 лет по Тамбовской области**

По показателю уровня занятости населения, на протяжении 6 лет, с 2015 по 2020 гг. в Тамбовской области наблюдаются значительные изменения в сторону уменьшения занятости на 17,5 тыс. человек или 3,5%. Наибольший прирост занятости региона наблюдался в 2020 году и составил 5,3 тыс. человек или 1,1%. Наименьший спад занятости наблюдался в 2018 году и составил 7,4 тыс. человек или 1,51%.

### 6. Численность безработных по Тамбовской области за период 2015 – 2020 гг.

	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Абс. откл. 2020/ 2015 гг.	Относ. откл. 2020/ 2015 гг.
Численность безработных в возрасте 15 – 72 лет, тыс. чел.	24,3	23,6	22,5	20,5	19,6	24,6	0,3	1,23%
Численность незанятых трудовой деятельностью, зарегистрированных в службе занятости (тыс. чел.)	4,9	4,7	4,2	3,6	3,6	3,6	-1,3	-26,5%



**Рис. 4. Численность безработных в возрасте 15 – 72 лет по Тамбовской области, тыс. чел.**

По данным рис. 4, численность безработных с 2015 года до 2019 года постоянно снижалась с 24,3 тыс. человек до 19,6 тыс. человек. Данный факт, безусловно является положительным, однако в 2020 году численность безработных значительно выросла до 24,6 тыс. человек, что обусловлено экономическим спадом.

Среди официально зарегистрированной безработной области значительная доля слабозащищенных в социальном плане людей, в частности женщин, на них приходится 57,4% безработных. Каждый пятый безработный – молодой человек до 30 лет.

Анализ использования трудовых ресурсов Тамбовской области необходимо рассматривать в тесной связи с оплатой труда.

### **7. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников предприятий и организаций по Тамбовской области за 2015 – 2020 гг., руб.**

Годы	Средне- месячная номиналь- ная начис- ленная з/п, руб.	Абсолютное отклонение, руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		Базис- ное отк- лонение	Цепное откло- нение	Базис- ное отк- лонение	Цепное откло- нение	Базис- ное отк- лонение	Цепное откло- нение
2015	21 725,2	–	–	–	–	–	–
2016	22 795,2	1070	1070	104,92	104,92	4,92	4,92
2017	24 253,4	2528,2	1458,2	111,63	106,39	11,63	6,39
2018	26 660,0	4934,8	2406,6	122,71	109,92	22,71	9,92
2019	28 621,4	6896,2	1961,4	131,74	107,35	31,74	7,35
2020	29 742,9	8017,7	1121,5	136,90	103,91	36,90	3,91



**Рис. 5. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников предприятий и организаций**

Заработная плата выполняет социальную, воспроизводительную и стимулирующую функцию. В регионе за период 2015 – 2020 гг. среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников предприятий и организаций имеет тенденцию увеличения на 8017,7 рублей или на 36,9%, что является благоприятным фактором.

Наибольший прирост среднемесячной номинальной начисленной заработной платы наблюдался в 2018 году и составил 2406,6 рублей или 9,92%. Наименьший спад заработной платы наблюдался в 2016 году и составил 1070 рублей или 4,92%.

По мере роста производительности труда создаются реальные предпосылки для повышения уровня оплаты труда. При этом деньги на заработную плату следует использовать так, чтобы темпы роста производительности труда превышали темпы роста ее оплаты. Только в этих условиях создаются возможности для увеличения темпов расширения воспроизводства.

По итогам анализа трудовых ресурсов по Тамбовской области за 2015 – 2020 гг. можно выделить отрицательные черты и пути развития трудового потенциала.

Минусы сложившихся тенденций распределения труда и занятости для регионального рынка труда:

- Сокращение численности рабочей силы;



- Снижение численности занятого населения региона;
- Дисбаланс на рынке труда и наличие структурной безработицы;
- Различие между сельскими и городскими рынками по условиям труда при приеме на работу;
- Отток специалистов в другие регионы.

Основными направлениями развития потенциала трудовых ресурсов являются:

- Финансирование программ создания новых рабочих мест;
- Всестороннее развитие условий жизни и труда;
- Обучение персонала на предприятии;
- Социальное развитие трудовых ресурсов;
- Сокращение численности трудовых ресурсов региона может быть нейтрализована при помощи внедрения высокотехнологичных производств.

Человеческий капитал – важнейший актив, создающий конкурентоспособность региона в современную экономическую эпоху. Для Тамбовской области в настоящее время необходимо повысить уровень и качество развития человеческого капитала.

Рациональное использование трудовых ресурсов имеет большое значение. На основе анализа всех полученных данных организация или органы могут сделать вывод о наличии или отсутствии резервов для повышения эффективности и экономического роста.

Таким образом, в процессе хозяйственной деятельности трудовые ресурсы занимают одно из центральных мест, а рациональное использование человеческих ресурсов является неременным условием, которое гарантирует непрерывность производственного процесса и успешное выполнение планов, а значит нужно учитывать оптимальное соотношение ресурсов в данном экономическом субъекте.

### **Список используемых источников**

1. Бондарская Т.А., Бондарская О.В. Ретроспектива теорий региональной экономики // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2012. – № 4(42). – С. 159 – 164.
2. Иванова-Швец Л.Н. Управление трудовыми ресурсами [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Н. Иванова-Швец. – Электрон. текстовые данные. – М.: Евразийский открытый институт, 2009. – 160 с.
3. Бондарская Т.А., Бондарская О.В. Маркетинг в управлении и развитии территории малого города: перспективы повышения качества жизни населения // Университет им В.И. Вернадского. – 2013. – № 2(46). Серия: Экономика. Финансы. Управление.
4. Скворцов Е.А. Актуальные проблемы и тенденции развития российского рынка труда / Е.А. Скворцов, А.Ю. Бекешева // Актуальные проблемы сохранения и развития биологических ресурсов. – 2015. – С. 417 – 422.

5. Глухова Н.В. Методы оптимизации использования трудовых ресурсов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Глухова. – Электрон. текстовые данные. – Ульяновск: Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, 2017. – 54 с.

6. Нехода Я.В., Соловьева Н.Н. Миграционные волны на российском рынке труда // Социологические исследования. – 2019. – № 4(384). – С. 31 – 36.

7. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/>.

8. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области. – URL: <https://tmb.gks.ru/>.

**Е. В. Петросян**

канд. экон. наук, доцент  
[hellenpetrosyan@gmail.com](mailto:hellenpetrosyan@gmail.com)

**Н. В. Мартиросян**

магистр  
НПУА

г. Ереван, Республика Армения

## **АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ОПЕРАТИВНО-КООРДИНАЦИОННОГО ЦЕНТРА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭНЕРГОСИСТЕМЫ РЕГИОНА**

*Аннотация.* Исследование экономической безопасности энергосистемы региона становится более значительными в связи с динамичными, противоречивыми тенденциями и событиями в современном мире.

*Ключевые слова:* индикаторы энергетической безопасности, оперативное управление, экономические угрозы, оперативно-координационный центр, персональный ситуационный центр, эффективное управление.

Комплекс показателей, даже на фоне его сбалансированности, не может обеспечивать эффективного управления, и, как следствие, достижения желаемого результата деятельности администрации региона. Причина этого состоит в необходимости адекватной интерпретации индикаторов деятельности и принятия на ее основе правильного управленческого решения, а это сложно, так как истинное количество показателей, которых необходимо оценить и проанализировать для региона составляет более сотни. Анализ энергетической безопасности состоит из ряда составляющих, а именно:

- осуществление общего анализа состояния отрасли;
- образование системы основных показателей (индикаторов), которые в наибольшей степени характеризуют отрасль и могут отра-

жать динамику изменения, происходящие в ней под воздействием различных внутренних и внешних факторов;

- оценка, анализ и систематизация по определяющим признакам и степени тяжести угроз энергетической безопасности;

- определение предельных (пороговых) величин индикаторов, превышение которых приводит к возникновению негативных, разрушительных явлений в рассматриваемой области;

- проведение расчета фактических значений индикаторов энергетической безопасности и сопоставление их с пороговыми величинами;

- определение значений интегральных показателей энергетической безопасности;

- формирование рекомендаций и мероприятий по упреждению угроз и улучшению показателей энергетической безопасности.

Заданный уровень безопасности достигается при условии, что весь комплекс показателей (индикаторов) находится в пределах допустимых границ своих пороговых значений.

В РА функцию управления и регулирования этих показателей выполняют две структуры – ЗАО «Оператор электроэнергетической системы» Армении и Научно-исследовательский Институт Энергетики РА. Однако отсутствует территориальный подход к решению проблем в сфере экономической безопасности.

Возникает необходимость создания системы для решения задач мониторинга, анализа и прогнозирования развития ситуаций, иными словами образования оперативно-координационных центров руководства региональными энергоподразделениями.

Речь может идти в этом аспекте не только об объектах энергосистемы, а обо всей инфраструктуре в целом.

Основной целью оперативных центров становится незамедлительная реакция на возникший кризис в системе и его ликвидация.

Идея не нова, однако в Армении она находится в стадии разработки.

Одним из первых прототипов центра в России стал оперативный штаб по ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС 1986 года. На его основе был создан Ситуационный центр Управления МЧС. Ситуационные центры дают оценку текущего и прогнозируемого состояния ситуации, определяют, какие силы, средства и рекомендации. На основе всей этой информации принимаются решения, которые доводятся до спасателей с помощью имеющихся в ситуационном центре средств [2].

Использование информационных технологий позволяет определять зарождение и развитие социальных, политических, экономических, техногенных, экологических и иных кризисов за счет постоянного автоматизированного мониторинга информации из самых разных источников информации и ее представления руководству в режиме реального времени в легком для восприятия визуальном виде.

Это позволяет спланировать комплекс мероприятий, направленных на ликвидацию или минимизацию кризисных проявлений.

Осуществляется оперативное управление в условиях ограниченного времени, например, при чрезвычайных ситуациях, таких как пандемия COVID 19, войны, а это накладывает жесткие требования не только на состав данных, представляемых руководителям для принятия решений, но и на форму их представления, гарантирующую минимизацию времени на поиск и корректную интерпретацию нужных сведений.

На протяжении всего 2020 года весь мир наблюдал работу ситуационных медицинских центров. В Армении по причине военного конфликта, пандемии и других глобальных вызовов жизненно необходимо создание стратегических оперативно-координационных центров для региональных энергоподразделений. Возникновение экономических угроз происходит постоянно к ним относятся:

- дефицит инвестиционных ресурсов, необходимых для развития, модернизации и технического обеспечения нормальной работы энергокомплекса;

- финансовая нестабильность обеспечения функционирования энергокомплекса, обеспечения топливными ресурсами, материалами и компонентами для поддержания технологических процессов, нестабильность оплаты всех текущих расходов;

- нарушение хозяйственных связей;

- неэффективное использование топливных и материальных ресурсов;

- чрезмерно высокие цены на топливные и материальные ресурсы;

- высокие уровни монополизма производителей, поставщиков и распределителей энергии и топливных ресурсов;

- технические ограничения, возникающие из-за недостатка финансовых средств;

- несбалансированность производства и потребления топливно-энергетических ресурсов, дефицит энергетических мощностей, недостаточная пропускная способность сетей.

В значительной мере воздействуют на работу энергетического комплекса, систем и объектов энергетики и климатические условия [3].

К числу природных угроз энергетической безопасности в Армении относятся:

– стихийные бедствия: землетрясения, наводнения, сильные ветры, оползни, ливневые дожди и снегопады, повышенная грозовая активность, которые могут привести к разрушению или значительному повреждению оборудования;

– природные аномальные явления: длительная засуха, длительная маловодность речного стока, которые могут отразиться на балансах выработки электрической и тепловой энергии, водообеспечении энергетических объектов;

– аномальные явления повышенной солнечной радиационной активности, представляющие угрозу ускоренного старения изоляции и температурных воздействий.

Систематизация и регулирование угроз, создание антикризисных программ на региональном уровне приводит к созданию стратегических ситуационных центров. Стратегический оперативно-координационный центр решает сложные, масштабные, ответственные задачи и настроен на объекты класса: энергетика, регион, АЭС, ГЭС. ТЭС сложный распределенный в пространстве процесс.

Создаваемые региональные ситуационные центры можно классифицировать:

1) По составу: наблюдения (отображения); аналитические оперативно-координационные центры; полнофункциональные центры. Совмещают функции отображения, моделирования и анализа ситуаций.

2) По масштабу (по степени сложности решаемым задачам): стратегические оперативно-координационные центры; оперативно-координационные центры; персональные .

Оперативно-координационный центр свертывает оперативную информацию поступающую с энергообъектов в ситуационную модель, дающую возможность оценивать состояние в реальном масштабе времени [4].

Персональный центр обеспечивает экспресс-оценку ситуации и дает возможность первому руководителю всегда «быть в курсе» независимо от времени, места управляющего субъекта. Их задачи, функции и состав определяются скорее субъектом, решающим, какая информация ему понадобится.

3) По размещению:

– стационарные: конкретные помещения, где происходит анализ ситуаций (большинство оперативно-координационных центров являются стационарными);

- мобильные: разворачиваются на месте событий, в конкретном регионе;

- виртуальные: в будущем, при улучшении каналов связи, мобильность может быть достигнута на программном уровне.

4) По целевой направленности:

- оперативно-координационные центры контроля: наблюдение за состоянием сложного объекта или системы;

- оперативно-координационный центры управления: постоянное и активное управление объектом (группой объектов);

- кризисные оперативно-координационный центры: активная работа осуществляется только при возникновении экстренных (кризисных) ситуаций;

- оперативно-координационный центры обучения: обучение оперативного и обслуживающего персонала, подготовка специалистов в области координации действий;

- многоцелевой оперативно-координационный центр: сочетает в себе возможности различных по масштабу центров. В этом случае можно говорить о режимах работы центров.

5) По способу отображения ситуационной информации:

- коллективный: использование только экрана коллективного пользования (например, оперативно-координационный центр сотовой связи). Основной задачей функционирования является контроль всех составляющих элементов на высшем уровне и принятие решений в случае возникновения экстренных ситуаций;

- индивидуальный: использование только индивидуальных экранов;

- коллективно-индивидуальный: использование экранов различного типа.

6) По универсальности:

- специальные оперативно-координационный центры: большинство оперативно-координационных центров не могут быть использованы в других предметных областях для решения новых задач;

- настраиваемые оперативно-координационные центры: программные и технические решения, предназначенные для широкого использования.

Помимо рассмотренных признаков можно выделить и другие: по степени автоматизации оценки ситуации, по количеству помещений, по количеству персонала, по необходимому времени принятия решения, по составу технических средств, по используемым технологиям, по уровню защиты, по предметной области [5].

Высокая динамика процессов управления региональным развитием энергосистемы требует обеспечения адаптивности деятельности органов управления энергосистемой в регионах к изменяющимся внешним условиям, поэтому появляется необходимость дополнения существующего механизма управления элементами ситуационного типа.

Создание оперативно-координационного центра энергосистемы направлено на повышение качества принятия и исполнения решений органами регионального управления энергетикой на основе:

- интеграции необходимых административно-управленческих, технических, телекоммуникационных и информационно-аналитических ресурсов для выработки адекватных решений по предупреждению и ликвидации проблемных ситуаций путем всестороннего анализа социально-экономической и общественно-политической обстановки в регионе;

- выявления тенденций, моделирования (позволяет определять последствия предпринимаемых действий), прогнозирования (подготовки сценариев) развития ситуации на основе анализа текущей обстановки;

- обеспечения групповой (коллективной) работы уполномоченных сотрудников, в том числе их взаимодействия и отображения данных на коллективные средства визуализации.

### **Список используемых источников**

1. Методика информационной безопасности / Уфимцев Ю.С., Буянов В.П., Ерофеев Е.А. и др.; Моск. акад. экономики и права. – М.: Экзамен, 2014. – 542 с.

2. Мехед В.Г. Философия безопасности: безопасность как культурно-историч. феномен // Безопасность. – 2012. – № 3. – С. 44.

3. Мировой финансовый кризис и экономическая безопасность России: анализ, проблемы и перспективы. – М.: Экономика, 2010. – 205 с.

4. Мишин В.М. Исследование систем управления: учебник для вузов. – 2-изд., стереотип. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 527 с.

5. Муталимов В.А. Государственный мониторинг угроз экономической безопасности России при вступлении во Всемирную торговую организацию // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – № 23. – С. 70 – 76.

6. Общая теория национальной безопасности: учебник / под общ. ред. А.А. Прохожева. – М.: Изд-во РАГС, 2012. – 480 с.

**Х. А. Шахбазян**  
преподаватель

**А. М. Мовсесян**  
преподаватель  
НПУА

г. Ереван, Республика Армения

## **КОНКУРЕНТНЫЙ ОПТОВЫЙ РЫНОК ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Аннотация.* Армения взяла курс устойчивого экономического развития, который подразумевает, прежде всего, сбалансированное развитие экономики. В этом контексте развития конкуренции в энергетической отрасли ведущим направлением устойчивого развития является экономическая безопасность предприятия.

В статье анализируется влияние изменения законодательства в энергетической сфере на условия хозяйственной деятельности, с которыми сталкиваются промышленные потребители Республики Армения в процессе либерализации рынка электроэнергии.

*Ключевые слова:* либерализация, электроэнергия, оператор рынка, электростанция, поставщик, естественная монополия, устойчивость, экономическая безопасность.

Среди проблем, связанных с преобразованиями в энергетике, важное место занимает обеспечение экономической и энергетической безопасности.

Экономическая безопасность предприятия (организации) – это состояние наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и создание условий стабильного функционирования основных его подразделений [1]. Энергетическая безопасность является составной частью безопасности экономической и определяет степень защищенности топливно-энергетического комплекса от внутренних и внешних угроз [2].

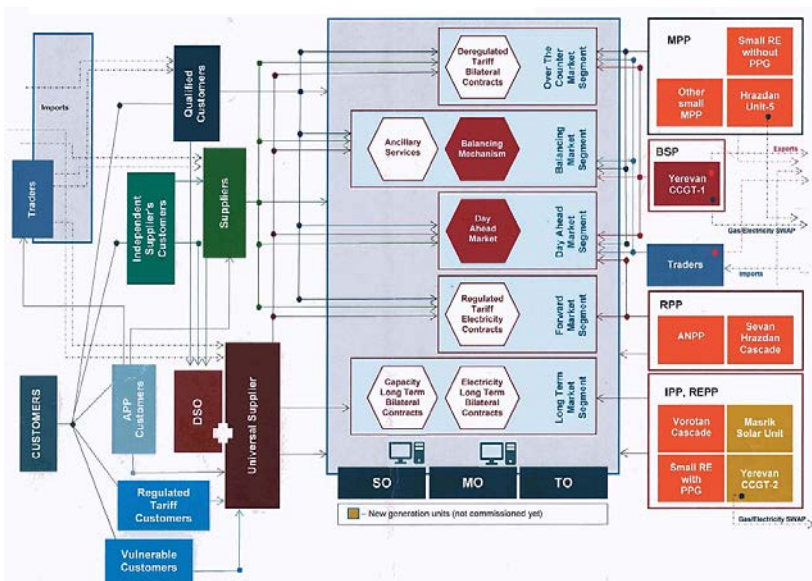
На нынешнем этапе либерализации рынка электроэнергии уже были приняты правила оптового рынка электроэнергии Армении (ОРЭМ). Разрабатывается также программа специальной электронной торговой площадки ОРЭМ [3].

В соответствии с моделью рынка и правил – участниками ОРЭМ являются производители электроэнергии (ПЭ), Гарантированный Поставщик (ГП), Поставщик (П), трейдер (Т) и квалифицированные потребители (КП) [4].

До 2021 года в Армении будут действовать временные правила торговли электроэнергией на ОРЭМ в соответствии с которой продав-



цами электроэнергетики являются производители использующие возобновляемые источники энергии до 30 МВт, когенерационные установки, Разданская ГРЭС и 5-ый энергоблок Разданской ТЭС [5].



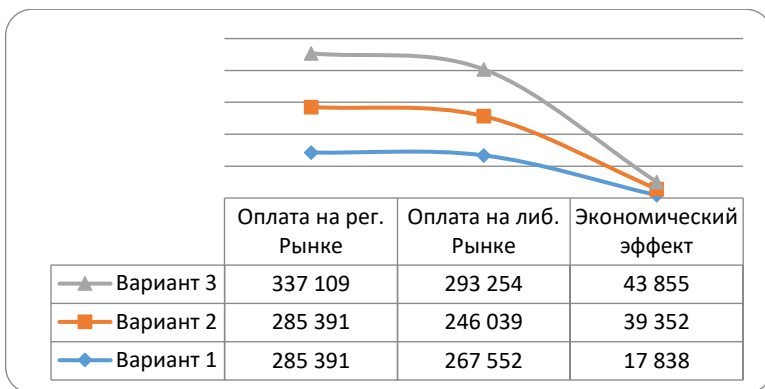
**Рис. 1. Модель электроэнергетического рынка Армении**

Рассмотрим начальный процесс либерализации на оптовом рынке электроэнергии и оценим влияния на экономической безопасности КП.

### Задача

- **Вариант 1** – КП заключает СДД с ПЭ (объем контракта равна месячному производству ПЭ) а остальную часть потребления покупает от ГП,
- **Вариант 2** – КП вес объем потребления удовлетворяет за счет СДД с ПЭ, а ПЭ остальную часть производство продает ГП,
- **Вариант 3** – КП вес объем потребления удовлетворяет за счет СДД с ПЭ, ПЭ вес объем производство продает только за счет СДД других КП.

### Результаты



**Рис. 2. Результаты расчетов**

**Выводы.** С реформой связан ряд позитивных тенденций, которые наблюдаются в электроэнергетике Армении.

По результатам расчета можно сделать вывод что цены на электроэнергию для конечных потребителей будут снижаться и стабилизироваться на более низком уровне, что будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятия и снижению внутренних угроз экономического безопасности.

В итоге реформирования электроэнергетики будут решены некоторые экономические проблемы страны, в частности, отказ от субсидирования отрасли из государственного бюджета, будут формироваться рыночные цены, отражающие реальную стоимость электроэнергии, что будет способствовать установлению паритета цен на товары и услуги других отраслей экономики.

Кроме того, либерализация рынка электроэнергии позволит выровнять диспропорцию цен внутреннего рынка Армении и внешнего экспортного, что будет содействовать интеграции экономики Армении в мировую экономику.

### **Список используемых источников**

1. Стивен Стофт. Экономика энергосистем. Введение в проектирование рынков электроэнергии / пер. с англ. – М.: Мир, 2006. – 623 с., ил.
2. Гительман, Л.Д., Ратников, Б.Е. Эффективная энергокомпания: экономика, менеджмент, реформирование / Л.Д. Гительман, Б.Е. Ратников. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 534 с.

3. Дадалко В.А., Дубков С.В., Дадалко А.В. Стратегии обеспечения экономической безопасности предприятий лесного комплекса. – Минск: ИВЦ Минфина, 2013. – 300 с.

4. Decision of 25.12.2019 No. 516-N of the Public Services Regulatory Commission of the Republic of Armenia.

5. Decision of 09.08.2017 No. 344-N of the Public Services Regulatory Commission of the Republic of Armenia.

**Л. В. Чархифалакян**

канд. экон. наук, доцент  
larisacharkhifalaky@gmail.com

**М. В. Мартиросян**

магистр  
НПУА

г. Ереван, Республика Армения

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, РИСК РАЗВИТИЯ И ЭНЕРГОСИСТЕМА РА**

*Аннотация.* В статье рассматривается эволюция теоретических и практических подходов к вопросам национальной и экономической безопасности, отмечается смена приоритетов в ее повышении и управлении. Исследуются сценарии роста внутреннего спроса и роста цен на природный газ. Для каждого сценария приводятся расчеты средневзвешенной величины себестоимости электроэнергии. На основе методов теории нечетких множеств выбран наиболее вероятный сценарий развития.

*Ключевые слова:* энергосистема, регион, экономическая безопасность, сценарий развития, нечеткие множества, оценка рисков.

В связи с нестабильностью мировой экономики, новыми геополитическими рисками, связанными с формированием многополярного мира, в научном сообществе активно изучаются проблемы безопасности стран и регионов. Внимание к теме национальной безопасности, ее составляющих – экономической, финансовой, не ослабевало и до начала мирового кризиса. Но с 2007 г. по настоящее время количество публикаций по этой теме в общей и специальной литературе значительно увеличилось. Проблема безопасности становится все более актуальной и дискуссионной, позиции ученых и исследователей в понимании сущности безопасности и методологии ее изучения расходятся и нередко значительно. Научное изучение категории «безопасность», определяемой в общем плане как способность государства обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие,

разветвляется на несколько исследовательских направлений. Одним из направлений является получение научных знаний о сущности категории «безопасность», ее содержании, классификации, выявление общих и специфических характеристик ее иерархических уровней. Другим важнейшим исследовательским направлением становится поиск практических способов управления безопасностью с учетом изменений в политике и экономике.

В настоящее время ключевой характеристикой национальной безопасности является, по нашему мнению, представление ее как способности обеспечить территориальную и политическую независимость страны.

Такое положение приводит к тому, что изучение безопасности экономики страны, отдельного региона связывается с новой классификацией угроз и рисков для экономики, при этом следует максимально полно и все сторонне учитывать политические факторы и способность страны (региона) обеспечивать решение своих экономических задач в первую очередь за счет собственных ресурсов и сил. Проблема модернизации классификации современных рисков и угроз экономической безопасности состоит, прежде всего, в трудности самой постановки исследовательской задачи.

Для Республики Армения прогнозирование спроса на электроэнергию и цен на энергоносители в долгосрочной перспективе сопровождается определенными сложностями, что обусловлено наличием разных видов неопределенностей. Окончательный выбор того или иного сценария развития обосновывается рисками отклонения от него. Существующие статистические и эмпирические методы оценки риска не всегда обеспечивают получение адекватных количественных значений. В статье рассматриваются количественные оценки уровня риска в условиях неопределенностей с использованием теории нечетких множеств.

Под риском, в широком смысле, понимают вероятность отклонения конечных результатов реализации выбранной стратегии от ожидаемых [1]. В теории статистических игр [2] для количественной оценки последствий от принятия решений используется понятие функции потерь.

Функцией риска называют математическое ожидание функции потерь, определяемое на основе выражения:

$$Risk(u) = \iint L(u, \theta, z)P(z|\theta)W(\theta)dzd\theta, \quad (1)$$

где  $Risk(u)$  – количественная оценка риска от принятия решения  $u$ ;  $z$  – данные результатов наблюдения;  $L(u, \theta, z)$  – функция потерь от принятого в ситуации  $\theta$  решения  $u$ ;  $P(z|\theta)$  – функция правдоподобия, представляющая собой условную вероятность наблюдаемых в ситуации  $\theta$  данных  $z$ ;  $W(\theta)$  – плотность распределения вероятностей возможных ситуаций  $\theta \in \Theta$ .

В последнее время для количественной оценки уровня риска все большее применение имеют новые подходы [4], основанные на использовании нечетко-множественных моделей, в которых функция принадлежности представляется в упрощенной многоугольной, как правило треугольной, форме. Достоинством данного представления является существенное упрощение расчетов.

Были рассмотрены несколько сценариев развития энергосистемы РА до 2025 г.

### 1. Средневзвешенная себестоимость электроэнергии для рассмотренных сценариев, 2025 г., цент/кВтч

Сценарий роста спроса на электроэнергию	Сценарий роста цены на природный газ		
	Неизменна	2 % в год	5 % в год
Базовый	12,19	12,56	13,27
Средний рост	12,07	12,48	13,25
Высокий рост	11,74	12,24	13,19

В оптимизационную модель электроэнергетической системы РА включены существующие электростанции со своими технико-экономическими показателями, а также станции, планируемые к вводу до 2025 г. [5, 6]. В модель включены также существующие и планируемые межсистемные электрические связи со странами региона. Для всех сценариев рассчитаны средневзвешенные себестоимости электроэнергии для внутреннего потребителя, величины которых представлены в табл. 1.

Поскольку полученные величины носят интервальный характер, то вместо их конкретных значений использованы нечеткие числа, описанные своими функциями принадлежности. Для оценки уровня влияния на средневзвешенную себестоимость электроэнергии интервальных значений прогнозируемого спроса и цен на природный газ, приве-

денные величины этих факторов целесообразно представлять в относительных единицах. Величины рассматриваемых факторов в натуральных и относительных единицах, а также значения их функций принадлежности приведены в табл. 2.

Таким образом, имея относительные значения приведенных в табл. 2 факторов можно осуществить сравнение сценариев и оценить уровень их влияния на себестоимость электроэнергии.

В начале определим количественное значение риска отклонения от наиболее вероятного уровня средневзвешенной себестоимости электроэнергии, обусловленного неопределенностью прогнозирования спроса на электроэнергию.

## 2. Относительные величины и значения функции принадлежности рассматриваемых факторов

	Себестоимость электроэнергии		Спрос на электроэнергию		Цена на природный газ		$\mu(x)$
	Цент/кВтч	x	млн. кВтч	x	\$/тыс. м <sup>3</sup>	x	
Минимум	11,74	0	8124,0	0	180,0	0	0
Средний	12,48	0,48	8590,0	0,23	219,0	0,35	1
Максимум	13,27	1	10 153,1	1	293,2	1	0

Базируясь на положениях теории вероятностей [7], можно определить риск отклонения от вероятного значения себестоимости электроэнергии при одновременном учете неопределенностей спроса и цен на газ:

$$P(AB) = P_B(A) * P_A(B), \quad (2)$$

где  $P_B(A)$ ,  $P_A(B)$  – условные риски отклонения от наиболее вероятного прогнозируемого значения себестоимости электроэнергии.

Обобщая выше изложенное, можно отметить, что применение методики оценки риска, основанной на теории нечетких множеств, позволило получить количественное значение риска отклонения от прогнозируемых вероятных значений средневзвешенной себестоимости электроэнергии в зависимости от неопределенностей прогнозирования спроса на электроэнергию и цен на природный газ, которое в рассмотренном случае составляет 47,8%.

### Список используемых источников

1. Колмыкова Т.С. Инвестиционный анализ: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 204 с.
2. Дубров А.М., Лагоша Б.А., Хрусталеv Е.Ю. Моделирование рисковvх ситуаций в экономике и бизнесе: учеб. пособие / под ред. Б.А. Лагоши. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.
3. Гнуни Т.С. Основы разработки бизнес-планов: методические указания. – Ереван: Изд-во Чартарагет, 2009. – 65 с.
4. Недосекин А.О. Нечетко-множественный анализ риска фондовых инвестиций. – Типография «Сезам», 2002. – 181 с.
5. ՀՀ տնտեսության զարգացման համատեքստում էներգետիկայի բնագավառի զարգացման ռազմավարությունը /ՀՀ Կառավարության 23 հունիսի 2005թ. նիստի հմ 24 Արձանագրության թիվ 1 որոշում.-Երևան, 2005.-51էջ:
6. ՀՀ ազգային անվտանգության ռազմավարության դրույթներով նախատեսված ՀՀ էներգետիկայի նախարարության գործունեության ծրագիր /ՀՀ Կառավարության 2007թ. նոյեմբերի 1-ի հ. 1296-Ն որոշման հավելված.-Երևան, 2007.-10էջ:
7. Кремер Н.Ш. Теория вероятностей и математическая статистика: учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 543 с.

Научное электронное издание

**СТРАТЕГИИ  
ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ УГРОЗАМ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ  
РОССИИ**

Материалы III Всероссийского форума  
по экономической безопасности

27–28 октября 2020 г.

Выпуск III

Том II

Компьютерное макетирование В. А. Толстошейной  
Обложка, упаковка, тиражирование И. В. Евсевой

**ISBN 978-5-8265-2351-3**



Подписано к использованию 19.05.2021.

Тираж 50 экз. Заказ № 71

Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
392000, г. Тамбов, ул. Советская, д. 106, к. 14

Тел. 8(4752) 63-81-08

E-mail: izdatelstvo@tstu.ru