

НОО ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ В МЕНЕДЖМЕНТЕ, ЭКОНОМИКЕ И ЮРИСПРУДЕНЦИИ

Сборник научных трудов по материалам
Международной научно-практической конференции

WWW.SCIPRO.RU

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

Возможности и вызовы в менеджменте, экономике и юриспруденции

**Сборник научных трудов
по материалам Международной научно-практической конференции**

20 апреля 2021 г.

**www.scipro.ru
Москва, 2021**

УДК 001
ББК 72

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О. Канаева

Возможности и вызовы в менеджменте, экономике и юриспруденции: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 20 апреля 2021 г., Москва: Профессиональная наука, 2021. – 75 с.

ISBN 978-1-6671-4393-4

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы развития экономики, политологии, граждановедения, юриспруденции и т.д. по материалам Международной научно-практической конференции «**Возможности и вызовы в менеджменте, экономике и юриспруденции**», состоявшейся 20 апреля 2021 г. в г. Москва.

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

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

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: PSDgraphics

УДК 001

ББК 72

ISBN 978-1-6671-4393-4



© Редактор Н.А. Краснова, 2021

© Коллектив авторов, 2021

© Lulu Press, Inc.

© НОО Профессиональная наука, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МАРКЕТИНГ	5
БЕРДЫБАЙ Ж. ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	5
СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ	9
Кудрявцева М.В. УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ КАК ВЕДУЩАЯ ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	9
СЕКЦИЯ 3. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ	14
Кулаков В.Г., Чурбаков А.В. СЕРВИС В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ.....	14
СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ	18
Сафонов А.С. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.....	18
СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА И ПРАВО	21
Рехтина И.В. «РАЗУМНЫЙ СРОК» КАК КАТЕГОРИЯ ГРАЖДАНСКОГО ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРАВА	21
СЕКЦИЯ 6. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	28
Ильина С.И. УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМ ПРОЕКТОМ С ПОМОЩЬЮ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА MS PROJECT	28
СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИКА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ.....	33
Донгак М.Ш. ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	33
Курбонова З.М. ПРОБЛЕМЫ ВОДРАЗДЕЛЕНИЯ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ	37
СЕКЦИЯ 8. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	40
Крылова Е.Р., Шитик Е.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ АНАЛИЗА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ КАК МЕХАНИЗМА ПРИНЯТИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	40
Кулаков В.Г., Чурбаков А.В. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ РЕСТОРАНА.....	46
Минеева В.М., Алексеев А.Д. КОРПОРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	51
Минеева В.М., Федурайкина Ю.А. МЕСТО ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КОРПОРАЦИИ.....	59
Сафонов А.С. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ И ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ ВОЗМОЖНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВОГО ЦЕНТРА МАЛОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	70

СЕКЦИЯ 1. МАРКЕТИНГ

УДК 33

Бердыбай Ж. Инновационные инструменты рекламного менеджмента в системе управления предприятием

Innovative advertising management tools in the enterprise management system

Бердыбай Ж.

Almaty Management University

Школа Менеджмента

специальность «Маркетинг», магистрант 2 курса

Научный руководитель:

Смыкова М.Р., к.э.н., асс. профессор

Berdybai Zh.

Almaty Management University

School of Management

specialty "Marketing", 2 year undergraduate student

Scientific adviser:

Smykova M.R., Ph.D., Ass. Professor

***Аннотация.** В статье авторы рассматривают вопрос инновационных инструментов рекламного менеджмента в системе управления предприятием.*

***Ключевые слова:** реклама, менеджмент, инновационные инструменты.*

***Abstract.** In the article, the authors consider the issue of innovative advertising management tools in the enterprise management system.*

***Keywords:** advertising, management, innovative tools.*

На современном этапе реклама представляет собой одну из крупнейших отраслей экономики, объединяющую сотни тысяч рекламных агентств и бюро, в которых работают миллионы сотрудников. От того, насколько эффективно будет работать эта система, в немалой степени зависит оптимальность функционирования экономики в целом. Данные факты свидетельствуют о настоятельной необходимости эффективного управления рекламной деятельностью, о важности принятия оптимальных управленческих решений, о значительном уровне потерь в результате ошибок в сфере рекламного менеджмента.

Рекламный менеджмент охватывает весь рекламный процесс - от определения потребности в рекламе к созданию рекламного продукта, изготовления и показа его, в средствах массовой информации. Покупатель стал уделять больше внимания предприимчивости, надежности, оперативности и другим нематериальным факторам, которые формируют престиж поставщика. Поэтому в современных условиях при организации сбыта товаров, особенно массового спроса, реклама не может быть успешной, если она ограничивается одной лишь информацией о товаре. Чтобы реклама изделий и услуг

действовала на потребителей достаточно эффективно, для нее создается фон, способствующий восприятию, т.е. предварительно обеспечивается достаточная престижность рекламного предложения, где немалую роль играет престиж предприятия. Престижность формируется рекламными мероприятиями на институциональном, корпоративном уровне и на уровне товара [1].

Эффективность - это тот фактор, на который рассчитывают фирмы-производители, строя свою рекламную кампанию, т.е. ради чего и существует реклама. Эффективность рекламной кампании означает достижение поставленных маркетинговых и рекламных целей фирмы. И наконец, эффективность - это конкретный результат, который следует за выполнением любого действия, в том числе рекламной (одноразовой или многократной) акции. В теории и практике рекламного бизнеса едва ли можно назвать еще одну проблему, которая бы вызвала такие широкие споры и разночтения, как проблема оценки эффективности рекламного бизнеса. В последнее время существуют два основополагающих подхода к этой проблеме. Часть менеджеров считает, что такую оценку следует давать на основе коммуникативной функции рекламы как ее самой главной специфической функции в рекламном менеджменте. В таком случае измерение эффективности рекламы можно осуществить, оценив степень того влияния, которое оказала реклама на потребителя, рассмотрев качественную и количественную стороны этого влияния[4]. Таким образом, делая вывод по данному вопросу можно сказать, что разработка рекламы или рекламной кампании осуществляется эффективно, если этот процесс хорошо организован и преследует определенную цель. Постановка главной цели, а также определение ее задач являются одним из главных звеньев в системе рекламного менеджмента. Любая организация, осуществляющая свою деятельность в сфере рекламы, преследующая определенную цель, действующая согласно приведенным в вопросе функциям, таким как планирование, организация, контроль и стимулирование работников добьется эффективности своей деятельности. Не существует единой (применимой во всех ситуациях) модели воздействия рекламы. Насчитывается более 50 моделей восприятия рекламы потребителями и более 10 методов оценки ее эффективности [6]. Но количество теорий продолжает расти, так как нет единого мнения в этом вопросе. Это показывает сложность, неоднозначность и важность решения задачи оценки эффективности рекламы.

В идеале, кампания или мероприятие должно иметь четко спланированную структуру и на каждом этапе необходимо проводить маркетинговые исследования и рассчитывать результат, который покажет состояние рынка до начала кампании, в процессе и по окончании:

- Разработка и определение целей рекламной стратегии – разведочное исследование, результат которого берется за основу и дальнейшие исследования с ним

сравниваются (объем продаж, количество покупателей, известность и узнаваемость товара/компании) и оценка качества созданных рекламных материалов;

- Проведение кампании – промежуточные одна или две «волны» исследований;

- Результат кампании – оценка эффективности рекламы.

Поэтому правильное управление рекламой предполагает ее планирование и оценку эффективности. Можно перечислить некоторые причины, которые снижают эффективность рекламы:

- Отсутствие четко поставленных и достижимых целей и задач кампании.
- Несоответствие задач отдельной рекламной кампании целям маркетингового плана и общей стратегии развития бизнеса.
- Ошибка сегментации целевой аудитории.
- Неправильный выбор видов информационных каналов размещения рекламы для доступа к целевому потребителю.
- Отсутствие обратной связи с потребителями товара/услуги.
- Низкий уровень квалификации сотрудников, ответственных за проведение мероприятий, а также выбранного рекламного агентства.
- Отсутствие плана и системы контроля при проведении рекламных акций.

На основе эффективной рекламной кампании можно существенно повлиять на показатели лояльности клиентов к компании. Важную роль здесь играют каналы передачи информации. Необходимо учитывать дифференцированный подход к различным сегментам клиентам в зависимости от их уровня восприятия. Человеческий опыт (опыт клиентов) складывается исходя из тех ощущений, которые они испытали при взаимодействии с брендом. Здесь стоит отметить элементы нейромаркетинга (см. таблицу 1).

Таблица 1

Факторы формирования информации о внешнем мире

Факторы формирования человеческого опыта на основе	Примеры
Зрительных ощущений	Нейромаркетинг – это использование цветовых акцентов, мерчандайзинг товаров
Слуховых ощущений	Быстро играющая музыка в супермаркете при большом потоку покупателей, с целью ускорить процесс
Вкусовых ощущений	Дегустации новых товаров для привлечения потребителей и возбуждения аппетита
Тактильных ощущений	Упаковка товаров

Факторы формирования человеческого опыта на основе	Примеры
Обонятельных ощущений	Аромамаркетинг используется повсеместно, запах фаст-фуда, новой машины из салона, запах выпечки – все это зачастую создано химическим путем и распыляется с целью затуманить сознание потребителя
Эти модальности еще называют репрезентативной системой. От того, какая из модальностей наиболее развита, выделяют: визуалов, аудиалов, кинестетиков. Вопросами влияния на человеческое поведение и программирования мышления индивидуумов занимается отрасль практической психологии под названием «нейро-лингвистическое программирование».	
Примечание – составлено на основе [5, с.49]	

Резюмируя вышесказанное, можно отметить тот факт, что компании, трезво оценивающие эффективность инновационных разработок нейромаркетинга, как правило, более успешны по сравнению с конкурентами. Практика показывает, что большинство казахстанских компаний не имеют отдела маркетинга. Управление же компанией заключается в том, чтобы привести компанию к успеху, а для его достижения нельзя пренебрегать маркетингом. Важно, чтобы многие отечественные компании начали интенсивно внедрять инновационные инструменты нейромаркетинга в целях повышения узнаваемости бренда компании.

Библиографический список

1. Линдстром М. «Buyology: увлекательное путешествие в мозг современного потребителя». – Москва: «Альпина Бизнес Букс», 2011. – 271 с.
2. Гоулман Д. «Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ». – Москва: «АСТ МОСКВА», 2014. – 460 с.
3. [Макгонигал](#) К. «Сила воли». – Москва: «Манн, Иванов и Фербер», 2012. – 299 с.
4. Бройнинг Г. Л. «Гормоны счастья. Как приучить свой мозг вырабатывать серотонин, дофамин, эндорфин и окситоцин». – Москва: «Манн, Иванов и Фербер», 2016. – 250 с.
5. Морен К., Ренвуазе П. «Тренинг по нейромаркетингу. Где находится кнопка купить в сознании покупателя?» – Москва: «Эксмо», 2015. – 216 с.
6. Байрон Л., Пьюселик Ф. «NLP. Магия нейролингвистического программирования без тайн». – Санкт-Петербург: «Петербург XXI век», 2012. – 87 с.

СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 330.34

Кудрявцева М.В. Управление человеческими ресурсами как ведущая часть современного менеджмента

Human resource management as a leading part of modern management

Кудрявцева Мария Викторовна

Старший преподаватель кафедры социальной работы и права
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,

Санкт-Петербург

Kudryavtseva Maria Viktorovna

Senior Lecturer of the Department of social work and law
Saint Petersburg University of industrial technology and design,
Saint Petersburg

Аннотация. В статье раскрываются особенности цифровой экономики, а также рассматривается влияние новых технологий на роль и значение человеческих ресурсов в современных социально-экономических условиях. Отмечены основополагающие тенденции современного менеджмента. Подчеркивается растущее значение оптимизации управления человеческими ресурсами в контексте цифровизации экономики. В статье рассмотрены некоторые актуальные проблемы в области экономики и управления человеческими ресурсами, а также представлены навыки и компетенции, которыми необходимо обладать современным профессионалам в целях достижения высоких результатов деятельности организаций.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, менеджмент, управление, цифровизация, эффективность, компетенции, развитие.

Abstract. The article reveals the features of the digital economy, and also examines the impact of new technologies on the role and importance of human resources in modern socio-economic conditions. The fundamental tendencies of modern management are noted. The growing importance of optimizing human resource management in the context of the digitalization of the economy is emphasized. The article discusses some urgent problems in the field of economics and human resource management, as well as presents the skills and competencies that modern professionals need to possess in order to achieve high results in the activities of organizations.

Keywords: human resources, management, governance, digitalization, efficiency, competencies, development.

В условиях глобализации социально-экономических процессов, автоматизации современного производства и цифровизации экономики динамично изменяется сфера труда и занятости. Речь идет не только о замещении одних профессий другими, создании новых рабочих мест и пр., но и о необходимости переосмысления систем управления персоналом, принципов взаимодействия руководителя и подчиненных.

Трудовые отношения и качество человеческих ресурсов определяют темпы и результаты социально-экономического развития на всех уровнях – от отдельной

организации до глобальной экономической системы. Изменение социальных, экономических и технологических укладов жизни общества исторически преобразовывает роль и значение трудовых ресурсов, отношение к человеческому капиталу. В условиях цифровой экономики и четвертой промышленной революции место и значение человеческих ресурсов также претерпевает свои изменения.

Цифровая экономика основывается на интеграции цифровых технологий во все сферы социально-экономической жизни. Сегодня непрерывно развивающиеся информационно-коммуникационные технологии и самообучающиеся системы искусственного интеллекта «забирают» у человека многие привычные для него трудовые задачи и функции, параллельно открывая индивиду новые возможности. Искусственный интеллект постепенно занимает центральное место в экономической системе, замещая многие компоненты интеллектуального капитала человека.

В качестве современных тенденций кадрового менеджмента, оказывающих влияние на процесс управления человеческими ресурсами, исследователи отмечают такие, как:

- финансовые потери компаний из-за низкого эмоционального интеллекта линейных руководителей;
- признание необходимости развивать таланты сотрудников внутри организации; по преимуществу, бизнес ориентирован на внутреннее развитие персонала за счет реализации программ по выявлению и развитию способностей работников;
- среди кандидатов в компании возрастает количество представителей «поколения Y», которых можно охарактеризовать, как вовлеченных в цифровые технологии, импульсивных, амбициозных, для которых важна самореализация и постоянный поиск себя, стремление участвовать в интересных и перспективных проектах и др. [1, с. 45].

Соответственно, с учетом вышеобозначенных трендов и условий цифровой экономики, перед руководством и управляющими современных организаций и компаний встает задача реализации все более грамотного и целесообразного управления человеческими ресурсами как ведущей части менеджмента. В противном случае конкурентоспособность персонала будет снижаться, что в свою очередь приведет к снижению эффективности деятельности организации.

Также в современных научных исследованиях подчеркиваются следующие основополагающие тенденции менеджмента третьего десятилетия XXI века:

- выбор управленческих решений, обоснованных с научной точки зрения, при помощи информационно-аналитической системы данных с использованием современных методик;
- отход от авторитарного управления к лидерскому началу;

- наиболее детализированное и цельное распределение полномочий по всем ступеням иерархии с сопутствующей ответственностью;
- непрерывное совершенствование компетенций;
- функционирование компании как единой слаженной команды;
- фактически полная ответственность отдела менеджмента за системную работу [2, с. 98].

В своих научных работах исследователи подчеркивают, что инновационность бизнеса и эффективность деятельности компаний зависит от готовности персонала к развитию, что дополняется усилением роли информационно-коммуникативных технологий, увеличением доли нематериальных активов, высокой значимостью знаний [3, с. 87]. Наряду с этим оптимальное управление человеческими ресурсами приобретает все большее значение, так как именно от качества человеческих ресурсов и процесса управления ими зависит производительность, инновационность и эффективность деятельности организации.

Эффективность управления является сложной, комплексной экономической категорией, включающей множество формальных и неформальных параметров. Главным объектом управления являются человеческие ресурсы организации. Как отмечают исследователи, проблемы современного управления уже не могут быть оптимально разрешены на основе технократических дисциплинарных подходов. Прежняя (традиционная) модель управления персоналом нацеливала внимание менеджера почти исключительно на экономические и организационные цели.

Новая модель, отражая растущую интеграцию экономических и социально-психологических процессов, ставит в фокус внимания менеджера и социальные задачи. Можно сказать, что сегодня больший интерес представляют не авторитарные стили управления и жесткая директивность со стороны руководства, а поощрение самоуправления, ответственности, креативности и инициативности сотрудников. Однако вышестоящие руководители не всегда являются подлинными лидерами и не всегда готовы к грамотному управлению командой.

В качестве причин, препятствующих креативности в организации, исследователи называют рутинность, страх перед вышестоящим руководством, высокую степень конформизма в коллективе, требование жесткой регламентации со стороны руководства и соблюдения ригидного иерархического устройства организации, давление со стороны руководителя, постоянный контроль и т.д. [4].

В условиях динамично изменяющейся бизнес-среды и цифровизации экономики значительно меняются и требования к компетенции специалистов разных сфер и областей профессиональной деятельности. Мировой экономический форум в Давосе назвал умение видеть и решать проблемы комплексно, креативность, командную работу, эмоциональный

интеллект и критическое мышление наиболее востребованными качествами менеджеров в 2020 году [5].

Среди компетенций, которыми должен обладать современный менеджер, особое значение приобретают умение оперировать имеющейся информацией в условиях неопределенности; гибкое реагирование на изменения; оригинальность; готовность решать сложные интеллектуальные и практические задачи, требующие неординарных подходов; способность избирательно и оперативно работать с информацией и пр. Такие компетенции определяют не только личную эффективность сотрудников, но и эффективность деятельности конкретной организации.

Исследователи отмечают, что в области экономики и управления человеческими ресурсами все более характерной проблемой становится недостаток инновационно-компетентных работников [6, с. 1075]. При этом именно человеческие ресурсы определяют конкурентоспособность конкретной организации и являются основополагающим фактором ее развития и эффективности. Человеческий капитал обеспечивает широкие возможности для решения таких экономических задач организации, как повышение производительности и темпов роста, внедрение инноваций и т.д.

Вне сомнений, современный специалист в любой области деятельности должен быть заинтересован в профессиональном росте и стремиться к непрерывному развитию и обучению. Необходимость осваивать цифровые навыки (digital skills), обладать набором универсальных компетенций и своевременно обновлять их является своеобразным требованием современного рынка труда.

По мнению некоторых отечественных исследователей, актуальные для XXI века навыки можно сгруппировать в четыре категории:

1. мышление: креативность, критическое мышление, решение проблем, принятие решений, умение учиться;
2. способы работы: коммуникация и кооперация;
3. инструменты для работы: ИКТ-грамотность и информационная грамотность;
4. навыки для повседневной жизни: гражданская грамотность, навыки для жизни и карьеры, персональная и социальная ответственность [7, с. 34].

Особое место среди универсальных и востребованных в условиях современной действительности компетенций принадлежит умению учиться самостоятельно и независимо от кого-либо. Именно эта способность позволит индивиду обновлять набор приобретенных знаний и умений, соответствовать изменяющимся требованиям цифровой экономики, быть гибким и адаптивным профессионалом.

Итак, одним из главных факторов, определяющих эффективность и жизнестойкость современной организации или компании в долгосрочных перспективах, становится ее

способность реагировать на изменяющиеся условия, приспосабливаться к ним и успешно интегрироваться в обновляющуюся рыночную экономику. Оптимальное управление человеческими ресурсами сегодня приобретает все большее значение, так как именно от качества человеческих ресурсов и процесса управления ими зависит производительность, инновационность и эффективность деятельности организации. В связи с этим особую актуальность приобретает разработка новых подходов к управлению человеческими ресурсами как ведущей части менеджмента в обновляющихся социально-экономических реалиях. Менеджмент, являясь своеобразной социальной технологией, которая может эффективно способствовать экономическому прогрессу, должен меняться вместе с миром, отвечая реалиям обновляющейся действительности.

Библиографический список

1. Казначеева, С.Н. Повышение эффективности кадрового менеджмента: тенденции и Особенности управления / С.Н. Казначеева, И.Б. Бичева, О.В. Юдакова // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2016. – № 2 (46). – С. 44-50.
2. Шушунова, Т.Н. Современные тренды и перспективы развития менеджмента в условиях цифровой трансформации / Т.Н. Шушунова, В.Ф. Вакуленко, А.В. Фролова // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 7. – С. 96-99.
3. Воронин, А.В. Совершенствование управления трудом: микро- и макроуровни / А.В. Воронин, М.С. Гусарова // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2016. – № 2. – С. 85-94.
4. Сафина, Д.М. Факторы, препятствующие креативному мышлению в организации / Д.М. Сафина // Вестник экономики, права и социологии. – 2014. – № 4. – С. 89-92.
5. Фомин, А.А. Современный HR-менеджмент: навыки, востребованные в 21 веке / А.А. Фомин, И.Ю. Мамонтова // Московский экономический журнал. – 2020. – № (1). – С. 607-614.
6. Яковлева, Е.А. Управление интеллектуальными ресурсами работников в условиях инновационного развития цифровой экономики // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 8. – С. 1073-1088.
7. Кундозерова, Л.И. Сравнительный анализ развития ключевых компетенций и новой грамотности в России и странах с развивающейся экономикой // Теория и практика научных исследований: психология, педагогика, экономика и управление. – 2020. – № 2 (10). – С. 23-42.

СЕКЦИЯ 3. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

УДК 65. 658. 658.6, 658.64

Кулаков В.Г., Чурбаков А.В. Сервис в гостиничном бизнесе

Service in the hotel business

Кулаков В.Г.,

старший преподаватель

Чурбаков А.В.,

магистрант

Московский государственный университет

технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)

г. Москва, Российская Федерация

Kulakov V.G., senior lecturer

Churbakov A.V., Master student

Moscow State University

technologies and management named after K.G. Razumovsky (PKU)

Moscow, Russian Federation

***Аннотация.** Анализ мировых тенденций в индустрии гостеприимства позволяет сделать вывод, что эта сфера деятельности имеет высокие темпы развития и приносит существенные доходы тем странам, где ей уделяется достаточно большое внимание. Гостиницы давно уже вошли в повседневную жизнь заядлого путешественника. Они являются неотъемлемой частью великого бизнеса туризма, и несут на себе очень большую роль в индустрии гостеприимства. И, как раз и разделяют гостиницы на категории, учитывая тот сервис, который они предоставляют своим гостям.*

***Ключевые слова:** сервис, гостиничный бизнес, полно-сервисные гостиницы, гостиничный комплекс*

***Abstract.** Analysis of global trends in the hospitality industry allows us to conclude that this field of activity has a high rate of development and brings substantial income to those countries where it is paid enough great attention. Hotels have long been part of the everyday life of the avid traveler. They are an integral part of the great tourism business and play a very large role in the hospitality industry. And they divide hotels into categories, taking into account the service they provide to their guests.*

***Keywords:** service, hotel business, full service hotels, hotel complex*

Гостиничный бизнес — одна из наиболее сложных сфер деятельности. Ежегодно в России открывают сотни гостиниц, совершенствуя сферу обслуживания и предлагая новый комплекс услуг для большего комфорта и удобства гостей.

На сегодняшний день гостиницы подлежат многообразному делению на классы, виды и категории по различным факторам. Вот и по предоставлению обслуживания гостиницы тоже бывают различных видов. В одних отдыхающим предоставляют полный перечень стандартных услуг, и так же список дополнительных. Это может быть и трансфер из аэропорта или в аэропорт, и посещение бассейнов, соляриев и ресторанов, использование больших конференц-залов для совещаний или презентаций бизнесменами. И любой, кто

может себе позволить проживать в таких гостиницах, знает о наличии тех или иных услуг и требует их выполнения. Ведь зачастую эти гостиницы высшего класса, и проживание в них обходится довольно дорого.

Но любой сервис должен осуществляться на должном уровне, так как клиент платит за него свои деньги.

Следует отметить, что гостиничный сервис предоставляет комплекс услуг, предоставляемых различными сферами обслуживания, образуя единый продукт в виде «пакета услуг», подобранных для клиента в зависимости от уровня его потребностей. Но такого рода «пакет» не носит жесткого характера, и клиент самостоятельно вносит поправки в его составляющие.

Сервисная деятельность — это область человеческих взаимоотношений, где формируется и совершенствуется реабилитационно-альтруистический стиль в удовлетворении наших потребностей путём оказания индивидуальных услуг.

Услуги, предоставляемые в гостиницах, делятся на основные и дополнительные. Они могут быть бесплатными и платными.

К основным услугам относятся проживание и питание. Оформление проживающих в гостинице и убывающих из неё должно производиться круглосуточно. В организациях общественного питания, связи и бытового обслуживания, размещённых в гостинице, лица, проживающие в гостинице, обслуживаются вне очереди.

Без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг:

- вызов скорой помощи;
- пользование медицинской аптечкой;
- доставка в номер корреспонденции при её получении;
- побудка к определённому времени;
- предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных дополнительных, которые оплачиваются отдельно. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должен соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории.

Система мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, называется в гостиничном хозяйстве сервисом. Сервис нужно строить не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает). Но нельзя навязывать услуги. В соответствии с «Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ» (утверждены постановлением Правительства РФ от

25 апреля 1997 г. №490) исполнитель не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг, не предусмотренных договором. Также запрещается обуславливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг.

Перечень услуг зависит от категории гостиницы. Не во всех гостиницах есть возможность организовывать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Однако всюду должны стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью отвечал запросам гостей.

Организации, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить интересующую клиентов услугу, часы работы должны быть удобными для гостей.

Оказывая какие-либо услуги, персонал должен проявлять такт и корректность. При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Поэтому во многих гостиницах проживающих при отъезде просят заполнить небольшие анкеты, которые сдаются вместе с ключами в службу приёма и размещения, а затем их изучают в службе рекламы и маркетинга.

Полносервисные гостиничные предприятия являются образцовыми организациями, предоставляющим своим отдыхающим самый полный комплекс услуг, в том числе и дополнительных. Поэтому, чаще всего, к таким гостиницам можно отнести все фешенебельные отели высших категорий.

Своеобразный гостиничный комплекс наполнен многогранной инфраструктурой, и может предложить своему туристу посетить ресторан или кафе, салон красоты и тренажерный зал. Кроме того, гость может воспользоваться многочисленными дополнительными услугами, будь то прачечная, или использование конференц-залов для деловых встреч. Поэтому такие гостиницы пользуются достаточной популярностью среди деловых людей и бизнесменов.

При этом предоставление всех основных услуг и обслуживание гостей всегда производится на высоком уровне, а персонал проходит очень тщательную проверку. К уборке номеров и комплектации их всеми необходимыми современными технологиями и гаджетами также производится тщательный подход и контроль.

Также из всех доступных видов гостиничных предприятий можно выделить отдельное подразделение бюджетных, или экономных, как их еще называют, гостиниц. Такая категория гостиниц своим названием уже дают понять своим гостям, что номера в них имеют более доступную цену, чем в полносервисных отелях, а организация номеров выполнена в более бюджетном варианте и без той показной роскоши.

В гостиничном деле есть свои лидеры – несколько национальных фирм. «Хаятт», «Хилтон», «Уэстин» – самые известные гостиничные цепи класса люкс.

Главная черта гостиничного хозяйства – это расширение собственной востребованности через создание клиентурных отношений, а также открытие новых филиалов в которых определяющими становятся функциональные качества гостеприимства.

Сегодня в условиях высокой конкуренции среди гостиничного бизнеса, каждый из отелей должен в первую очередь быть заинтересованным в использовании такого эффективного инструмента по удержанию гостей как сервис. Для повышения загрузки отеля и формирование благоприятного имиджа, а следовательно, и повышения доходов, гостиничному бизнесу необходимо поддержание сервиса для своих клиентов на должном, высоком уровне.

Библиографический список

1. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е.А. Балашова. – М.: Вершина, 2006. – 200 с.
2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С.И. Байлик. – Киев: Альтерпресс, 2002. – 329 с
3. Глебов А. Конкурентоспособность / А. Глебов // Маркетинг. – 2005. – С. 11.
4. Качество гостиничного обслуживания // Обзор :www.gostinnica.info/13.html
5. Бреев Б. Развитие сферы гостиничных услуг / Б. Бреев // Российский экономический журнал.- 2006.-№ 10. - С. 56-60.

СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

УДК 69.003.13

Сафонов А.С. Инвестиционная привлекательность строительной отрасли

Investment attractiveness of the construction industry

Сафонов А.С.

Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень

Safonov A.S.

Tyumen Industrial University, Tyumen

Аннотация. В статье проанализирована инвестиционная привлекательность проектов строительства зданий разных типов, выявлены проблемы и пути решения привлечения инвестиций в отдельные отрасли строительства.

Ключевые слова: строительная отрасль, инвестиции, инвестиционная привлекательность.

Abstract. The article analyzes the investment attractiveness of projects for the construction of buildings of different types, identifies the problems and solutions to attract investments in certain sectors of construction.

Keywords: construction industry, investment, investment attractiveness.

Для стабильного экономического развития любой экономической отрасли необходимо привлечение в неё новых средств и капиталов, основным источником которых являются инвестиции. Инвестиционная деятельность – вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. Инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [1].

Строительная отрасль является одной из самых крупных по объёмам инвестирования в России, что объясняется высоким уровнем рентабельности и низким уровнем риска этих инвестиций, а также их необходимостью, определяющейся высокой стоимостью строительных проектов, финансирование которых строительные компании не могут осуществлять самостоятельно. Прибыльность и риски этих проектов зависят от сферы строительства и типа объектов.

Для привлечения инвестора в проект необходимо, чтобы проект обладал рядом свойств, главное из которых это инвестиционная привлекательность. Инвестиционная привлекательность – это самостоятельная экономическая категория, которая характеризуется доходностью капитала, устойчивостью финансового состояния предприятия, курсом акций и уровнем дивидендов, выплачиваемых акционерам, а также

формируется благодаря конкурентоспособности продукции, клиентоориентированности предприятия, выражающейся в наиболее полном удовлетворении запросов потребителей [2].

Самой привлекательной сферой строительства по привлечению инвестиционных средств является строительство жилой недвижимости, спрос на которую стабильно растёт, как видно из рисунка 1 [3].

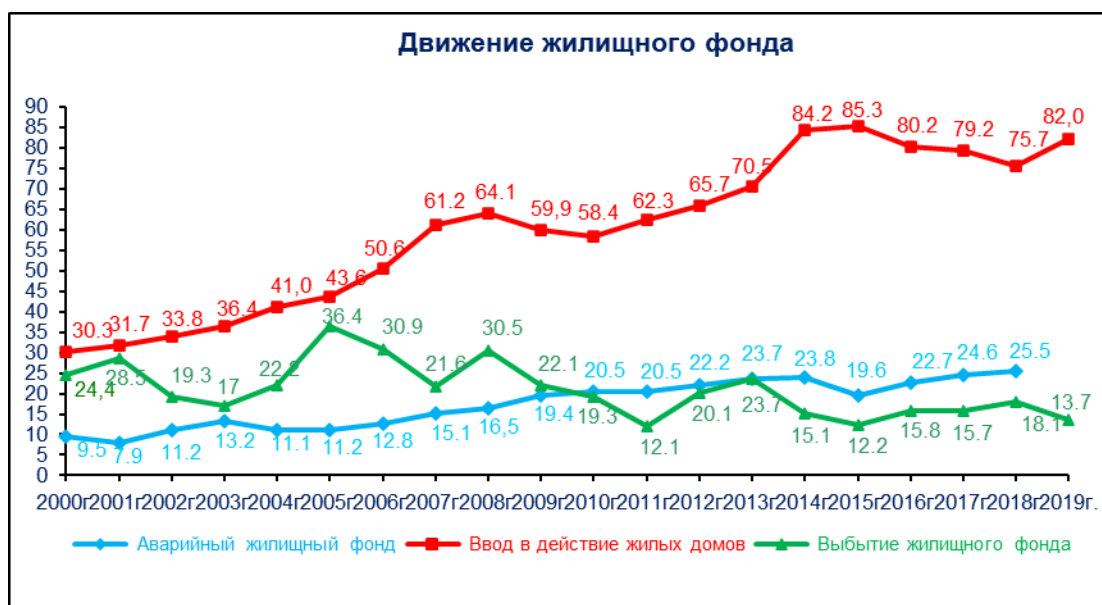


Рисунок 1. Статистика движения жилищного фонда

Популярность этой сферы связана с её надёжностью и высокой доступностью, так наряду с инвестиционными и девелоперскими компаниями, инвесторами здесь могут быть и физические лица, выступающие в роли дольщиков. Главная цель инвестора как можно скорее преумножить вложенные им средства, с этим связано важное достоинство сфер жилищного строительства в сравнении с другими, а именно, быстрый срок окупаемости инвестиций, который, по сути, равен сроку строительства, таким образом инвестор получает прибыль сразу после реализации объекта.

Коммерческое (торговые центры, гостиницы и др.) и промышленное строительство серьезно проигрывают жилищному по параметру окупаемость. Поскольку доход, получаемый от этих объектов, поступает инвестору постепенно (арендная плата, доход от производства), поэтому срок возврата вложенных средств является очень продолжительным, а в этот период экономическая ситуация в стране и другие факторы могут поменяться, в результате чего инвестор частично или полностью теряет вложенный капитал. Такая ситуация отталкивают крупных инвесторов от этих сфер строительства в пользу ликвидного жилищного строительства.

Привлечь крупного инвестора — непростая задача, тем более в проект с низкой инвестиционной привлекательностью, выгодность которого для него может стать сомнительной перспективой. В таких случаях нужно искать не просто инвестора, который хочет быстро и ощутимо приумножить свой капитал, а того, кто заинтересован в результате строительства. Поясним этот тезис на примере строительства торгового центра. Простого инвестора такой проект не заинтересует, так как вложения требуются крупные, а срок окупаемости может исчисляться десятилетиями. В качестве инвесторов в этом проекте могут выступить:

- Коммерческие компании, заинтересованные в будущих торговых площадях этого центра.
- Компании, осуществляющие строительство жилых районов неподалёку от места строительства объекта, так как близкое расположение квартиры к торговому центру увеличивает стоимость 1 метра квадратного жилищной площади и спрос на неё.
- Государственные и муниципальные органы управления компании, заинтересованные в развитии торговли и экономическом процветании района строительства.

Анализ сложившейся ситуации с инвестиционной привлекательностью проектов строительства разного назначения позволяет сделать вывод о существовании проблемы с финансированием тех из них, которые не приносят быстрой окупаемости вложенных средств. Ее решение возможно в том случае, если инвесторам будут гарантированы практическая польза и социальная эффективность такого строительства.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 25.02.1999 №39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» — Текст: электронный//Собрание законодательства Российской Федерации: [официальный сайт] — URL: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml?nb=100&issid=1001999009000&docid=1731>(дата обращения: 17.03.2020)
2. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: Учеб. пособие / Э.И. Крылов, В. . Власова, .Г. Егорова, И.В. Журавкова. — .: Финансы и статистика, 2003. —191с
3. Жилищное строительство. Статистика — Текст: электронный// Федеральная служба государственной статистики: [официальный сайт] — URL:<https://rosstat.gov.ru/folder/14458> (дата обращения: 17.03.2020)

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА И ПРАВО

УДК 34

Рехтина И.В. «Разумный срок» как категория гражданского процессуального права

"Reasonable time" as a category of civil procedure law

Рехтина Ирина Владимировна,

кандидат юридических наук,

доцент кафедры трудового, экологического права и гражданского процесса

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

докторант Института государственной службы и управления

РАНХиГС (г. Москва)

Rekhtina Irina Vladimirovna,

candidate of legal sciences,

Associate Professor of Labour and Environmental Law and the civil process

FSBOU VO "Altai State University"

doctoral student of the Institute of Public Service and Management

RANEPA (Moscow)

Аннотация. В статье рассматривается процесс имплементации нового для российского гражданского процессуального права института разумных сроков, обусловленный ратификацией в 1998 году Конвенции о защите прав человека и основных свобод. Описываются сложности с определением, толкованием, критериями применения данной категории. Анализируется соотношение данной категории с иными юридическими понятиями и конструкциями. Выделяются проблемы применения и толкования российскими судами разумных сроков при рассмотрении и разрешении конкретных гражданских дел. Отдельное внимание уделяется вопросу соотношения понимания и толкования категории «разумный срок» в актах Европейского Суда по правам человека и актах российских судов. Формулируется вывод о необходимости единого подхода Европейского суда по правам человека и Верховного Суда Российской Федерации при определении категории «разумный срок». Предлагаются рекомендации по совершенствованию действующего процессуального законодательства и правоприменительной практики.

Ключевые слова: гражданский процесс, разумный срок, правоприменение, судебная власть, правосудие, судебные акты, Европейский Суд по правам человека

Abstract. The article considers the process of implementing the institution of reasonable time limits new to Russian civil procedure law, due to the ratification in 1998 of the Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms. Difficulties with definition, interpretation, criteria of application of this category are described. The relationship of this category with other legal concepts and constructions is analyzed. The problems of application and interpretation by Russian courts of reasonable time in the consideration and resolution of specific civil cases are highlighted. Particular attention is paid to the question of the relationship of understanding and interpretation of the category of "reasonable time" in acts of the European Court of Human Rights and acts of Russian courts. It is concluded that there is a need for a unified approach between the European Court of Human Rights and the Supreme Court of the Russian Federation in determining the category "reasonable time." Recommendations are made to improve existing procedural legislation and law enforcement practices.

Keywords: civil process, reasonable time, law enforcement, judicial power, justice, judicial acts, European Court of Human Rights

Конвенция о защите прав человека и основных свобод (далее – ЕСПЧ) в п. 1 ст. 6 устанавливает: «Каждый в случае спора о его гражданских правах имеет право на справедливое и публичное разбирательство дела в разумный срок ...». С момента присоединения и ратификации Российской Федерацией данной Конвенции в 1998 году российские граждане стали массово обращаться в Европейский Суд по правам человека (далее - ЕСПЧ) с жалобами на чрезмерно длительное производство по их делам в национальных судах или на длительное неисполнение судебных решений. Данный факт привлек внимание как Верховного суда Российской Федерации, так и теоретиков, практиков. В декабре 2008 года состоялся VII Всероссийский съезд судей, на котором обсуждались факты и проблемы грубого нарушения сроков рассмотрения дел во всех звеньях российской судебной системы. В связи с этим обеспечение разумных сроков рассмотрения дел и исполнение судебных решений были названы в качестве одной из главных задач, требующих безотлагательного разрешения, что было отражено в Постановлении Съезда от 04.12.2008 года «О состоянии судебной системы Российской Федерации и приоритетных направлениях ее развития и совершенствования».

На основе данного постановления, а также с учетом постановления ЕСПЧ от 15.01.2009 г. по жалобе «Бурдов против России» Верховный Суд РФ подготовил законопроект о разумных сроках судопроизводства, в котором указывалось на создание эффективного и отвечающего международным стандартам средства правовой защиты от нарушений, связанных с длительным неисполнением судебных актов. Данные законопроекты были внесены Президентом РФ в Государственную Думу и приняты в качестве федеральных законов в апреле 2010 г: Федеральный закон от 30.04.2010 N 68-ФЗ «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок» и Федеральный закон от 30.04.2010 N 69-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок».

Дополнительно Верховный Суд РФ, выступая с идеей внедрения защиты граждан от нарушения разумных сроков, преследовал цель уменьшения количества обращений в ЕСПЧ, которые указывают на неэффективность внутригосударственной защиты и умаляют авторитет судебной власти в России. Сокращение обращений в ЕСПЧ соответственно снизит суммы выплат из казны РФ компенсаций за нарушение разумных сроков.

В связи с введением института разумных сроков в процессуальное законодательство обоснованно возникает вопрос о толковании понятия «разумность» и расшифровки критериев, которыми руководствуется суд при квалификации срока в качестве разумного.

Слово «разумный» происходит от слова «разум» (лат. ratio), «ум» [2, с. 564]. В философии данное понятие трактуется, как «философская категория, выражающая высший тип мыслительной деятельности» [4, 546], «способность мыслить всеобще, способность анализа, абстрагирования и обобщения» [7, с. 256]. В толковом словаре С.И. Ожегова слово «разумный» определяется как «логичный, основанный на разуме, целесообразный» [5, с. 634].

Исходя из данных трактовок можно сделать вывод, что стремление к разумности направлено на создание объективного понимания чего-либо. Применительно к разумным срокам можно сказать то же самое. Исходя из трактовки слова «разумный» словосочетание «разумные сроки» можно трактовать как логически установленный, четко определённый, исходя из объективных обстоятельств, обоснованный период времени, в течение которого должны быть произведены определённые действия. Л.В. Соцуро даёт краткое, обобщающее, но ёмкое определение: «разумный срок – это такой срок, который необходим для выполнения определенных действий» [6, с. 16].

Применительно к процессуальному законодательству при трактовке «разумных сроков» необходимо руководствоваться европейским пониманием данного правового явления, поскольку названный институт пришел в российское пространство из законодательства европейских государств. ЕСПЧ под «разумным сроком судопроизводства» понимает весь период времени рассмотрения дела в судах: с момента подачи заявления в суд первой инстанции до момента вынесения последнего судебного акта по делу. Вопрос о разумности или неразумности сроков возникает тогда, когда суд выходит за пределы срока, установленного законом. В связи с этим ЕСПЧ при рассмотрении жалоб заявителей на решения национальных судов в первую очередь обращает внимание на законодательно установленные должные сроки рассмотрения или исполнения дел, а затем уже на иные обстоятельства, недостатки судопроизводства. Если наблюдается превышение сроков или их продление, что увеличивает общую продолжительность рассмотрения дела, то ЕСПЧ часто без выяснения причин, признает виновность национального суда в нарушении разумных сроков, поскольку обеспечение своевременного рассмотрения дела – обязанность суда.

Например, в деле «Рыбаков против Российской Федерации» ЕСПЧ признал виновным российский суд в многолетнем нерассмотрении дела в связи с многократной неявкой истцов в судебное заседание, вследствие чего судебные заседания откладывались. В данном случае российский суд должен был принять меры в отношении недисциплинированных участников, в действиях которых наблюдается злоупотребление процессуальными правами. На данном примере мы видим, что ЕСПЧ трактует «разумные сроки» формально, строго в рамках национального законодательства.

В современном процессуальном законодательстве Российской Федерации в

Арбитражном процессуальном кодексе РФ (далее – АПК РФ), в Гражданском процессуальном кодексе РФ (далее – ГПК РФ), в иных законодательных актах и официальной судебной практике, включая Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации N 11 «О некоторых вопросах, возникающих при рассмотрении дел о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок» от 29.03.2016 г. отсутствует дефиниция понятия «разумный срок». Имеется только расшифровка понятия «компенсация за нарушение права на судопроизводство в разумный срок и права на исполнение судебного акта в разумный срок (далее – компенсация) – как мера ответственности государства, имеющая цель возмещения причиненного неимущественного вреда фактом нарушения процедурных условий, обеспечивающих реализацию данных прав в разумный срок независимо от наличия или отсутствия вины суда, органов уголовного преследования, органов, на которые возложена обязанность по исполнению судебных актов...».

Законодатель нормативно не закрепил понятие «разумный срок» ввиду его оценочного характера, однако были закреплены критерии разумности срока, перекликающиеся с критериями, установленными в практике ЕСПЧ. Так, в пункте 2 статьи 222.8 АПК РФ содержится перечень обстоятельств, на основании которых суд устанавливает факт нарушения права заявителя на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок, исходя из доводов, изложенных в заявлении, среди которых указаны.

1. Правовая и фактическая сложность дела. Определенные рекомендации по данному вопросу даны Высшим Арбитражным Судом РФ в Информационном письме № 167 от 1 июля 2014 года. Правовая сложность дела определяется исходя из категории дела (правовой природы экономического спора или иного дела). Все споры разделены на три категории: особо сложные, сложные и менее сложные. Письмо даёт перечни дел, которые отнесены к той или иной категории. Например, дела, где объектом спора является недвижимость, в том числе и земля, отнесены к делам особой сложности (дела, связанные с защитой права собственности, иных вещных прав, дела о неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательств по договору купли-продажи недвижимости и предприятий и т.д.). Фактическая сложность дела определяется исходя из объема дела и проделанной по нему работы. В частности, учитывается наличие обстоятельств, усложняющих рассмотрение дела: число истцов, ответчиков и других участвующих в деле лиц; количество заявленных требований и наличие встречных исков; необходимость проведения экспертиз, допроса свидетелей, участие в деле иностранных лиц, а также применение норм иностранного права.

2. Поведение заявителя и других участников арбитражного процесса. Речь идёт о том, как граждане и юридические лица ведут дела в судах;

3. Достаточность и эффективность действий суда или судьи, осуществляемых в целях своевременного рассмотрения дела. Значение понятия «достаточность» свидетельствует о совершении судом всех необходимых действий в целях вынесения обоснованного судебного решения. «Эффективность» – достижение задач правосудия. Понимание понятия своевременности представляется более сложным. К.С. Юдельсон отмечал, что своевременное рассмотрение дела – это возможность рассмотреть дело в одном, причем следует отметить, – в первом судебном заседании [8, с. 5]. Это определение отчасти звучит как утопия, поскольку практика показывает, что в первом судебном заседании практически невозможно (крайне редко) рассмотреть гражданское дело. Данное обстоятельство также зависит от первого и второго критериев.

Тезис И.Н. Бранта и К.И. Комиссарова о том, что своевременность рассмотрения дела – один из критериев эффективности гражданского судопроизводства и означает строгое и неукоснительное соблюдение процессуальных сроков при рассмотрении гражданских дел [1, с. 2; 3, с. 24], более уместен.

4. Достаточность и эффективность осуществляемых в целях своевременного исполнения судебного акта действий органов, организаций или должностных лиц, на которые возложены обязанности по исполнению судебного акта. Данный критерий аналогичен третьему, только применяется исключительно к исполнительному производству.

5. Общая продолжительность судопроизводства по делу и неисполнения судебного акта. При исчислении общей продолжительности судопроизводства по делу учитывается только то время, в течение которого дело находится в производстве суда. В общую продолжительность судопроизводства по гражданским, административным делам, делам по экономическим спорам включается период со дня поступления искового заявления, административного искового заявления, заявления в суд первой инстанции до дня вступления в законную силу последнего судебного акта по рассмотренному делу, а по делу, производство по которому не окончено, – до дня поступления заявления о компенсации в суд, уполномоченный его рассматривать (п. 50 Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29.03.2016 N 11).

Совокупность обозначенных критериев составляет содержание категории «разумный срок», однако конкретный срок будет индивидуален для каждого дела. Следует отметить, что ранее в п. 3 ст. 2 АПК РФ было закреплено словосочетание «установленный законом», которое впоследствии было заменено на понятие «разумный срок», что автоматически относит данную категорию к объектам судебскому усмотрению.

Вопрос о признании срока неразумным сводится к тому, что тот или иной критерий оценен судом неверно. В связи с этим на практике возникают проблемы с доказыванием факта, вышел ли суд за рамки разумности или нет. Выше было отмечено, что ЕСПЧ решает

данный вопрос с учетом презумпции виновности суда, опираясь строго на национальный закон без выяснения обстоятельств. В национальной же судебной практике ситуация складывается иначе, несмотря на закрепление данной процессуальной презумпции.

Институт разумных сроков был введен в процессуальные отрасли российского права с целью разрешения проблем длительного судопроизводства по конкретным делам. Следует констатировать, что появление данного института увеличило нагрузку на судейский корпус, в особенности на кассационную инстанцию. Дополнительно проблема усугубляется тем, что стремление побудить суды к ускорению разрешения дела часто приводит к необоснованной спешке, поскольку быстро не всегда означает качественно. Вместе с тем суды бессмысленно намеренно затягивать процесс, поскольку это противоречит цели и задачам гражданского судопроизводства. При оценке разумности срока судьи руководствуются национальным законом, правовыми позициями ЕСПЧ, разъяснениями высших судебных инстанций.

Другая распространенная проблема нарушения разумных сроков, приводящих к длительности судебного процесса, это злоупотребление процессуальными правами участниками процесса, создание затруднений в развитии и завершении судебного процесса. Эти действия основаны на конкретных процессуально-правовых и материально-правовых интересах, часто представляются способом обеспечения судебной защиты прав лица. Один из самых частых примеров затягивания судебного процесса – это неявка в судебное заседание. Затягивание процесса может быть выражено в нераскрытии или непредставлении вовремя доказательств, уточнении исковых требований, изменении предмета, основания, цены иска и т.п.

А.В. Белякова в качестве причины длительности судебного процесса указывает формальность стадии подготовки дела к судебному разбирательству. Согласимся с ней, что большее внимание к качеству проведения подготовки дела к судебному разбирательству позволит собрать все необходимые доказательства, привлечь к участию всех заинтересованных лиц, выдать необходимые судебные поручения и в дальнейшем сэкономить время. В качестве примера А.В. Белякова использует опыт Германии, где стадия подготовки дела к судебному разбирательству занимает особое место.

Одним из вариантов сокращения количества нарушения сроков рассмотрения гражданских дел можно назвать более активное использование в рамках судебной процедуры альтернативных способов урегулирования споров путем применения профессиональной медиации, посредничества и переговоров.

Анализ российской судебной практики и практики ЕСПЧ позволяет сделать вывод о том, что ЕСПЧ преимущественно сводит причины нарушения разумных сроков рассмотрения дела в судах к вине самих судов, ограничиваясь в своих разъяснениях исключительно нарушением процессуального законодательства. Часто причиной нарушения

разумных сроков является не столько вина судьи, сколько несовершенство правовой базы, новизна применяемых категорий и механизмов, а также злоупотребления участниками своими процессуальными правами. Законодатель предоставляет суду возможность судебного усмотрения при применении критериев разумности срока, однако подчеркивает, что его продолжительность должна определяться основной целью правосудия – защита нарушенных прав и охраняемых законом интересов.

Библиографический список

1. Брант И.Н. Факторы, влияющие на своевременность рассмотрения гражданских дел // Арбитражный и гражданский процесс. 2008. № 4. С. 2 – 3.
2. Большая советская энциклопедия: в 30 томах / под ред. А.М. Прохорова. Том. 26. М., 1969 – 1978.
3. Комиссаров К.И. Подготовка гражданских дел к судебному разбирательству. М., 1978.
4. Новая философская энциклопедия: в 4 томах. Т. 3. М., 2010.
5. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М., 1999.
6. Соцуро Л.В. Толкование договора судом. М., 2008.
7. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 томах. Т. 51. СПб., 1890 – 1907.
8. Юдельсон К.С. Предварительная подготовка дела в советском гражданском процессе. М., 1948.

СЕКЦИЯ 6. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

Ильина С.И. Управление стратегическим проектом с помощью программного продукта MS Project

Managing a Strategic Project with MS Project

Ильина Светлана Ивановна,

Кандидат технических наук, доцент кафедры
Коммерции и сервиса, Российский государственный
университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Ilyina Svetlana Ivanovna,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department
Commerce and Service, Russian State
University named after A.N. Kosygin
(Technology. Design. Art)

***Аннотация.** В статье представлен инструмент для продвижения бизнес-идей, повышающих продажи и прибыль от реализации проектов в условиях информационно-сетевой экономики.*

***Ключевые слова:** Информационно-сетевая экономика, бизнес, проект*

***Abstract.** The article presents a tool for promoting business ideas that increase sales and profits from the implementation of projects in the context of the information and network economy.*

***Keywords:** Information and networking economy, business, project.*

Для успешного воплощения бизнес-идеи в работающий проект, приносящий доход, необходимо провести ряд определенных действий, которые помогут минимизировать возможные риски.

Для нивелирования возможных рисков в условиях неопределенности рекомендовано воспользоваться проектным менеджментом.

Проектный менеджмент представляет собой реализацию специальных задач внутри существующей структуры организации. Управление проектом – это целенаправленный системный процесс выработки и реализации управленческих решений, охватывающий все стадии осуществления проекта в рамках установленных временных, бюджетных и ресурсных ограничений. Это интегрированный процесс. Действия (или их отсутствие) в одном направлении обычно влияют и на остальные направления. Такая взаимосвязь способствует балансу между задачами проекта – часто улучшение в одной области может быть достигнуто лишь за счет ухудшения в другой. Для лучшего понимания интегрированной природы управления проектами его следует описать через процессы и взаимосвязи, из которых он состоит.

Процесс - это совокупность действий, приносящая результат. Процессы проекта обычно выполняются людьми и распадаются на две группы:

1) процессы управления проектами, касающиеся организации и описания работ проекта;

2) процессы, ориентированные на продукт, касающиеся специфики производства продукта. Эти процессы определяются жизненным циклом проекта и зависят от области применения.

Существуют специальные программные продукты для управления проектами. С их помощью проводится контроль затрат, сроков выполнения и других компонентов проекта.

Один из них – Microsoft Project Management. Это программный пакет управления проектами в крупных организациях, который разработан со всеми международными стандартами в области управления проектами. На сегодняшний день это программный продукт является лидером международного рынка программного обеспечения в области проектного менеджмента. Применение Microsoft Project Management (MS Project) обеспечивает:

- календарное планирование и контроль проектов;
- ресурсное и бюджетное планирование;
- проектный документооборот и управление рисками;
- отчетность по проектам и портфелю проектов.

MS Project позволяет эффективно управлять стратегическим проектом на различных этапах его реализации [1]. Он дает возможность выполнить структуризацию проекта путем разделения его на этапы, задачи, подзадачи, выявить критические задачи, получить сетевой график и календарный план проекта. Методика использования пакета MS Project для управления стратегическим проектом на этапе подготовки к реализации, целью которой является получение сетевого графика и календарного плана проекта, может быть представлена в виде последовательности следующих шагов:

- создание календаря проекта;
- составления списка задач, необходимых для успешной реализации;
- определение связей между задачами;
- выявление задач, длительность реализации которых существенно влияет на реализацию всего проекта;
- формирование списка доступных для реализации проекта ресурсов;
- распределение ресурсов.

Пакет MS Project позволяет составить список задач проекта, разделить их на подзадачи, назначить связи между ними, задать последовательность их выполнения и определить стоимость выполнения проекта, исходя из стоимости ресурсов.

Таблица данных стратегического проекта (календарный план проекта) и линейный график «Диаграмма Ганта» представлены, (рисунки 1-2).

Название задачи	Длительность	Начало	Окончание	Предшес	Затраты
☒ Создание стартапа по изготовлению уникальных:	23 дней	Вт 12.04.16	Пн 23.05.16		р.38 000,00
☒ 1. Работа над расчетной частью проекта	5 дней	Вт 12.04.16	Пн 18.04.16		р.0,00
Построение модели бизнес-процессов	2 дней	Вт 12.04.16	Ср 13.04.16		р.0,00
Финансовая модель	2 дней	Чт 14.04.16	Пт 15.04.16	3	р.0,00
Факторный анализ, Анализ чувствительности	1 день	Пн 18.04.16	Пн 18.04.16	4	р.0,00
Анализ конкурентов	2 дней	Вт 12.04.16	Ср 13.04.16	ЗНН	р.0,00
SWOT-анализ	2 дней	Вт 12.04.16	Ср 13.04.16	ЗНН	р.0,00
Этап 1 завершен	0 дней	Пн 18.04.16	Пн 18.04.16	2	р.0,00
☒ 2. Выбор поставщика футболок	8 дней	Вт 19.04.16	Чт 28.04.16	8	р.38 000,00
Мониторинг рынка возможных поставщиков	2 дней	Вт 19.04.16	Ср 20.04.16		р.0,00
Анализ цен	2 дней	Чт 21.04.16	Пт 22.04.16	10	р.0,00
Выбор поставщика	1 день	Пн 25.04.16	Пн 25.04.16	11	р.0,00
Приобретение первой партии футболок	3 дней	Вт 26.04.16	Чт 28.04.16	12	р.38 000,00
Этап 2 завершен	0 дней	Чт 28.04.16	Чт 28.04.16	9	р.0,00
☒ 3. Поиск типографии для сотрудничества	3 дней	Вт 19.04.16	Чт 21.04.16	8	р.0,00
Поиск подходящих типографий	2 дней	Вт 19.04.16	Ср 20.04.16		р.0,00
Выбор типографии	1 день	Чт 21.04.16	Чт 21.04.16	16	р.0,00
Этап 3 завершен	0 дней	Чт 21.04.16	Чт 21.04.16	15	р.0,00
☒ 4. Создание сайта	23 дней	Вт 12.04.16	Пн 23.05.16		р.0,00
Создание макета	2 дней	Вт 12.04.16	Ср 13.04.16		р.0,00
Разработка дизайна	3 дней	Чт 14.04.16	Пн 18.04.16	20	р.0,00
Верстка	7 дней	Вт 19.04.16	Ср 27.04.16	21	р.0,00
Web-программирование	5 дней	Чт 28.04.16	Пт 13.05.16	22	р.0,00
Наполнение контентом	4 дней	Пн 16.05.16	Чт 19.05.16	23	р.0,00
Хостинг	2 дней	Пт 20.05.16	Пн 23.05.16	24	р.0,00
Этап 4 завершен	0 дней	Пн 23.05.16	Пн 23.05.16	19	р.0,00

Рисунок 1 – Календарный план проекта

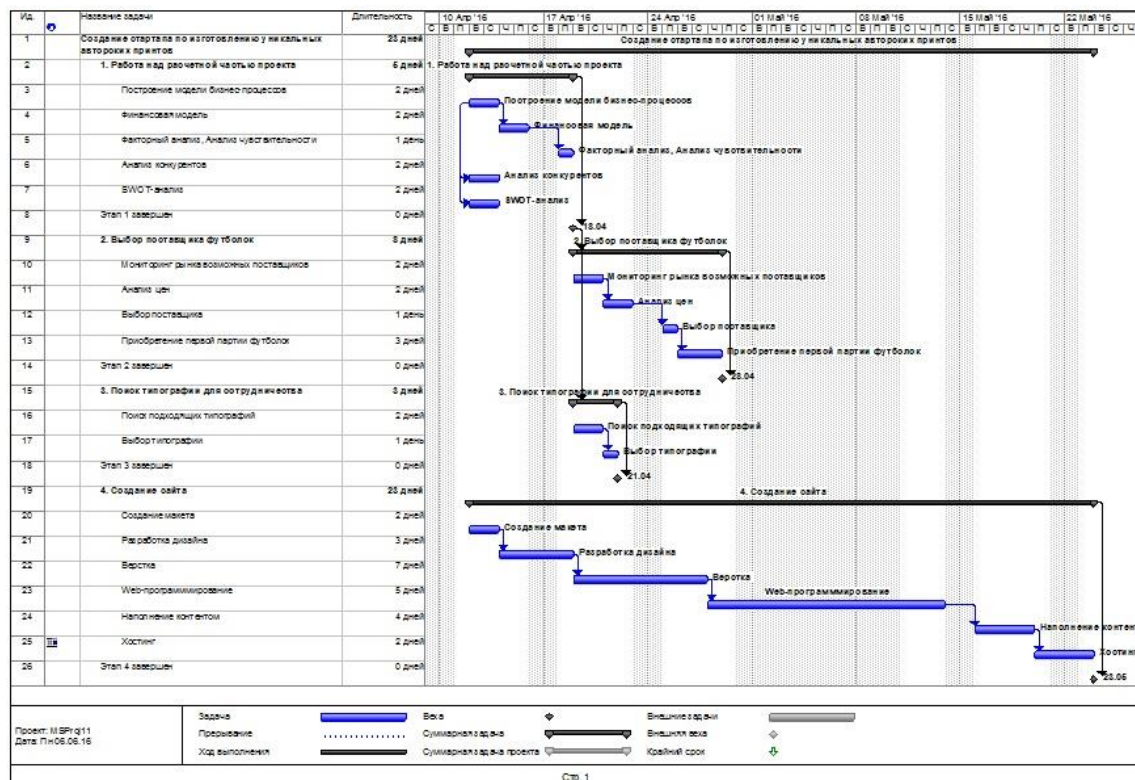


Рисунок 2 - Линейный график «Диаграмма Ганта»

«Диаграмма Ганта» является своеобразным стандартом в области управления проектами, ведь именно с ее помощью можно показать структуру выполнения всех этапов проекта наглядно.

Следует отметить, что несмотря на то, что методика подготовки проекта к его успешной реализации представлена в виде последовательности идущих друг за другом этапов (рисунок 3), алгоритм подготовки проекта к реализации не является линейным.

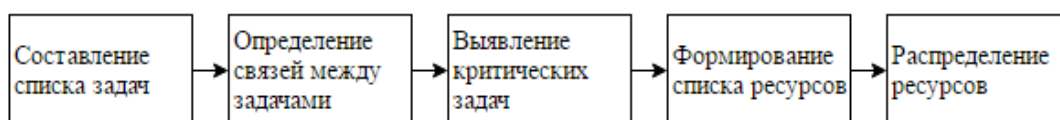


Рисунок 3 – Этапы подготовки проекта к реализации

Таким образом, существуют этапы, выполнение которых может привести к необходимости возврата к предыдущему шагу, например, с целью внесения изменений или дополнений в результате выполнения предыдущих этапов, т.е. процесс подготовки проекта является итерационным. Чтобы воплотить бизнес-идею в работающий проект, приносящий доход в условиях информационно-сетевой экономики, необходимо провести ряд

определенных действий, которые помогут минимизировать возможные риски в условиях неопределенности.

Библиографический список

1. Использование MS Project для управления проектами по разработке/
<https://habr.com/ru/post/151593/> - дата обращения 01.03.2021 г.

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИКА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

УДК 631.1 (571.54)

Донгак М.Ш. Проблемы устойчивого развития сельских территорий

Problems of sustainable development of rural areas

Донгак Менги Шолбанович,

Магистрант

ФГБОУ ВО «Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени
В.Р.Филиппова», г.Улан-Удэ, Россия

Научный руководитель

Брянская Ольга Леонидовна, канд.экон.наук, доц.,

ФГБОУ ВО «Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени
В.Р.Филиппова», г.Улан-Удэ, Россия

Dongak Mengi Sholbanovich,

Master student

FGBOU HE "Buryat State Agricultural Academy named after V.R. Filippov", Ulan-Ude, Russia
scientific adviser

Bryanskaya Olga Leonidovna, Candidate of Economics, Sciences, Assoc.,

FGBOU HE "Buryat State Agricultural Academy named after V.R. Filippov", Ulan-Ude, Russia

***Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы устойчивого развития сельских территорий, дана характеристика экономической, социальной, экологической и институциональной составляющих устойчивого развития сельских территорий Республики Бурятия.*

***Ключевые слова:** устойчивое сельское хозяйство, сельские территории, сельские поселения, жители села, социально-экономические условия.*

***Abstract.** The article discusses the problems of sustainable development of rural areas, provides a characteristic of the economic, social, environmental and institutional components of sustainable development of rural areas of the Republic of Buryatia.*

***Keywords:** sustainable agriculture, rural areas, rural settlements, rural residents, socio-economic conditions.*

В последние годы большое внимание уделяется устойчивому развитию аграрной сферы и сельских территорий.

Перевод термина «sustainable» вызывает много споров. Существует мнение, что данный термин следует перевести как «поддерживающий», «приемлемый», «допустимый», так как устойчивость предполагает равновесие, вместе с тем развитие возможно только при условии постоянного выхода из равновесия или кризиса [1].

В России термин «устойчивое развитие» нашёл отражение в Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию [2].

В Концепции, утверждённой Указом Президента Российской Федерации от 01.04.1996 г. № 440, говорится, что под устойчивым развитием общества следует понимать

развитие, «... обеспечивающее сбалансированное решение социально-экономических задач и проблем, сохранение благоприятной окружающей среды и природно-ресурсного потенциала в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений людей» [3].

Устойчивое развитие сельских территорий невозможно без сохранения сельских традиций и культуры, повышения уровня и качества жизни сельского населения, решения демографических проблем, развития сельского хозяйства и социального контроля над территорией.

По итогам 2017 года в рамках федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года» план по введению в эксплуатацию и приобретению жилья в целом по России выполнен на 126,7% к установленному заданию, что составило в общей сумме 565,3 тыс.кв.м жилья. Основную долю составляет жилье для молодых семей и молодых специалистов 398,3 тыс. кв.м (более 170% от плана).

План по строительству школ на 2017 год выполнен на 103,8%, а учреждений досугового типа – в 6,2 раза. Было открыто 102 фельдшерско-акушерских пункта и (или) офиса врачей общей практики, что в 2 раза больше плановых показателей.

Большая работа была проведена по обустройству сельских населенных пунктов, а именно введено в действие 1,36 тыс. км распределительных газовых сетей, что на 10,6% больше плана. Проложено 0,99 тыс.км локальных водопроводов (122,2%). Полностью выполнен план – 59% по уровню газификации домов в сельской местности сетевым газом и перевыполнен план по уровню обеспеченности жителей села питьевой водой – 64,8% (при плане 60,9%).

За 2017 год было введено в действие 0,69 тыс. км автодорог, что составило 95,8% от планируемого объема работ. 199 сельских населенных пунктов и 39 предприятий по производству и переработке сельскохозяйственной продукции было обеспечено постоянным сообщением по дорогам общего пользования с твердым покрытием.

Завершено 18 проектов комплексного обустройства площадок под компактную жилищную застройку, реализован 361 проект местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности, получивших грантовую поддержку.

В 2017 году на селе создано 24,3 тыс. рабочих мест, в том числе в агропромышленном комплексе – 22,8 тыс. рабочих мест [4].

На сегодняшний день требуется решение актуальных проблем, которые сдерживают развитие и использование потенциала сельских территорий.

Среди них на первом плане проблемы социального характера. На селе практически не остается трудоспособного населения, так как происходит его отток в города. Сельскую молодежь и людей среднего возраста вынуждает уезжать из села отсутствие работы, недостаточное социальное обеспечение, а также разрушение социальной инфраструктуры.

Кроме того сокращение числа рабочих мест на селе в виду оптимизации сельскохозяйственных предприятий и недостаточного развития малого бизнеса на селе обуславливают группу экономических проблем. Сюда же относится, недостаточное развитие альтернативных видов деятельности на селе и низкий уровень инвестиционно-инновационного обеспечения сельской экономики.

Не менее актуальны проблемы культурного развития сельских территорий. Отсутствие досуговых учреждений в селах как последствия экономических реформ 90 –х усугубляют отток сельского населения. Поэтому назрела необходимость разработки нормативных актов по обеспечению охраны и развития культурного и духовного наследия на селе.

Низкая социальная активность жителей села, их нежелание участвовать в общественных организациях наряду с недостаточным финансированием муниципалитетов и администраций сельских поселений порождают проблемы политико-институционального характера.

К сожалению, действующие федеральные и региональные программы по развитию АПК и сельских территорий не могут охватить весь спектр выше перечисленных проблем. К тому же финансирование, направленное на нужды сельских территорий выделяется по остаточному принципу.

В настоящее время ситуация, в которой оказались сельские поселения Республики Бурятия, может быть охарактеризована прогрессирующим обесцениванием сельскохозяйственного труда, низким уровнем его мотивации для трудоспособного сельского населения, разрушением социальной инфраструктуры.

Все это ограничивает формирование социально-экономических условий для устойчивого развития сельских территорий.

С точки зрения социальной составляющей устойчивое развитие сельских территорий предполагает повышение уровня качества жизни сельского населения, стабилизацию демографических и миграционных процессов.

В сельской местности уровень занятости гораздо ниже, чем в городской. На начало 2018 года уровень занятости в сельской местности Республики Бурятия составил 47,2%, а в городской – 59,5%. Они не на много отличаются от данных по Российской Федерации в целом. По Дальневосточному федеральному округу эти показатели немного выше на 6,4% и 4,4% соответственно [5].

Аналогичная ситуация наблюдается по уровню безработицы. На начало 2018 года уровень безработицы в сельской местности Республики Бурятия составил 6,8%, а в городской – 13,5%.

На сельской территории в Бурятии сегодня проживают 403,5 тыс. человек или 41 % от населения республики. Численность занятых в сельскохозяйственном производстве составляет 44,2 тыс. человек или 11% от численности сельского населения и 10,5% от общей численности занятых в региональной экономике [6].

Учитывая тот факт, что Республика Бурятия является аграрным регионом, в основе его развития должен быть производственный фактор. Именно он должен способствовать расширению возможностей формирования доходов и обеспечению занятости на селе. Поэтому для сельских территорий в Республике Бурятия системообразующей основой должно быть производство и переработка сельскохозяйственной продукции.

Таким образом, основными направлениями развития сельских территорий региона должны стать:

- выделение субсидий на реализацию муниципальных программ;
- предоставление социальных выплат гражданам, проживающим в сельской местности на строительство и приобретение жилья в сельской местности гражданам включая молодые семьи и молодых специалистов;
- строительство социальных объектов в сельской местности, реконструкцию автодорог общего пользования.

Для определения основных направлений развития сельских территорий должен проводиться анализ потребности производства, ресурсного потенциала, уровня инфраструктуры. Только совместные усилия государства муниципальных образований, науки, бизнеса и самого сельского населения может способствовать эффективному развитию сельских территорий.

Библиографический список

1. Попов А.П., Котлыкова А.Ю. Проблемы и перспективы устойчивого развития сельских территорий в Республике Бурятия. //Агротуризм в устойчивом развитии сельских территорий
Материалы международной научно- практической конференции /
ФГБОУ ВО БГСХА имени В.Р.Филиппова. – Улан-Удэ: Изд-во БГСХА им. В.Р. Филиппова, 2018. – С.97-104.
2. Голубева А.И., Дорохова В.И., Дугин А.Н. Состояние и проблемы устойчивого развития аграрной сферы и сельских территорий региона// Вестник АПК Верхневолжья.- 2018. - № 2 (42). - С. 39-47.
3. Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 1 апреля 1996 г. № 440 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base>
4. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. Режим доступа: http://government.ru/dep_news/32261/
5. Уровень жизни сельского населения Республики Бурятия. Прессвыпуск Бурятстата. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://burstat.gks.ru>.
6. Бурятия в цифрах – 2019. Статистический сборник № 01-01-13. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://burstat.gks.ru>.

УДК 32 (575.3)

Курбонова З.М. Проблемы водоразделения в странах Центральной Азии

Water Separation Issues in Central Asian Countries

Курбонова З.М.

доктор политических наук,
заведующий кафедрой «Мировая экономика
и международные отношения» ТГУК
Душанбе, Республика Таджикистан
Zulfiya Mahmanabievna Kurbonova,
Doctor of political sciences.
Head of "World economy and
International relations" Department of the TSUC,
Dushanbe, Republic of Tajikistan

Аннотация. Борьба за водные ресурсы в Центральной Азии все больше ожесточается, и это не может не внушать тревогу, поскольку она усиливает напряженность в регионе, где и так далеко неспокойная обстановка. Сельское хозяйство является основой экономики региона, и такие культуры, как хлопчатник и рис, требуют интенсивного орошения. Ирригационные системы пришли в упадок настолько, что половина всей воды не достигает полей, а несколько лет маловодья сократили имеющиеся водные ресурсы на одну пятую часть, при этом потребность в воде постоянно растет.

Ключевые слова: водные ресурсы, Центральная Азия, угроза, экономика региона.

Abstract. The struggle for water resources in Central Asia is becoming increasingly fierce, and this cannot fail to inspire concern, as it is exacerbating tensions in an already turbulent region. Agriculture is the backbone of the region's economy, and crops such as cotton and rice require intensive irrigation. Irrigation systems have deteriorated so much that half of all water does not reach the fields, and several years of low water have reduced the available water resources by one fifth, while the demand for water is constantly growing.

Keywords: water resources, Central Asia, threat, regional economy.

Проблема водных ресурсов в Центральной Азии несет собой актуальность и по сей день. Данный вопрос стоит на повестке дня всех стран Центральной Азии. В настоящее время предпринимаются попытки по урегулированию данных проблем, но пока без значимых результатов. Водно-энергетические проблемы неразрывно связаны с погранично-территориальными вопросами, что несет за собой еще большие угрозы безопасности региона.

Проблемы увеличения потребности и сокращения обеспеченности водными ресурсами осложняются неспособностью стран региона действовать сообща. В Советском Союзе обмен водными и энергетическими ресурсами свободно осуществлялся на всем его пространстве, преодолевая лишь административные границы республик, а Москва предоставляла средства и руководила строительством и содержанием инфраструктуры. И

действительно, как источник напряженности в последние годы, взаимосвязанные вопросы водных и энергетических ресурсов уступают по значимости лишь исламскому экстремизму.

Ежегодно споры возникают между двумя группами стран: тремя странами низовья рек – Казахстаном, Туркменистаном и Узбекистаном, которые потребляют огромное количество воды для выращивания хлопка, и государствами, расположенными в верховьях рек – Кыргызстаном и Таджикистаном. Странам низовья требуется больше воды для их расширяющегося сельскохозяйственного сектора и растущего населения, в то время как экономически более слабые страны верховья пытаются получить больший контроль над своими ресурсами и хотят использовать больше воды для выработки электроэнергии и возделывания земли.

Напряженность создается вокруг двух главных рек региона, которые впадают в Аральское море – реки Сырдарья, берущей начало в Кыргызстане и протекающей по территории Узбекистана и Казахстана, и реки Амударья, текущей из Таджикистана через Узбекистан и Туркменистан. Амударья и ее притоки формируют часть границы между центрально азиатскими странами и Афганистаном.

В данной статье определены четыре основные сферы напряженности между государствами Центральной Азии:

- Отсутствие последовательного и четкого управления водными ресурсами;
- Неспособность соблюдать или применять водные квоты;
- Нереализованные и несвоевременные бартерные соглашения и платежи;
- Неопределенность по поводу будущих планов развития инфраструктуры [1].

Вскоре после независимости пять государств договорились о сохранении советской системы квот, однако, это оказалось невыполнимым. Гражданская война в Таджикистане и упадок экономики Кыргызстана привели к тому, что службы водного мониторинга оказались в неисправности. Механизмы контроля и осуществления больше не работают, и страны часто обвиняют друг друга в превышении квот. Туркменистан потребляет слишком много воды в ущерб Узбекистану, который в свою очередь обвиняется Казахстаном в потреблении воды больше положенной нормы. Кыргызстан и Таджикистан утверждают, что все три страны низовья превышают квоты. Даже внутри Узбекистана области обвиняют друг друга в использовании слишком большого количества воды.

Наиболее серьезная напряженность сложилась вокруг бартерных соглашений и платежей. Страны верховья поставляют воду Узбекистану и Казахстану в обмен на энергоресурсы в виде газа, угля или электроэнергии. Поскольку поставки энергоресурсов ненадежны, Кыргызстан в ответ спускает зимой больше воды через свои гидроэнергетические плотины, что приводит к затоплению земель в низовьях и к меньшему

количеству воды для орошения в летний период. Попытки Кыргызстана потребовать оплату за воду наталкиваются на сопротивление стран низовья.

Поскольку страны начали рассматривать эту проблему как «игру с нулевым выигрышем», каждая из них предпринимает шаги к усилению контроля над водными ресурсами, зачастую в ущерб другим. В Центральной Азии растет неопределенность по поводу планов строительства новых водохранилищ и плотин или расширения орошаемых площадей. По большинству таких проектов консультации почти не проводятся, что усиливает взаимные подозрения государств-соседей[3].

Напряженность вокруг водных и энергетических ресурсов способствует созданию в целом тревожного политического климата в Центральной Азии. Она не только провоцирует враждебные высказывания, но и вызывает к жизни предположения, что страны готовы защищать свои интересы с помощью силы, если потребуются. Узбекистан проводил учения, в которых соседние страны подозревали тренировочные рейды по захвату Токтогульского водохранилища. Недопоставки газа и зимние подтопления, которыми Узбекистан и Кыргызстан наносят взаимный ущерб друг друга, оказывают прямое и широкомасштабное воздействие на жителей этих стран и грозят усилить этническую напряженность в Ферганской долине. Борьба за водные ресурсы может лишь усилиться, и напряженность будет расти, если не будут созданы более эффективные механизмы для решения этих проблем.

Необходим многосторонний региональный подход, учитывающий энергетические, сельскохозяйственные и демографические аспекты водопользования. До сих пор главным инструментом являлись двусторонние соглашения, не имевшие политического веса и не способные разрешить проблемы регионального масштаба. Управление водными ресурсами должно быть изменено, чтобы повысить отчетность и прозрачность: в настоящее время общественность, НПО и СМИ имеют весьма ограниченный доступ к информации или к процессу принятия решений. Эффективное управление водными ресурсами требует квот, которые выполнимы и подкреплены механизмами их соблюдения и санкциями против тех, кто эти квоты нарушает. Центральноазиатские страны по-прежнему подходят к этому вопросу как к чисто инженерной проблеме, в то время как проблема заключается в управлении множеством политических, социальных и экономических факторов[2].

Библиографический список

1. Центральная Азия: вода и конфликт// <https://www.crisisgroup.org/ru/europe-central-asia/central-asia/uzbekistan/central-asia-water-and-conflict>
2. Водно-энергетические проблемы в Центральной Азии// <https://www.akdn.org/ru/press-centre/projects>
3. Распределение водных ресурсов в Центральной Азии// <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/moskau/08598.pdf>

СЕКЦИЯ 8. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 338.242.2

**Крылова Е.Р., Шитик Е.В. Совершенствование организации анализа
безубыточности как механизма принятия качественных управленческих
решений**

**Improving the break-even analysis as a mechanism for making
high-quality management decisions**

Крылова Е.Р.

студентка 2 курса магистратуры направления «Экономика»,
Ивановский государственный университет,
Иваново, Россия

Шитик Е.В.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета
и банковского дела,
Ивановский государственный университет,
Иваново, Россия

Krylova E.R.

The student of the 2-nd year Master's degree, Economics faculty,
Ivanovo State University,
Ivanovo, Russia

Shitik E.V.

PhD in Economic Sciences,

Associate Professor of the Finance , Accounting and Banking Department
Ivanovo State University,
Ivanovo, Russia

Аннотация. Анализ безубыточности – действенный механизм управления предприятием, заключающийся в контроле безубыточности бизнеса, структуры себестоимости, его запаса финансовой прочности. Тем не менее, он не является совершенным ни с позиции видов используемых показателей, ни в технике его исполнения. Статья предусматривает реформирование порядка анализа безубыточности, а именно устранение излишней вариативности применяемых показателей и установление четкой взаимосвязи с практически результатом их определения. В качестве итогового продукта в табличной форме представляется усовершенствованная система организации анализа безубыточности.

Ключевые слова: критическая точка, маржинальный доход, леверидж, запас финансовой прочности, анализ.

Abstract. The break-even analysis is an effective management mechanism that includes the controlling measures regarding to the break-even rate, cost structure, safety margin. However, the analysis is not perfect. The indexes and the way of its performing need improvement. The work suggests the reformation of the break-even analysis specifically the reduction of excessive amount of indexes and presentation of their practical value. As a result the work shows a developed systemic approach to the break-even analysis.

Keywords: break-even point, marginal income, leverage, financial safety margin, analysis.

Сегодня анализ безубыточности, комплексный или выборочный, активно внедряется менеджерами предприятий в систему управления бизнесом. Подходы к его организации устоялись в теории, доказали эффективность применения на практике. Полный CVP-анализ базируется на четырех основополагающих этапах:

1. расчет точки безубыточности как порогового значения окупаемости затрат и критерия достижения желаемого уровня рентабельности и прибыльности бизнеса [2, 287];
2. оценка уровня маржинального дохода в его абсолютном и относительном выражении для целей определения вклада предприятия в покрытие постоянных затрат и получение операционной прибыли, а также как главного фактора принятия ключевых управленческих решений [4, 171];
3. осуществление контроля над структурой себестоимости и ее влиянием на операционную прибыль посредством механизма производственного леввериджа [3, 164];
4. установление значения запаса финансовой прочности в качестве прогнозной зоны безопасности бизнеса при вероятном снижении выручки [1, 196].

Радикально усовершенствовать существующую схему анализа, привести новые этапы и показатели в технику его исполнения вряд ли представляется возможным.

Тем не менее, для потенциального аналитика важным оказывается также упорядоченность, системность наглядного представления применяемых инструментов анализа. Научная литература не представляет готового решения в виде таблицы или схемы, интегрирующей все основные необходимые показатели, и демонстрирующей их практическую значимость. Поэтому дополнительным направлением совершенствования организации анализа безубыточности может явиться не простое табличное представление аналитических показателей и методов их расчета, а объединение их в единую, удобную для использования систему в качественной ее взаимосвязи с целями проводимого анализа. Результатом построения данной системы становится устранение двух основных недостатков процесса организации маржинального анализа.

1. Излишняя вариативность применяемых показателей, имеющих одинаковое смысловое наполнение, а также многовариантность методов их расчета. Большое количество упоминаемых в литературе аналитических инструментов, не обладающих собственной идентичностью, и альтернативных способов их определения создает некоторую нагроможденность процедуры анализа. Процесс анализа безубыточности должен быть максимально упрощен по количеству операций, но при этом должен быть действенным. Поэтому следует решить, какие способы расчета конкретных показателей наиболее предпочтительны и есть ли действительная потребность в определении смежных показателей.

Во-первых, необходимым такое решение видится в отношении расчета критической точки. При существовании экономико-математического и маржинального методов использование последнего более обоснованно. Образующийся исходя из преобразований экономико-математического способа и гарантирующий получение равноценного результата он, тем не менее, уже на первом этапе анализа позволяет создать информационную базу для последующего этапа, а именно для оценки получаемого фирмой маржинального дохода и его вклада в формирование прибыли. Такой подход позволит привести систему показателей к определенному формульному единству, сделать ее элементы взаимозависимыми, сократить затрачиваемый временной ресурс за счет организации «работы на перспективу», а значит упростить сам процесс анализа.

Так, маржинальный метод определения точки безубыточности в силу своих преимуществ ложится в основу первого этапа анализа и находит отражение в выстраиваемой качественной системе показателей.

Во-вторых, неоднозначность подходов к организации анализа безубыточности сопряжена также с оценкой потребности расчета показателей, имеющих непосредственную схожесть в названии, методике расчета и единую целевую направленность. Одним из таких показателей является маржинальный доход, определяемый как в целом на выпуск, так и на единицу изделия. Такое дробление показателя могло бы быть признано излишним, особенно с учетом того, что все управленческие решения принимаются на основе удельного маржинального дохода, но именно совокупное его значение позволяет оценить масштаб деятельности, приблизительный общий размер прибыли, планируемой к получению с реализации. Поэтому, несмотря на их внешнюю и внутреннюю схожесть, оба показателя подлежат внесению в интегрированную систему показателей. Однако помимо необходимости ведения типологизации маржинального дохода в рамках управленческого учета, дискуссионный характер имеет непосредственный порядок расчета данного показателя. При существовании возможности определения маржинального дохода, во-первых, как разницы между выручкой и переменными затратами, а, во-вторых, как суммы постоянных затрат и прибыли, наиболее экономически целесообразным представляется первый способ. Так, при планировании достижения установленного целевого значения прибыли и требуемого для этого маржинального дохода, расчет последнего первым способом является более ориентированным на достижение желаемого объема прибыли в силу способности оказать воздействие на область постоянных затрат и добиться, при потребности, их оптимизации.

Третий аспект критического обзора, подобно второму, также указывает на существенность определения каждого из заданной пары показателей и невозможность упущения одного из них: коэффициент маржинального дохода и норма маржинального

дохода. Определяющим фактором такого решения становятся разные единицы измерения значений показателей при абсолютной идентичности их схемы расчета. Коэффициент выражается десятичной дробью, а норма маржинального дохода представляет его процентный эквивалент. Так, при определении критической выручки именно использование десятичной дроби не нарушает целостности формулы и не искажает результат, в то время как процентный вариант позволяет верно интерпретировать итоговое значение как долевого вклад выручки в формирование прибыли или как возможность процентного влияния на изменение ее величины. Такая практическая значимость оправдывает нарушение основного принципа построения сжатой, но эффективной системы показателей: включение в нее и коэффициента, и нормы маржинального дохода делает ее более содержательной.

Наконец, четкого представления в комплексной системе показателей анализа безубыточности требует показатель запаса финансовой прочности. При наличии трех упомянутых в литературе методов расчета общеупотребимым и наиболее показательным с точки зрения количественного выражения риска потери прибыльности следует признать его процентный (относительный) способ выражения, а, следовательно, и использовать его всякий раз при проведении маржинального анализа.

2. Недостаточно ярко выраженная взаимосвязь аналитических показателей с целью их расчета и возможностями практического применения полученных по ним значений. Действительно, правильность определения показателей гарантирует качество всего анализа, однако решающая их роль – построение основы для грамотных выводов и принятия управленческих решений. Поэтому потенциальному аналитику, проводя анализ безубыточности, важно представлять конкретный функционал каждого из рассчитываемых показателей и сферу их использования в процессе принятия бизнес-решений.

Сформулированные выше выводы и положения о существующих недостатках, наблюдаемых в процессе практической реализации анализа безубыточности, а также способах их решения аккумулируются и наглядно представляются в виде комплексной усовершенствованной системы организации маржинального анализа.

Таблица 1

Усовершенствованная система организации анализа безубыточности

Показатель	Порядок расчета показателя	Экономи-ческий смысл (значение) показателя	Практическое применение в системе управленческого анализа
Этап I. Определение уровня безубыточности производства			
Безубыточ-ный объем произвед-ства и реализации в натураль-ных (X_0) и стоимост-ных (TR_0) единицах измерения	Однопродуктовое производство	$X_0 = FC / md$, где FC – постоянные затраты, md – маржинальный доход на единицу продукции. $TR_0 = FC / (md / P) = FC / K_{md}$, где P – цена единицы продукции, K_{md} – коэффициент маржинального дохода (в расчете на единицу).	Показывает критический уровень производства или продаж, отделяющий зону прибыли от области убытков (момент полной окупаемости затрат): чем он выше, тем сложнее предприятию достигнуть прибыльности бизнеса
	Многопро-дуктовое производство	$X_0 (общ.) = FC / md_{среднезв}$ $X_0 = d_i * X_0 (общ.)$, где d_i – удельный вес i-го вида продукции в совокупном объеме продаж. $TR_0 (общ.) = FC / K_{MD}$ $TR_0 (ед.) = v_i * TR_0 (общ.)$, где v_i – удельный вес i-го вида продукции в совокупной выручке.	
Этап II. Оценка уровня маржинальной прибыльности продаж			
Маржинальн-ый доход	Общий	$MD = TR - VC$, где TR – выручка, VC – переменные затраты	Показывает вклад всего объема проданной продукции или выручки с одного вида изделия в покрытие постоянных затрат и формирова-ние прибыли; отрицатель-ное значение указывает на неэффектив-ность (неприбыль-ность) производства и продаж.
	Удельный	$md = P - VC_u$, где VC_u – переменные затраты на единицу продукции	
Коэффициент маржинального дохода	$K_{MD} = MD / TR$	Отражают долю выручки (в десятичной	

Показатель	Порядок расчета показателя	Экономический смысл (значение) показателя	Практическое применение в системе управленческого анализа
/уровень маржинального дохода	$K_{md} = md / P^*$, где MD – совокупный маржинальный доход, md – маржинальный доход на единицу продукции.	дроби/процентах), идущую на покрытие постоянных затрат и формирования прибыли	используется в качестве прогностического механизма оценки маржинального дохода и / или прибыли от продаж при запланированном изменении выручки
	$\%md = (md / P) * 100\%$ $\%MD = (MD / TR) * 100\%$		
Этап III. Оценка риска потери прибыли			
Производственный левиредж	$OL = MD / TOI$, где TOI – целевая операционная прибыль.	показывает, на сколько изменится операционная прибыль при изменении выручки на один процент, то есть указывает не только на ее потенциальный прирост, но и значение производственного риска ее потери при снижении выручки	формирование оптимальной с позиции соотношения постоянных и переменных затрат структуры себестоимости, минимизирующей возможный риск потери прибыли и предоставляющей возможность достичь большего положительного эффекта в виде ее прироста
Запас финансовой прочности	$\%ЗФП_{(руб.)} = (TR_{факт.} - TR_0) / TR_{факт.} * 100\%$ $\%ЗФП_{(ед.)} = (X_{факт.} - X_0) / X_{факт.} * 100\%$	характеризует объем реализации, на величину которого можно уменьшить продажи без потери рентабельности	

Таким образом, такая усовершенствованная, подробная схема его проведения определенно имеет практическую значимость. Она позволяет, как заметно упростить и оптимизировать компоненты анализа, так и сделать более четкие, взаимосвязанные, логичные выводы, что напрямую способствует повышению качества принимаемых на их основе управленческих решений.

Библиографический список

1. Булгакова С.В. Управленческий учет: учебник для бакалавров. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.
2. Карпова Т.П. Управленческий учет: учебник. – М.: Юнити, 2012. – 352 с.
3. Станиславчик Е.Н. Финансовый менеджмент. Управление денежными потоками. Учебно-практическое пособие. / Е.Н. Станиславчик. – М.: Дело и сервис, 2015. – 272 с.
4. Чернопяттов А.М. Управление затратами: учебник. – М.: Директ-Медиа, 2018. – 235 с.

* Подлежит обязательному расчету исключительно как промежуточный показатель

УДК 64. 641. 642.57, 642.576, 642.579

Кулаков В.Г., Чурбаков А.В. Основные принципы разработки ресторана

Basic principles of restaurant development

Кулаков В.Г.,

старший преподаватель

Чурбаков А.В.,

магистрант

Московский государственный университет

технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)

г. Москва, Российская Федерация

Kulakov V. G.,

Senior Lecturer

Churbakov A.V.,

undergraduate

Moscow State University

technologies and management named after K.G. Razumovsky (PKU)

Moscow, Russian Federation

Аннотация. В работе рассмотрены основные аспекты ресторанного бизнеса, его отличия от остальных видов, а также понятия и классификация ресторанов. Ресторан - это предприятие, объединяющее в себе искусство и традиции, механизмы деятельности и опыт маркетологов, философию обслуживания и концепцию формирования потенциальной аудитории. Из года в год ресторанный бизнес стремительно развивается. Идет серьезная конкурентная и борьба за посетителей. Именно этот фактор заставляет топ-менеджеров продумывать не только основную стратегию и стиль деятельности ресторана, но и детали, придающие заведению уникальность и неповторимость.

Ключевые слова: ресторан, предприятие питания, ресторанный бизнес, разработка ресторана, концепция ресторана

Abstract. The article discusses the issues of the main aspects of the restaurant business, its differences from other types, as well as the concept and classification of restaurants. A restaurant is an enterprise that combines art and traditions, mechanisms of activity and experience of marketers, service philosophy and the concept of building a potential audience. The restaurant business is developing rapidly from year to year. There is a serious competition and struggle for visitors. It is this factor that makes top managers think over not only the main strategy and style of the restaurant's activity, but also the details that make the establishment unique and inimitable.

Keywords: restaurant, catering, restaurant business, restaurant design, restaurant concept

Рестораном называют заведение общественного питания, которое предоставляет гостям огромный выбор блюд, напитков, кондитерских изделий, в том числе фирменных, национальных и сложного приготовления. Высокий уровень обслуживания в таких заведениях обеспечивается квалифицированными поварами, официантами, метрдотелями и сочетается с организацией отдыха и развлечений.

Успешность работы ресторана зависит от множества условий, который начинаются от формулирования единой философии ведения данного бизнеса и завершая

контролированием того, как эта философия реально претворяется в жизнь. Официальная миссия – формальное изложение главных идей, которые руководство пытается претворить в жизнь; то, ради чего предприятие было создано и что делает его отличным от других.

Как и любой другой бизнес, ресторанный требует составления бизнес-плана, менеджмента, маркетингового исследования и разработки собственной стратегии, а также проектирования самого ресторана.

Проектирование ресторанов и кафе включает несколько этапов, а именно, технологический, инженерный и дизайнерский проект.

Размещение технологического оборудования на плане продемонстрирует эффективность использования территории, поможет убрать все пересечения технологических потоков, а также передвижение работников по зонам, что очень важно во время огромных нагрузок на кухню. Когда помещение на стадии проектирования или строительства (когда еще нет перегородок), у Вас есть возможность заказать объемно-планировочное решение. В его величину входит: установление взаимосвязей между организацией технологического процесса, производственными цехами (от зоны загрузки до выдачи блюд), технологических линий и рабочих мест с учётом санитарных правил и государственных норм.

В строительном плане указаны поэтажные проекты здания: расстановка кухонного оборудования, перегородки, окна и двери, крепление оборудования и трубопроводов, утепления ограждающих конструкций. К тому же в него входит отделка залов и информация по расходу всех материалов.

На сегодняшний день рестораны и кафе являются не столько местом для приема пищи, сколько местом для приятного времяпровождения. По этой причине очень важно уделить особое внимание интерьеру и экстерьеру для Вашего заведения. Именно оформление и стиль заведения помогут привлечь посетителей на первом этапе. Безусловно, фундаментом для дизайн-проекта будет передавать тематика заведения.

В разработку дизайн-проекта необходимо внести следующие работы:

- 3D-визуализация дизайна интерьера;
- подбор всех необходимых материалов (мебель и декор);
- дизайн фасадов.

Концепция ресторана представляет собой пошаговую инструкцию по реализации идеи.

Она раскрывает ресторанный замысел, описывает все компоненты деятельности ресторана, фактически является подробным техническим заданием на разработку технологических цепочек, дизайнерских решений, торговой марки, стратегии

позиционирования, меню, маркетинговых и рекламных программ по привлечению и удержанию клиентов и других составляющих деятельности.

Структура этой концепции обязательно должна включать в себя следующие разделы:

Базис маркетинга, концептуальная цель ресторана, инфраструктура ресторана, основы ценовой политики рекомендации по ассортиментному перечню предприятия питания, разработка технико-экономического обоснования целесообразности проекта.

Необходимо на этапе разработки концепции подчеркнуть основные потребительские группы и сформировать спектр предлагаемых услуг. Не зная потребителей, нельзя сформировать ресторанный продукт, который будет пользоваться спросом.

Для того чтобы ресторанный бизнес был успешен, его концепция должна разрабатываться, учитывая своих потенциальных посетителей. Для этого можно использовать следующие критерии:

Таблица 1

Учёт потенциальных посетителей

Социально-экономические	Уровень дохода, образование
Географические	Традиции, обычаи конкретного региона, районы с большой концентрацией офисных зданий, престижные жилые комплексы
Демографические	Пол, возраст, количество человек, дети
Сезонность рынка в данном регионе	Количество посетителей в зависимости от времени года
Уровень туризма	Туристические места в стране
Модные тенденции	Блюда пользующиеся, цвета, оформление

Мысль ресторана должна соответствовать месту, где он находится, а местонахождение – его концепции. Хорошее местоположение обходится дорого, поэтому администрация вынуждена либо повышать цены, либо форсировать сбыт, чтобы цены за аренду и содержание не превышали 5-8% от реализации приготовленных блюд.

С точки зрения рестораторов, наиболее перспективным является следующее месторасположение:

- ресторан, который стоит в гордом одиночестве;
- скопление ресторанов или ресторанный ряд;
- расположение в торговом центре;
- центр города;
- богатый пригородный район.

Типы меню.

Меню должно согласоваться с общей концепцией ресторана. Тип меню зависит от профиля ресторана. Существует шесть главных типов меню.

Составление меню считается очень сложным делом, поскольку в ресторанном бизнесе необходимо учитывать многие факторы:

- вкусы и желания посетителей;
- квалификацию поваров;
- имеющееся оборудование и мощности;
- цены и ценовую стратегию (себестоимость и доходность);
- питательную ценность блюд;

Таблица 2

Главные типы меню

Меню a la carte (а ля карт)	Указывает порционные блюда с индивидуальной ценой на каждое
Меню table d'hote (табль д'от)	Предлагает выбор одного или более вариантов каждого блюда по фиксированным ценам.
Меню du jour (дю жур)	Перечисляет дежурные блюда
Туристское меню	Формируется таким образом, чтобы привлечь внимание туристов, акцентируя дешевизну и питательные качества, а это существенная информация для туриста.
Калифорнийское меню	Названо так потому, что в некоторых калифорнийских ресторанах можно заказать любое блюдо в любое время суток.
Циклическое меню	Меню, которое повторяется через какой-то период

Обычно меню включает: от шести до восьми холодных закусок, от двух до четырех типов супа, несколько салатов (как закусок, так и в качестве гарнира к жаркому), от восьми до шестнадцати видов основного блюда (entree), от четырех до шести видов десерта.

Месторасположение. В зависимости от месторасположения различают:

- городские рестораны. Расположены в городской черте и предлагают разнообразный ассортимент блюд, закусок, напитков либо специализируются в предоставлении обедов и (или) ужинов.
- вокзальные рестораны. Расположены на железнодорожных и аэровокзалах. Работают круглосуточно. Характерен ограниченный набор блюд, закусок, напитков, невысокий уровень цен и относительно быстрое обслуживание;
- вагоны-рестораны. В основном имеются в поездах дальнего следования и предназначены для обслуживания пассажиров, находящихся в пути.
- рестораны на теплоходах. Предназначены для обслуживания пассажиров и туристов в пути следования.

При написании данной работы, мы ознакомились с понятиями ресторанов и ресторанного бизнеса. Рассмотрели общую классификацию ресторанов, принятую за рубежом и в России. Убедились в том, что ресторанный бизнес действует по законам предпринимательской деятельности, но при этом имеет свои особенности, так как призван удовлетворять не только физиологические, но и социальные потребности своих клиентов.

Библиографический список

1. Джеймс, Джон Управление рестораном: практическое пособие. - М. : ТК Велби, Проспект, 2007. - 440 с.
2. Виноградова, М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства. - М.: Дашков и К, 2008. - 284 с.
3. Байлик, С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание. – Киев: Альтерпресс, 2007. – 412 с.
4. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве - М.: Академия, 2008. - 400 с.
5. Оробейко, Е. С. Организация обслуживания: рестораны и бары. - М. : ИНФРА-М, 2006. - 320 с.

УДК 33

Минеева В.М., Алексеев А.Д. Корпоративная ответственность бизнеса как основа развития корпорации в современных условиях

Corporate business responsibility as a basis for corporation development in modern conditions

Минеева Вера Михайловна

к.э.н. доцент кафедры «Финансы и кредит»

Алексеев Артур Дмитриевич

студент специальности «Экономическая безопасность»,

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Mineeva Vera Mikhailovna

Ph.D. Associate Professor of the Department of Finance and Credit

Alekseev Artur Dmitrievich

student of the specialty "Economic security",

FSBEI HE "Ufa State Oil Technical University"

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы применения корпоративной ответственности как сущности эффективной бизнес-стратегии по формированию компании и укреплению ее позиций на рынках в условиях возрастающей конкуренции. Основной целью бизнес-стратегии компании считается увеличение стоимости продажи своих продуктов и услуг, укрепление собственного имиджа производителя и формирование положительного бренда компании как работодателя, что больше всего привлекает профессиональных экспертов в свою компанию и создает лояльность потребителей.

Ключевые слова: корпоративная ответственность, бизнес-стратегия компании, социальные программы организации, элементы корпоративной ответственности, потребительский рынок товаров

Abstract. The article examines the issues of applying corporate responsibility as the essence of an effective business strategy for the formation of a company and strengthening its position in the markets in an increasingly competitive environment. The main goal of the company's business strategy is considered to increase the cost of selling its products and services, strengthen the manufacturer's own image and form a positive brand of the company as an employer, which most of all attracts professional experts to its company and creates consumer loyalty.

Keywords: corporate responsibility, business strategy of the company, social programs of the organization, elements of corporate responsibility, consumer goods market

К настоящему моменту основные производственные компании мира осознали, что их бизнес не имеет возможности безопасно развиваться не только без учета внимания акционеров компании, но и общества в целом, в котором работает организация. Это означает, что была замечена необходимость объединить отдельные компоненты стратегии фирмы, определяющие отношения фирмы с внешней средой, и создать групповые схемы взаимодействия с обществом, одним из компонентов которых является КО. [3]

С точки зрения растущей конкуренции на рынке потребительских товаров, корпоративная ответственность организации рассматривается как концепция, в которой

фирмы на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в свой бизнес, чтобы достичь коммерческого результата, основанные на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде. В результате успешное формирование прогрессивной фирмы вполне возможно только в том случае, если ее руководство понимает, что сама фирма и ее работа неразрывно связаны с социальным благосостоянием общества, где она будет реализовывать свою собственную работу и считается частью этого общества.

На современном этапе становления экономики корпоративная ответственность (КСО) считается неотъемлемой частью корпоративной стратегии фирм, заботящихся о своем собственном стиле ведения бизнеса. Публичные отчеты внедряются в корпоративную практику, на государственном уровне, с привлечением населения, рассматриваются задачи социально ответственного поведения предпринимателей, в контексте ориентируется роль компаний в социально-экономическом развитии экономики государства и взаимодействия с региональными обществами. Передовой опыт КО продвигается не только правительствами, но и крупными общественными и международными организациями. [7]

Эти тенденции отражены в российской корпоративной практике. Почти все государственные компании нашей страны публикуют нефинансовые отчеты, занимаются благотворительностью, социальными инвестициями, спонсорством и предоставляют гранты. Все это способствует формированию представленной области научных знаний, анализу сущности и задач корпоративной ответственности бизнеса.

В реальном времени отсутствует теоретическая и методологическая база корпоративной ответственности встроенных корпоративных структур, которая позволила бы очень детально изучить процессы ее формирования и функционирования, оценить роль менеджмента организаций в этих процессах. Отсутствие развития концепции корпоративной ответственности не подчеркивает способность оценивать реальное влияние факторов, которые ее формирующих, и способствующих ее увеличению.

Эта сложная концепция, как корпоративная ответственность, которая включает экономические и моральные аспекты предпринимательской деятельности, фактически привлекало внимание различных ученых-экономистов на протяжении 10 лет, что естественным образом привело к формированию ряда концепций корпоративной ответственности корпораций. Среди них наиболее популярными были теория корпоративного эгоизма, теория корпоративного эгоизма и теория корпоративного альтруизма. [7]

В рамках теории корпоративного эгоизма социальная ответственность бизнеса раскрывается через основную задачу предпринимательства – получение прибыли. Единственная ответственность компании состоит в том, что она нацелена на получение максимальной прибыли для своих акционеров. Основатель представленной концепции М.

Фридман в своей статье «социальная ответственность бизнеса – делать деньги» подчеркнул: частный бизнес не выполняет функции борьбы с бедностью. Дело бизнеса состоит в том, чтобы собрать средства для акционеров в рамках правовых рамок, и у бизнеса не должно быть других обязательств. Бизнес платит налоги и никому ничего не должен. [2]

Таким образом, корпоративная ответственность – это набор добровольных обещаний, гармонично генерируемых ролью основных заинтересованных сторон, принятых руководством фирмы с учетом мнений сотрудников и акционеров. Все данные обещания сделаны за счет фирмы и направлены на реализацию важных внутренних и внешних государственных программ, результаты которых будут способствовать развитию компании, улучшению ее репутации и имиджа, формированию фирменного стиля, развитие корпоративных брендов, а также расширение конструктивных партнерских отношений с государством, деловыми партнерами и районными обществами.

В корпоративную ответственность можно включить соответствующие компоненты:

- ответственность корпорации перед контрагентами;
- ответственность корпорации перед поставщиками и потребителями;
- внедрение государственной инженерии в процедуры реорганизации и вовлечение в них корпоративного управления, персонала, общественных организаций;
- обеспечение современной практики охраны труда;
- подготовка социальной политики и управление человеческим капиталом;
- ответственность корпорации в области экологии;
- роль в муниципальных планах в решении задач общества;
- ответственность корпорации перед обществом.

Например, поскольку корпоративная ответственность основана на содействии компании персоналом, менеджментом, заинтересованными сторонами, контрагентами, покупателями, органами власти, ее важной задачей является построение эффективных коммуникаций. Компания с помощью механизмов общественной ответственности определяет концепции и интересы всех сторон корпоративного управления и стремится максимально учитывать их в своей работе. Она добровольно принимает заключение о своем участии в улучшении общества и защите окружающей среды.

В своей работе А.В. Прошкин С.А., Дукарт анализируя оценку корпоративной социальной ответственности бизнеса, фактически установлено, что для размеренной работы компании необходимо использовать методы оценки государственных программ, охватывающие максимально широкий спектр характеристик, характеризующих как внутреннюю, так и внешнюю корпоративную ответственность. Корпоративная ответственность должна развиваться как изнутри, обеспечивая размеренную работу и рост компании через постоянное повышение квалификации персонала и их социальной жизни,

так и внешне - проявлять себя через роль компании в региональные общественные программы, по сути, которые дадут возможность сформировать подходящий комплекс. Для такой фирмы возможно использование групповых методов под видом публичной отчетности, что, несомненно, поможет структурировать социальную модель на предприятии. Если мы говорим о малом предприятии, не имеющем корпоративной ответственности, можно пройти анализ на основе оригинальных документов и использовать более эффективную социальную практику внутри предприятия. [8]

На наш взгляд, корпоративная ответственность следует по пути определения как сложной, многомерной и многоуровневой категории, тесно связанной с институциональной средой, в которой отдельные бизнес-структуры и заинтересованные стороны, на которые оказывает влияние бизнес и действуют в его интересах работа (стейкхолдеры) и общество в целом.

В то же время корпоративная ответственность бизнеса выступает как условие взаимодополняемости институтов и фактор институционального равновесия в публичной сфере. Таким образом, можно построить правильное определение: корпоративная ответственность – это совокупность институциональных, политических, денежных, социально-экономических и других отношений, которые развиваются в результате взаимодействия страны, бизнеса и общества в процессе формирования и реализации корпоративной социальной политики.

В настоящее время в Российской Федерации институт корпоративной ответственности находится на стадии своего развития и повышения производительности, при этом внешняя среда не способствует интенсификации этого процесса. Существовавшие принципы корпоративной ответственности: институт благотворительности в царские времена и российская социальная система – не имеют всех шансов стать реальной действенной базой для формирования и утверждения аппаратов корпоративной ответственности и социального партнерства. Чрезмерная пассивность населения в представленном вопросе и серьезное давление страны на бизнес не работают на улучшение свойств рассматриваемого института, так как показывает практика западных государств, по сути, только функциональная гражданская позиция рассматривается как основа для переноса корпоративной ответственности в сферу реальных публичной политики.

Все это вместе с нарастанием процессов противостояния между РФ и западными государствами, дезинтеграцией вместе с работой межгосударственных санкционных устройств привело к тому, что, по сути, правительство считается драйвером формирования института корпоративной социальной ответственности корпораций. Реализация мероприятий по развитию нефинансовой отчетности, и реальная эффективность

корпоративной социальной ответственности в нашей стране будет зависеть от страны в текущих критериях.

А.О. Каменская, по сути, считает, что фирмам в реальном времени не совсем элементарно производить качественный продукт по привлекательной цене, чтобы быть конкурентоспособными. В борьбе за доверие ведущих заинтересованных сторон крупные фирмы должны прибегать к различным инструментам для формирования и поддержания позитивного имиджа. КО имеет возможность быть одним из наиболее эффективных инструментов управления репутацией при условии, что компания фактически не использует его для воздействия на подсознание людей с целью получения сверхприбылей. Открытость для заинтересованных сторон и ответственность за ущерб, который компания наносит обществу, повышает доверие к компании и работает как ключевой момент устойчивого развития в долгосрочной перспективе. [4]

В работе Д.В. Колесников описывает то, что, по сути, на сегодняшний день не является единственным общепринятым методом построения имиджа и репутации организации. Улучшение репутации фирмы зависит от улучшения всех звеньев системы корпоративного управления с точки зрения количества и корпоративной культуры, прозрачности работы и осведомленности общественности о фирме. Теперь стало бесспорным, что деловая репутация компании становится все более зависимой не только от представлений о клиентах, партнерах и соперниках, но и от общества в целом, которому небезразлично, что, как и какими способами цели компании достигнуты и каких социальных основ она придерживается. Корпоративная социальная ответственность вызывает общественный резонанс, формирует чуткое общественное отношение к фирме и укрепляет ее репутацию. Другими словами, корпоративная социальная ответственность - это стратегия эффективного утверждения организации на рынке, способствующая росту благосостояния и преимуществ фирмы, создание репутации организации в обществе, которая выступает в качестве ее конкурентного преимущества. [5]

Корпоративная ответственность давно стала неотъемлемой частью существования передовых фирм. Концепция, зародившаяся в начале двадцатого века, проходила на личном нелегком пути становления, от выплаты первой компенсации при увольнении сотрудников, строительства средних школ и церквей, создания пенсионных фондов до прогрессивная концепция устойчивого формирования компаний.

Безусловно, понятие корпоративной социальной ответственности можно трактовать как концепцию устойчивого развития компании. Под устойчивым развитием понимается сохранение окружающей среды и сохранение природных ресурсов в единстве с социальным и экономическим благополучием в интересах настоящих и будущих поколений.

Теперь корпоративная ответственность - это каждый день набор программ и практик, которые совершенствуются и внедряются компаниями, заинтересованными в устойчивом развитии, направленных на внедрение социальной политики во всех сферах КСО. [9]

В реальном времени направления реализации корпоративной ответственности обычно делятся на соответствующие:

- социально серьезное поведение по отношению к обществу;
- повышение корпоративной культуры;
- экологически безопасное управление и охрана природы;
- взаимовыгодные и конструктивные отношения с персоналом, поставщиками и потребителями.

С точки зрения бизнеса, ключевая цель политики КСО является повышение степени репутации фирмы за счет повышения социального благосостояния и соотнесения ряда жестких требований политики КСО на арене международного бизнеса. Фактически известно, что чем крупнее фирма и чем выше ее индекс транснационализации, тем она должна соответствовать наибольшему количеству ожиданий и требований.

Для Российской Федерации, как и для других государств, можно сформулировать рекомендации по формированию корпоративной социальной ответственности бизнес-структур [9, с. 129]:

- подготовка и формирование сектора независимого консалтинга в области КСО;
- рост интереса денежного сектора к проектам в области КСО, в которых количество инициированных рядов социально серьезных инвестиционных фондов;
- повышенное внимание к средствам массовой информации, и популяризация индексов социальной ответственности и их публикация в своих рубриках;
- составление и разработка высшими учебными заведениями курсов в системе бизнес-образования в области корпоративной ответственности;
- привлечение государства к развитию общественной корпоративной ответственности бизнеса.

Анализируя использование КСО как одной из составляющих стратегии создания и управления компанией в российской деловой среде, стоит отметить, что на самом деле накоплен очень сдержанный навык по сравнению с иностранными компаниями. Лишь небольшая часть российских бизнесменов рассматривает КСО как один из составных элементов эффективной стратегии собственной компании. По оценкам российских экспертов, КСО (в ее международном понимании) в Российской Федерации осуществляют около 100 компаний, которые, например, так или иначе связаны с международной работой

и считаются представителями крупного бизнеса, работающими в нефтегазовой сфере, энергетической, химической, металлургической и финансовой отраслей экономики. [1]

Согласно рейтингу РСПП, в 2018 году лидерами по показателям корпоративной устойчивости, ответственности и открытости стали такие компании: АЛРОСА, Аэрофлот, Газпром, ЕвроХим, Зарубежнефть, КАМАЗ, МТС, НОВАТЭК, НЛМК, Норильский никель, ИнтерРАО, ЛУКОЙЛ, Метамойнвест, Росатом, Роснефть, РУСАЛ, РЖД, Российские сети, Ростелеком, РусГидро, СИБУР, АФК Система, Северсталь, СУЭК, Сбербанк, Сахалин Энерджи, Татнефть, Транснефть, Уралкалий. [10]

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что корпоративная социальная ответственность фирм является очень необходимым компонентом эффективной стратегии современной фирмы в условиях массовой конкуренции и может помочь фирмам добиться очень важных результатов, выдающиеся конкурентоспособные качества в долгосрочной перспективе. В их число входят: обеспечение фирмы лояльностью клиентов, формирование и развитие позитивного имиджа фирмы в глазах клиентов, партнеров, сотрудников (как настоящих, так и будущих) и контактных аудиторий. Корпоративная социальная ответственность особенно актуальна для российских фирм в условиях передовых критериев управления, когда на потребительском рынке за покупателей конкурируют не только отечественные производители, но и бесчисленное множество иностранных. Вследствие этого всевозможные инструменты КСО должны рассматриваться российскими бизнесменами как незаменимое вещество при разработке эффективной стратегии прогрессивной компании (даже если ее деятельность не связана напрямую с зарубежной активностью), что позволяет ей получить важные конкурентные выдающиеся качества в борьбе с иностранными компаниями на государственном рынке.

Библиографический список

1. Авилова М.Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – с. 1–5.
2. Беляева И.Ю., М.А. Эскиндаров М.А. Корпоративная социальная ответственность: учебник / коллектив авторов; под. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2016. – 320 с.
3. Вавилина А.В., Комарова Т.В., Веленси И., Райхер Р.С. Корпоративная социальная ответственность как элемент бизнес-стратегии компании // Лидерство и менеджмент. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-element-biznes-strategii-kompanii> (дата обращения: 01.04.2021).

4. Каменская А.О. Корпоративная социальная ответственность как инструмент репутационного менеджмента (на примере автомобильной промышленности) // Историческая и социально-образовательная мысль. – №10 (2/2). – 2018. – с. 86-91.

5. Колесников Д.В. Корпоративная социальная ответственность в формировании репутации бизнеса // Среднерусский вестник общественных наук. – №12 (6). – 2017. – с. 257-264.

6. Минеева В.М., Галиулина Г.Ф., Султанова Л.Ф. Ответственность предпринимательских структур за ведение нелегальной деятельности /Проблемы и перспективы развития экспериментальной науки: сборник статей Международной научно-практической конференции (28 ноябрь 2019 г, г. Новосибирск). / в 3 ч. 4.1 - Уфа: OMEGA SCIENCE, 2019. – с. 126-135.

7. Орехов С.А., Иванова С.П. Концепции и эволюция корпоративной социальной ответственности // Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова. – 2018. – № 5 (101). – с. 131-138.

8. Прошкин А.В., Дукарт С.А. Оценка корпоративной социальной ответственности бизнеса // Вестник науки Сибири. – 2015. – № 3 (18). – с. 49-56.

9. Строева О.А., Мироненко Н.В., Иванов Х.М. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты // Среднерусский вестник общественных наук. – №11 (1). – 2016. – с. 120-131.

10. Официальный сайт ООН. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.un.org/ru> (дата обращения: 30.03.2021)

УДК 33

Минеева В.М., Федурайкина Ю.А. Место внутреннего контроля в системе управления персоналом корпорации

The place of internal control in the corporate personnel management system

Минеева Вера Михайловна

к.э.н. доцент кафедры «Финансы и кредит»

Федурайкина Юлия Александровна

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Mineeva Vera Mikhailovna

Ph.D. Associate Professor of the Department of Finance and Credit

Feduraikina Yulia Alexandrovna

FSBEI HE "Ufa State Oil Technical University"

Аннотация. Статья посвящена внутреннему контролю в системе управления персоналом современного предприятия, формированию эффективной рабочей группы сотрудников, мотивированной на решение самых сложных задач. Определены критерии эффективности внутреннего контроля, способы преодоления потенциальных проблем и достижения основных целей и задач в деятельности предприятия. В материале рассмотрены разные подходы к организации внутреннего контроля в системе управления персоналом.

Ключевые слова: внутренний контроль, управление персоналом, производительность труда, стратегия, принципы, цели, задачи.

Abstract. The article is devoted to internal control in the personnel management system of a modern enterprise, the formation of an effective working group of employees, motivated to solve the most difficult problems. The criteria for the effectiveness of internal control, ways of overcoming potential problems and achieving the main goals and objectives in the activities of the enterprise have been determined. The article discusses different approaches to the organization of internal control in the personnel management system.

Keywords: internal control, personnel management, labor productivity, strategy, principles, goals, objectives.

Одним из важных факторов, влияющих на систему управления персоналом, является размер компании. Этому важно уделять внимание, особенно когда говорится о системе управления персоналом в размере корпорации. Как правило, в состав корпорации может войти не одно предприятие, выделяющееся технологическими процессами изготавливаемой продукции и спецификой. Поэтому важно создать такую систему управления персоналом, которая бы сочетала единство механизмов воздействия, универсальность и эффективность, что содействует достижению корпорацией намеченных задач и стратегических целей.

Однако, как показывает опыт ряда межнациональных компаний, особенно отечественных, основное свое внимание корпорации уделяют на совершенствование финансовых ресурсов, а персонал как объект управления находится на заднем плане. Однако именно персонал сегодня становится длительным фактором конкурентоспособности

корпорации на рынке. Поэтому, чтобы не допустить формирования негативных тенденций, необходимо сформировать комплексный подход к организации процесса управления персоналом в корпорациях.

Для того чтобы понять особенности управления персоналом в современных корпорациях, в первую очередь, необходимо дать определение самому термину «корпорация». Нормативные документы, в т.ч., законодательные акты РФ, Гражданский кодекс и другие его не определяют, несмотря на то, что оно используется и научной литературе и в деловой. Но все же можно дать определение слову корпорация – это субъект экономической деятельности, относящийся к разряду крупных компаний, обладающий статусом юридического лица, созданный на основе долевого участия собственников, имеющий возможность оказывать влияние на социально-экономические и политические процессы в обществе, функции управления которым отделены от функции владения.¹ Персонал корпораций – это физические лица, которые состоят с организацией как юридическим лицом в отношениях, регулируемых трудовым договором или договором найма.

Что касается системы управления персоналом в современной корпорации, она представляет собой комплекс мероприятий по работе с персоналом, направленный на достижение целей компании за счет направленной работы с сотрудниками как главного ресурса.²

Систему управления персоналом можно представить в виде следующей схемы (рис.1)



Рисунок 1. Система управления персоналом.

¹ (<https://guu.ru/files/pogodina.pdf>)

² https://kartaslov.ru/книги/Н_Н_Козак_Управление_персоналом/3

Основными целями функционирования системы управления персоналом в современных корпорациях выступают:

1. оперативное и полное удовлетворение потребностей корпорации в трудовых ресурсах необходимой специализации и уровня квалификации;
2. формирование и поддержание комплекса организационных, экономических и социально-психологических условий, благоприятствующих наиболее эффективному исполнению персоналом своих функций, а также полному раскрытию их трудового потенциала;
3. обеспечение необходимого уровня взаимной поддержки между управлением персоналом и другими направлениями менеджмента корпорации.

Система управления персоналом имеет следующие функциональные подсистемы (рис.2)

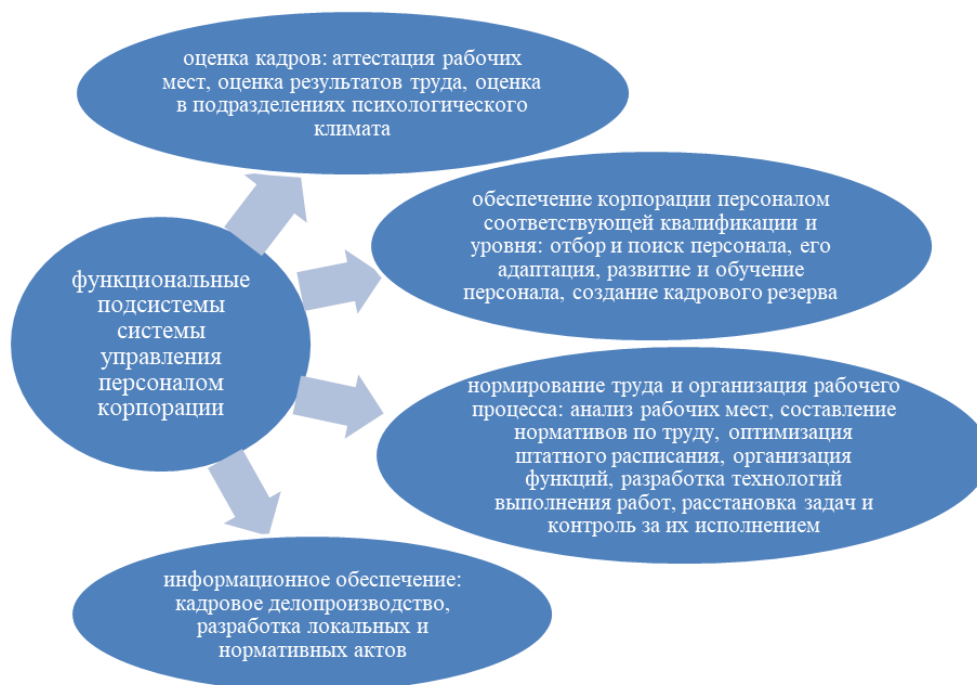


Рисунок 2. Функциональные подсистемы.

Данные подсистемы объединяются одной целью, которая показывает стремление к повышению производительности труда, на основе максимальной реализации потенциала работников. Действующая система управления персоналом, несмотря на вроде бы целостность имеет и недостатки. Нередко некоторые элементы системы управления персоналом просто задекларированы и заявлены, но на самом деле работают не

эффективно. Например, такие как разработка технологий выполнения работ и адаптация персонала. При этом зачастую персонал организации не рассматривается корпорациями как главный ресурс, который в большей степени определяет успех ее деятельности.

Управление персоналом нужно рассматривать как своего рода нескончаемый процесс. Планы не всегда реализуются как задумали изначально. Сотрудники не всегда принимают и выполняют возложенные на них обязанности и права. Руководители также не всегда могут замотивировать сотрудника должным образом на выполнение поставленной цели или задачи. Меняется внешняя среда и организация должна вовремя адаптироваться к внешним факторам. Конечно же возникает вопрос, как же руководству корпорации определить, получается ли им достигать поставленных целей? Как определить, когда организация должна начать процесс адаптации, внести изменения в процесс работы?

Все это возможно достичь при наличии системы внутреннего контроля. Внутренний контроль – это важная часть современной системы управления, которая позволяет достигать целей, поставленных собственниками, с минимальными затратами. Внутренний контроль в системе управления персоналом, – процесс, с помощью которого руководство определяет, верны ли его решения и как необходимо их корректировать. Эффективность работы предприятия во многом зависит от правильно организованного контроля, т. к. он не только должен определить нарушения и выявить недостатки, но и предупреждать их, а также помогать их своевременному устранению.

Как будет организован внутренний контроль, решает сам хозяйствующий субъект.

Во внедрении внутреннего контроля управления персоналом есть три четко различимых этапа: разработка критериев и стандартов, сравнение с ними реальных результатов и принятие необходимых корректирующих действий. На каждом из этапов реализуется система мер. Контроль должен обеспечить достижение целей организации. Он важен для выявления и решения возникших проблем раньше, чем если они станут более серьезными и с серьезными последствиями.

Как показывает практика, контроль оказывает влияние на поведение сотрудников организации. Причем не всегда это положительное влияние. Неудачно принятые системы контроля могут сделать поведение работников полностью ориентированными на них, т.е. люди будут стремиться удовлетворить только требования контроля, а не к достижению окончательных поставленных целей. Таких проблем можно избежать, принимая адекватные стандарты контроля, организуя двустороннюю связь, избегая излишнего контроля, а также стимулировать за положительный результат при достижении заданных стандартов контроля.

Контроль будет приносить пользу, если он имеет стратегический характер, нацелен на достижение конкретных результатов, своевременен, гибок, прост и экономичен.

Концепция внутреннего контроля включает несколько основных компонентов:

-внутренняя среда организации, т.е. стиль управления, этические ценности, делегирование полномочий, процесс принятия решений, и принятие ответственности, компетентность сотрудников и отношение управленческого аппарата организации к внутреннему контролю, политика в отношении персонала;

-анализ и риски, стоящие перед организацией для достижения поставленных целей;

-ежедневный контроль,

-система разрешенного доступа к информации;

-мониторинг самой системы внутреннего контроля.

Работа системы внутреннего контроля будет результативна, если в процессе соблюдения следующие принципы:

1) ответственности – каждый сотрудник за невыполнение своих должностных обязанностей должен нести дисциплинарную и экономическую ответственность;

2) сбалансированности – субъект внутреннего контроля должен выполнять функции и задачи, обеспеченные соответствующими организационными (распоряжения, приказы) и техническими устройствами (Программы, оборудование и т.д.) для надлежащего исполнения;

3) оперативного сообщения о выявленных отклонениях – информация об этом необходимо оперативно довести до лиц, принимающих решения по данным несоответствиям;

4) соответствия контролирующей и контролируемой систем – уровень сложности системы внутреннего контроля организации должна каждый момент времени соответствовать уровню сложности бизнеса;

5) постоянства – система внутреннего контроля должна работать на постоянной основе, что позволит своевременно выявить отклонения от норм и плановых заданий;

6) комплексности – весь комплекс объектов внутреннего контроля на предприятии должен быть охвачен в соответствии с уровнем риска;

Главные направления организации службы внутреннего контроля в системе управления персоналом:

1. Консультации и советы руководителям по выявлению и решению проблем, связанных с персоналом.³

2. Доведение руководителей юридического смысла, общей философии и стратегии, связанные с кадровыми вопросами.

3. Обеспечение взвешенных и последовательных взаимоотношений со всеми сотрудниками организации.

4. Контроль за рассмотрением жалоб.

³ core.ac.uk/download/pdf/161610015.pdf

5. Консультации и советы руководителям по штатной политике и связанным с ней проблемам

6. Руководство процедурой, связанной с набором персонала.

7. Доведение программ системы оплаты труда и вознаграждений в соответствии с правовыми аспектами.

8. Регистрация и доведение до служащих программ стимулирования.

9. Решение проблем, связанных с вознаграждениями.

Назначение компенсаций, пенсий, пособий и т.д.

10. Помощь и консультации руководству в решении проблем оплаты.

11. Систематизация и хранение кадровой документации.

12. Контроль за соответствием с законодательными актами по вопросам найма.

13. Проведение разъяснительных мероприятий по основным целям кадровых программ и кадровой политики предприятия .

14. Обсуждение с руководством практических вопросов осуществления этих программ.

Данная схема задает критерии, которые можно рассматривать как индикаторы деятельности служб УП.

Существуют и критерии, которые рассматриваются как показатели эффективности деятельности служб внутреннего контроля в системе управления персоналом.

Основные критерии оценки эффективности работы отделов по управлению персоналом. Существуют объективные и субъективные критерии оценки эффективности (рис.3)

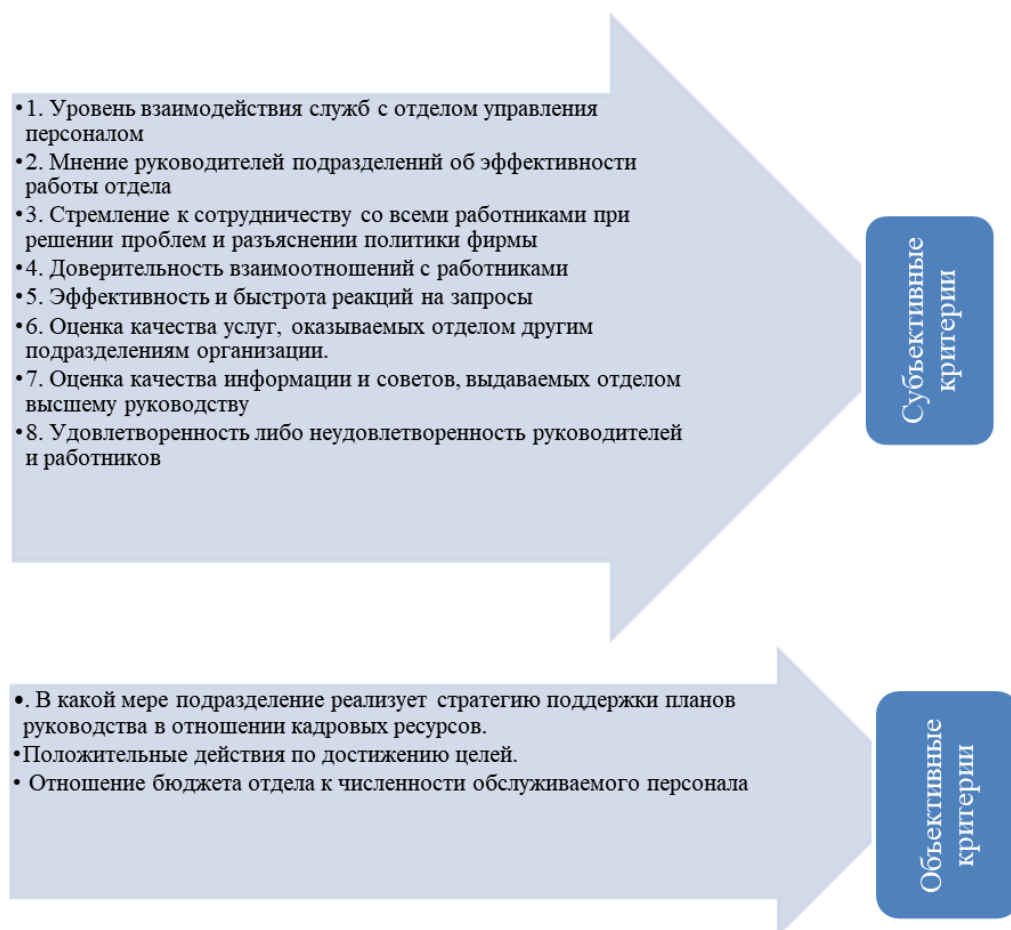


Рисунок 3. Объективные и субъективные критерии.

При эффективной работе служба внутреннего контроля должна найти проблемы в системе управления персоналом, найти причины и предложить способ их устранения (табл. 1)

Таблица 1

Проблемы выявленные при проведении внутреннего контроля в системе управления персоналом и их решения.

Проблемы и место их возникновения	Причины проблем	Способ устранения в рамках предприятий
1	2	3
В субъекте управления персоналом Понимание роли и места в системе хозяйствования не соответствует действительному объему и стратегическому характеру задач, требующих решения	Устаревшие знания персонала в аппарате управления организации. Невысокий уровень профессионально- квалификационной подготовки АУП(административно- управленческого персонала) Применение затратных подходов к персоналу, несоответствующих современным технологиям управления	Переподготовка в образовательных организациях и др. специализированных учебных заведениях. Обучение сотрудников.
1	2	3

Проблемы и место их возникновения	Причины проблем	Способ устранения в рамках предприятий
2. В объекте управления персоналом Проблемы социальной среды Отсутствие переподготовки сотрудников высшей квалификации.	Недостаточный анализ и учет изменений в социальной среде и их воздействия на решения принимаемые при управлении персоналом. Работа не по специальности. Изменение технологии производства и управления	Использование практики консультаций профессиональных психологов и социологов. Применение систем управления персоналом, рассчитанные на разнообразные факторы ориентированные на стратегическое управление персоналом.
3. В структуре рынка рабочей силы Отсутствие методической базы при формировании кадрового резерва. Недостаток информации о состоянии внешнего РРС Возрастные провалы кадрового состава по отдельным категориям профессий. Профессиональная узко- профильность молодежи Отсутствие специалистов в области стратегического управления ⁴	Отсутствие задач при кадрового резерва. Недостаток опыта поиска и персонала. Непрестижность и отсутствие отдельных специальностей за последние 5-8 лет. Недостаток системы профессионального образования Новизна направления	Формирование кадрового резерва. Создание финансового резерва для проведения переподготовки персонала. Улучшение связей со школой, техникумами, вузами в долгосрочном сотрудничестве. Переподготовка сотрудников в соответствии с современными потребностями, создание собственного образовательного центра
4. На предприятии в целом Отсутствие системы стратегического управления персоналом предприятия	Отсутствие методической базы Недооценивание возможностей стратегического управления	Разработка либо приобретение пакета документации по формированию системы стратегического управления предприятием Переподготовка, Подготовка, обучение административно-управленческого персонала предприятия, Формирование корпоративной культуры

Рассмотрев систему внутреннего контроля в управлении персоналом, мы можем сделать вывод, что он играет огромную роль для развития организации в полной мере. Он необходим, чтобы влиять на процесс движения персонала, обеспечить стабильность коллектива предприятия в целом, и чтобы максимально реализовать трудовой потенциал работников. За последние несколько лет, особенно как показал 2020 год и скорее всего в ближайшем будущем только что налаженная система внутреннего контроля управлением персонала скорее всего начнет изменяться и подстраиваться под текущую экономическую ситуацию в стране и мире. В управлении кадрами и системы подбора персонала появляются новые тренды, связанные с будущим персонала, будущим организаций. Например, альтернативные виды занятости – больше не новость. Все чаще появляются штатные удаленные работники (работают дистанционно, оформляются в штат , в основном

⁴ <https://hr-media.ru/razbiraemsya-s-kadrovym-rezervom-traditsionno-ili..>

полагаются на цифровые способы коммуникации), внешние контрактники (работают на площадке работодателя, не оформляются в штат, испытывают дефицит адаптации и обучения, обычно нанимаются на проектную работу), транзакционные удалённые работники (работают удалённо, не оформляются в штат, обычно взаимодействуют с организацией посредством приложений или специальных платформ)

Проведя анализ, мы можем наблюдать следующую тенденцию перехода к удаленной работе (рис.4)



Рисунок 4. Тенденция перехода к удаленной работе

Эти категории работников сложнее контролировать, так как они испытывают сложности с соблюдением социальных норм и корпоративных правил при личных встречах, у них невысокое качество коммуникации с компанией, возможно они даже ощущают себя посторонними. Однако основная проблема заключается в том, чтобы организовать должным образом контроль деятельности персонала. Как видно из рисунка 5 более высоких показателей достигли организации, в которых внедрили новые методы внутреннего контроля(рис.5)

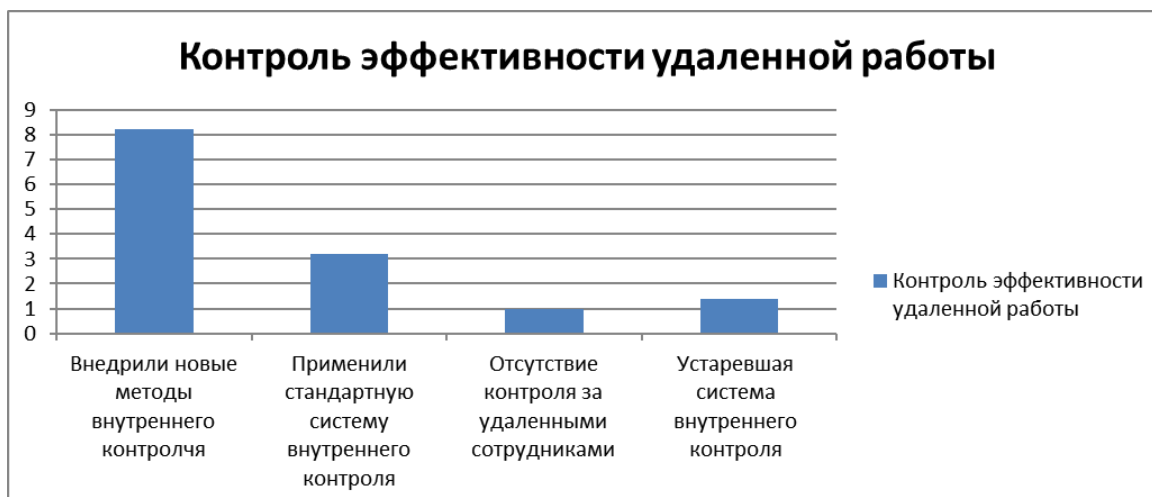


Рисунок 5. Контроль эффективности удаленной работы

Как осуществить на практике эффективную систему внутреннего контроля? Вот несколько советов: Необходимо настроить работнику удаленный доступ к локальной сети компании. Важно установить программу автоматического учета рабочего времени. Это позволит контролировать активность работника, отслеживать статусы выполнения задач и получать отчеты о проделанной работе. Можно составить график видеосвязи с подчиненным. Четко прописать обязанности удаленного сотрудника в трудовом договоре с ним. Договор должен включать такие пункты:

- а) использование в рабочее время только рабочих девайсов, удаленного доступа и программы учета рабочего времени;
- б) следование подчиненного графику видеосвязи;
- с) периодическое посещение офиса работодателя, передачу отчетов и т.д. ⁵

Из всего вышесказанного можно сделать главный вывод: организация системы контроля персонала – трудоемкая, но важная функция в работе любого предприятия. Сложно представить себе успешно развивающийся бизнес, в котором подчиненные выполняют свои задачи бесконтрольно. В осуществлении контроля над подчиненными оптимальный вариант – грамотно комбинировать виды и методы, применять разные виды мониторинга.

⁵ : <https://www.gd.ru/articles/10126-kontrol-personala>

Библиографический список

1. Авдиенко А. Трудовой потенциал и перспективы его развития//Служба кадров и персонал. 2006. №8. С. 9-12
2. Аширов Д.А. Управление персоналом // Учебное пособие. – М. Проспект, 2009 – 129с.
3. Базарова Т.Ю., Еремена Б.Л. Управление персоналом;
4. Басаков М.И. Управление персоналом. Конспект лекций (изд.: 5)/ М. Феникс. 2009.;
5. Википедия – свободная энциклопедия;
6. Волкова К.А. Государственное предприятие: структура, положения об отделах и службах;
7. Кузнецова Н. В. Алгоритм разработки кадровой политики предприятия журнал «Справочник по управлению персоналом», №2, ЯНВАРЬ 2018 [Электронный ресурс];
8. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие. М. 1998, стр. 219 220;
9. Библиотека Воеводина: Методические рекомендации по управлению персоналом
10. Контроль персонала в организации: методы и виды. сайт URL: <https://www.gd.ru/articles/10126-kontrol-personala>
11. Управление персоналом. Сайт URL: https://spravochnick.ru/upravlenie_personalom/metody_kontrolya_personala_v_organizacii

УДК 69.003.13

Сафонов А.С. Исследование особенностей и потенциальной возможности строительства торгового центра малой организацией

Study of the features and potential of the construction of a shopping center by a small organization

Сафонов А.С.

Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень

Safonov A.S.

Tyumen Industrial University, Tyumen

***Аннотация.** В статье подтверждена актуальность строительства торговых центров в городах, выявлены проблемы, возникающие при строительстве зданий такого типа малыми организациями.*

***Ключевые слова:** торговый центр; строительная отрасль; актуальность строительства; финансирование и планирование проекта.*

***Abstract.** The article confirms the relevance of the construction of shopping centers in cities, identifies the problems that arise during the construction of buildings of this type by small organizations.*

***Keywords:** shopping center; building sector; relevance of construction; financing and project planning.*

В условиях быстрого роста городов и темпа жизни их населения возникает необходимость строительства торговых объектах, в которых были бы сконцентрированы магазины различной направленности для того, чтобы можно было в одном месте купить, например, как товары продовольствия, так и ювелирные украшения. Такими объектами являются торговые центры.

Торговый центр (ТЦ) – группа архитектурно объединенных торговых предприятий, выстроенных на специально спланированном, развитом и находящемся в собственности участке, которые управляются как единое целое [1].

Первые торговые центры начали строить в России еще во второй половине XIX века, среди них «Мюр и Мерилиз» (1888 г.) и «Верхние торговые ряды» (1893 г.) сейчас они известны, как ЦУМ и ГУМ в Москве. Такие объекты были большой редкостью и возводились лишь в столице и некоторых других больших городах. Широкое распространение торговых центров в России началось только после распада СССР, когда ситуация в стране и экономика начали приходить в норму. Первые новые торговые центры были, по сути, рынками под крышей с небольшой площадью, и только в начале XXI века стали появляться большие торгово-развлекательные центры в уже привычной нам сейчас концепции. Подобные проекты показали свою высокую финансовую эффективность и привлекли в эту отрасль

большое количество инвесторов, что привело к их повсеместному строительству, даже в маленьких городах.

Современный торговый центр — это уже не только место для совершения покупок, посетители приходят сюда, чтобы посмотреть кино, поиграть в боулинг или бильярд, поесть в фудкортах. Для того чтобы обеспечить комфорт посетителей как в будни, так и в выходные дни, необходимо соблюдать следующие требования к характеристикам таких объектов [2]:

- Удобная транспортная развязка для доступа посетителей с остановок общественного транспорта и заезда автомобилей;
- Достаточное количество правильно размещённых парковочных мест на прилегающей территории или встроенных парковках;
- Оптимальное распределение потоков посетителей;
- Универсальная планировка внутренних торговых площадей;

Актуальность и востребованность строительства торговых объектов в настоящее время подтверждается анализом статистических данных о строительстве торговых центров в России за последнее десятилетие (Рис.1) [3].

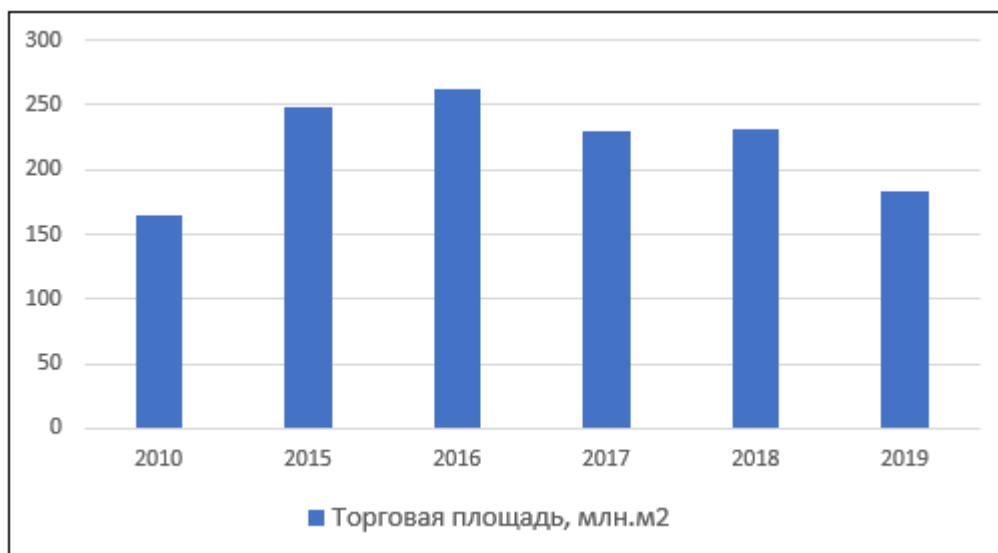


Рисунок 1. Статистика построенных торговых предприятий в РФ

Приведённая статистическая информация позволяет сделать вывод о том, что за 10 лет в России каждый год строилось от 262 до 164 миллионов м² торговых площадей, и даже в период кризиса этот показатель снизился незначительно. Это свидетельствует о стабильном спросе на строительство этого типа объектов.

Однако, не смотря на стабильность спроса, строительство торгового центра связано с большими рисками и требует детального и всестороннего предварительного анализа. На стадии планирования проекта необходимо оценить территорию строительства,

заинтересованность населения в этом объекте и конкуренцию других торговых центров в этом районе, разработать маркетинговую стратегию и проанализировать рентабельность каждой функции торгово-развлекательного центра. Если не выделить на это исследование достаточно ресурсов, строительство торгового центра может не окупиться, поскольку его финансовый успех напрямую зависит от потока посетителей.

Специфической особенностью реализации проектов по строительству торговых центров является то, что павильоны в них, чаще всего сдают в аренду и лишь в редких случаях выкупают в собственность. Это замедляет окупаемость проекта, значительно увеличивая её срок, например, в сравнении с жилищным строительством, где застройщик получает деньги сразу после сдачи объекта и продажи квартир.

Реализация проектов по строительству торговых центров чаще всего осуществляется крупными или средними подрядными организациями, что непосредственно связано с длительными периодами окупаемости. Для небольшой организации это является ключевым аргументом при оценке возможности своего участия в подобном строительстве, так как при стоимости строительства, в несколько раз превышающей ее оборотные средства, организация должна будет прибегнуть к кредитованию или привлечению инвесторов.

Строительство торгового центра в среднем длится два года, если взять для этой цели кредит, то проценты по нему начнут накапливаться ещё с начала строительства, а прибыль компания начнёт получать лишь после его окончания и сдачи помещений торгового центра в аренду. Для того, чтобы оценить срок, выплаты компанией кредита со всеми процентами банку, потребуется детальный экономический анализ, но очевидно, что этот срок может исчисляться десятилетиями. Для малой компании просто не рентабельно браться за строительство подобного объекта.

Более благоприятным решением экономической проблемы подобного строительства является привлечение в проект инвестиций, инвесторами выступают частные компании и индивидуальные предприниматели. В этом случае компания должна будет делить с инвесторами прибыль в определённом процентом соотношении, зато не обязана возвращать вложенные в проект средства. Конечно, привлечь подобного инвестора очень тяжело из-за того, что в случае убыточности проекта инвестор может частично или полностью утратить вложенный капитал, поэтому компании и прибегают к менее выгодным кредитам.

Кроме финансовых трудностей при реализации крупного объекта у небольшой компании могут возникнуть и ресурсные сложности, а именно, штат сотрудников окажется количественно недостаточным или мало квалифицированным для подобного строительства; обнаружится недостаток строительной техники, инструментов, приспособлений и т.п.. Для

решения этих проблем компании будет необходимо прибегнуть к услугам субподряда и аренды, а это, в свою очередь, приведёт к удорожанию всего проекта.

Таким образом, на основе проведенного исследования, можно утверждать, что в России имеет место насущная необходимость строительства торговых центров, но осуществлять подобное строительство силами малой организацией является нецелесообразным, реализовать это можно только при детальном планировании и тщательном анализе всех рисков.

Библиографический список

1. Андерхилл П. Место действия – торговый центр / Андерхилл П. пер. с англ. Н. Скворцовой, ред. В. Григорьева. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 218 с. — Текст: непосредственный
2. Здания торгово-развлекательных комплексов: СП 464.1325800.2019: утв. М-вом строительства и ЖКХ Рос. Федерации 2.12.19: введ. в действие с 3.06.2020. – М.: Стандартинформ, 2020. — 24 с.— Текст: непосредственный
3. Строительство в России 2020: Стат. сб./ Росстат. — М.: Росстат, 2020. – 113 с. — Текст: непосредственный

Электронное научное издание

Возможности и вызовы в менеджменте, экономике и юриспруденции

сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции

20 апреля 2021 г.

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

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-1-6671-4393-4



9 781667 143934

Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 3,7. Тираж 100 экз.
Lulu Press, Inc. 627 Davis Drive Suite 300
Morrisville, NC 27560
Издательство НОО Профессиональная наука
Нижний Новгород, ул. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1