

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Воронежский государственный университет»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

**ХII ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО–ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ ДЛЯ МАГИСТРАНТОВ**

Тезисы докладов
ТОМ I



ВОРОНЕЖ
2024

Редакционная коллегия:

д.э.н., доц. Канапухин П.А.
к.э.н., доц. Федюшина Е.А. (отв. редактор)

Члены редколлегии:

преп. Ушакова Н.В., к.э.н., доц. Родин О.А.,
к.э.н., ст. преп. Пирогова Л.В.

Модернизация экономики России: тезисы докладов XII Всероссийской научно–практической конференции для магистрантов. В III томах. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2024. – Том I. – 138 с.

В сборнике представлены тезисы докладов XII Всероссийской научно–практической конференции для магистрантов, состоявшейся 7 декабря 2024 года.

Тезисы докладов опубликованы в авторской редакции, ответственность за их содержание несут авторы и научные руководители.

Мнение редакционной коллегии не всегда совпадает с мнением авторов.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция актуальных проблем корпоративного учета и отчетности

Абакарова Д.Р., маг. 1 к. Возможности автоматизации при финансовом управлении денежными средствами организации	7
Амоян А.С., маг. 2 к. Значение и организационное обеспечение анализа и оценки финансового состояния организации	9
Булава А.А., маг. 2 к. Значение анализа финансового состояния в обеспечении экономической безопасности компании	11
Геворгян А.С., маг. 1 к. Анализ и формирование отчетности для бюджетных учреждений	13
Ивашкина Э.О., маг. 2 к. Современные факторы, влияющие на возникновение несостоятельности (банкротства) экономического субъекта	15
Кукин Д.О., маг. 1 к. Информационное обеспечение и методы оценки кредитоспособности заемщика	17
Лепехина А.А., маг. 2 к. Учет удержаний из заработной платы	19
Плотникова Д.О., маг. 1 к. Влияние цифровизации и автоматизации на бухгалтерский учет и отчетность в агросекторе	21
Сахнова А.С., маг. 3 к. Об учете материалов корпораций	23
Сухарева К.Е., маг. 1 к. Критическая оценка учетной политики, принятой ООО «Силикатстрой»	25
Чекризова М.И., маг. 2 к. Формирование отчетности об устойчивом развитии	27

Секция современных проблем экономики и менеджмента

Абраменков М.Н., маг. 2 к. Методы оценки конкурентоспособности организаций в современных условиях	29
Авдулова А.Н., маг. 1 к. Особенности «бирюзовой организации» как современной модели управления	31
Антошкин А.А., маг. 1 к. Особенности управления адаптацией персонала в современных организациях	33
Гончаров А.М., маг. 1 к. Основные проблемы производственного сектора в России	35
Горюнова А.А., маг. 2 к. Особенности сотрудников поколения Z	37
Грискевич Е.А., маг. 2 к. Типы адаптации персонала	39
Епихин И.А., маг. 2 к. Управление межличностными отношениями в современной организации	41

Кириянова А.И., маг. 3 к. Современные тенденции управления конфликтами на предприятиях	43
Копылова В.И., маг. 3 к. Современные методы оценки конкурентоспособности организации	45
Королевская Е.М., маг. 2 к. Проблемы привлечения сотрудников в сельскохозяйственное предприятие	47
Кузьменко А.В., маг. 3 к. Оплата труда в системе вознаграждения персонала	49
Лобачева Е.С., маг. 1 к. Культура вовлеченности в условиях платформенной занятости	51
Михалева А.В., маг. 2 к. Управление конфликтами в организации	53
Мицишина А.Н., маг. 1 к. Оценка качества корпоративного управления	55
Назарова Е.С., маг. 2 к. Современные проблемы в управлении процессом подбора персонала	57
Ответчиков А.А., маг. 3 к. Роль корпоративной культуры в процессе адаптации новых сотрудников	59
Пискун А.Р., маг. 2 к. Направления стратегического финансового анализа	61
Полторабатько Е.В., маг. 2 к. Мотивация как метод повышения эффективности персонала	63
Посохов Д.Е., Лобачева Е.С., Татаренко Е.В., Мартынов А.А., маг. 1 к., Вареников Ю.А., спец. 3 к., Калус Я.К., бак. 2 к. Развитие HR–бренда ПАО КБ «Центр–инвест»	65
Рамазян М.Х., маг. 1 к. Технологии и управление человеческими ресурсами в домохозяйствах	67
Семячкин А.А., маг. 1 к. Корпоративная культура как инструмент повышения имиджа организации	69
Сидибе Ю.Д., маг. 1 к. Эффективный менеджмент организационной культуры – путь к успеху современной компании	71
Смородина М.А., маг. 3 к. Корпоративная социальная ответственность как условие развития организации	73
Тарасов В.Н., маг. 2 к. Мотивации труда как фактор активизации трудового поведения	75
Тарасова Ю.А., маг. 1 к. Система мотивации в международных компаниях	77
Тевяшова Е.С., маг. 3 к. Современные проблемы управления адаптацией в организации	79
Толмачев Д.В., маг. 2 к. Организационная культура как элемент совершенствования социально–трудовых отношений	81
Троицкий В.Г., маг. 1 к. Классификация стратегий развития предприятия	83

Турищев С.А., маг. 1 к. Анализ особенностей цифровых платформ и экосистем для принятия управленческих решений менеджментом компании	85
Хохлов П.А., маг. 1 к. Управление проектами в распределенных командах: будущее индустрии	87
Чекмарева Э.Д., маг. 1 к. Адаптация сотрудников в условиях удаленного формата работы	89
Чернышова А.А., маг. 1 к. Роль уровней зрелости в самооценке организации	91
Чиркова А.А., маг. 1 к. Индивидуальное жилищное строительство: как ипотечное кредитование меняет правила игры	93
Шахла А., маг. 2 к. Особенности управления виртуальной командой	95
Шеменив Р.И., маг. 3 к. Управление рисками организации	97

Секция современных проблем управления организациями

Болгов А.Ю., маг. 2 к. Инвестиции в основной капитал регионов ЦЧР: анализ и прогноз	99
Братан О.И., маг. 1 к. Управление рисками компании	101
Зотова Е.Ю., маг. 2 к. Санкционное воздействие на развитие региона на примере Воронежской области	103
Иванова А.В., маг. 2 к. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации	105
Кашперский Я.Э., маг. 1 к. Стратегия развития маркетинга в компании	107
Клюсова Е.В., маг. 3 к. Влияние санкций на инвестиционную активность в агропромышленном комплексе России	109
Котова А.А., маг. 2 к. Понятие и факторы, влияющие на финансовую устойчивость коммерческой организации	111
Папина О.Н., маг. 2 к. Профессиональная мотивация работников в современных условиях	113
Положенцев А.А., маг. 1 к. Анализ инновационной активности организаций на региональном уровне	115
Рахманина А.Ю., маг. 3 к. Система бюджетирования как инструмент контроля реализации стратегии развития коммерческой организации (на примере АО «Электросигнал»)	117
Роднин М.Н., маг. 1 к. Использование виртуальной кластеризации для исследования социально-экономических процессов на уровне регионов	119
Седых А.Ю., маг. 1 к. Стратегическое влияние онлайн образования в вузах	121

Селитренникова А.С., маг. 2 к. Понятие, сущность и методы оценки финансовой устойчивости предприятия	123
Смагин В.Д., маг. 2 к. Возможности автоматизации при управлении рисками организации	125
Степанова П.Г., маг. 1 к. Развитие производственного потенциала организации	127
Сунцов Н.А., маг. 2 к. Инструмент решения проблем «Грозная туча» и его практическое применение	129
Токарева Е.А., маг. 2 к. Эффективная система материальной мотивации	131
Толочко С.Г., маг. 1 к. Проблемы стратегического развития компании	133
Тучкова А.Н., маг. 1 к. Совершенствование системы управления проектами	135

Секция актуальных проблем корпоративного учета и отчетности

Абакарова Д.Р., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Возможности автоматизации при финансовом управлении денежными средствами организации

Финансовое управление денежными средствами играет ключевую роль в обеспечении платежеспособности и финансовой устойчивости организации, так как они являются высоколиквидными активами, выступают средством платежа и расчетов с персоналом, бизнес–партнерами, органами государственной власти, инвесторами. Ошибки в финансовом управлении, утрата контроля или невозможность регулирования денежного потока организации может привести к формированию кассовых разрывов, то есть недостатку денежных средств, необходимых для финансирования текущих платежей.

Финансовое управление денежными средствами современной организации охватывает несколько направлений, включая:

- обеспечение достоверного бухгалтерского учета поступления, движения, выбытия денежных средств, данные которого используются впоследствии для принятия управленческих решений;
- регулярный анализ денежного потока, что позволяет оценить сбалансированность поступлений и выбытия денежных средств, выявить кассовые разрывы и принять своевременные меры для их предотвращения;
- планирование и прогнозирование поступления и расходования денежных средств на долгосрочный и краткосрочный период;
- обеспечение контроля сохранности денежных средств, хранящихся в кассе и на расчетных счетах организации;
- управление временно свободными денежными средствами – выявление возможностей для инвестирования денежных средств с целью получения дополнительного дохода (например, депозиты в банках и другие финансовые инструменты) и др.

Для повышения эффективности финансового управления денежными средствами организации используют средства автоматизации, которые помогают минимизировать риски совершения ошибок в системе бухгалтерского учета денежных средств, исключить формирование кассовых разрывов. Посредством средств автоматизации усиливается внутренний контроль за движением денежных средств.

В настоящее время на рынке представлено множество программных продуктов, позволяющих автоматизировать и повысить качество управления денежными средствами организации. Эти программы различаются между

собой интерфейсом, функционалом, стоимостью. Наибольшее распространение в России получила программа 1С, которая имеет несколько конфигураций. Так, для малого и среднего бизнеса разработаны программы: «1С: Управление нашей фирмой (1С:УНФ)», «1С:Управление торговлей (1С:УТ)», «1С:Комплексная автоматизация (1С:КА)» и другие.

Процесс финансового управления денежными средствами организации при внедрении автоматизированной программы 1С существенно облегчается. В автоматизированном формате осуществляется учет наличных и безналичных денежных средств; сбор заявок на платеж от центров ответственности с последующим их визированием; формирование платежного ордера и Реестра платежей, обработка платежей организации; корректировка бюджета денежных средств организации.

В автоматизированном формате осуществляется ведение Платежного календаря, составление Отчета по денежным средствам и Отчета по платежному календарю, Отчета об исполнении бюджета денежных средств. Программа позволяет в реальном времени отслеживать фактическое исполнение бюджета, сравнивать фактические данные с плановыми, что упрощает процесс планирования.

Распространенными инструментами управления денежными средствами, которые используются для снижения риска платежеспособности, являются кэш–пулинг и нэттинг. Кэш–пулинг предусматривает консолидацию денежных средств на едином банковском счете для покрытия долговых обязательств или инвестирования свободных денежных средств. С его помощью можно избежать ситуации, когда одной компании, входящей в структуру холдинга, приходится брать кредит, а у другой компании образовался излишек денежных средств. Нэттинг предусматривает взаимозачет встречных требований по платежам без реального движения денежных средств, тем самым образуется экономия на сопутствующих издержках и комиссиях банка.

Интеграция автоматизированной программы управления денежными средствами с аналитическими инструментами и программа предоставляет организации возможность проводить углубленный анализ финансового состояния компании в оперативном формате и по его результатам принимать обоснованные управленческие решения, направленные на повышение эффективности хозяйствования.

Таким образом, средства автоматизации при управлении денежными средствами организации обеспечивают основу для достоверного учета, своевременного анализа эффективности использования денежных средств, качественного финансового планирования, непрерывного внутреннего контроля над платежами, минимизируют риски ликвидности и платежеспособности организации. В целом повышает эффективность менеджмента организации.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Амоян А.С., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Значение и организационное обеспечение анализа и оценки финансового состояния организации

Анализ финансового состояния организации является важной функцией управления организацией, инструментом для оценки стабильности, эффективности деятельности и перспектив развития. В его результатах заинтересованы как внутренние, так и внешние пользователи.

Для внутренних пользователей анализ финансового состояния является основой для оценки текущего финансового положения, идентификации и оценки рисков снижения платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности. На основе данных финансового анализа разрабатываются стратегические и тактические планы, строятся финансовые прогнозы на будущее, принимаются решения по укреплению финансового состояния и минимизации рисков.

К основным внешним пользователям результатами анализа финансового состояния организации следует отнести: учредителей, бизнес–партнеров, кредиторов, инвесторов, органы налогового контроля, статистические и аналитические организации. Интересы учредителей состоят в оценке целесообразности вложения средств в деятельность данной организации, оценке перспектив увеличения личных доходов в виде дивидендов. Бизнес–партнеры проводят финансовый анализ для оценки перспектив дальнейшего сотрудничества с данной организацией. Для кредитных организаций оценка кредитоспособности потенциальных заемщиков является основой принятия решения о кредитовании, ключевым инструментом минимизации риска нарушения условий кредитных договоров. Финансовый анализ является обязательным разделом инвестиционных планов, основой оценки эффективности реализации бизнес–проектов. Органы налогового контроля проводят анализ финансового состояния организаций для выявления нарушителей налогового законодательства. Статистические и аналитические организации анализируют финансовые данные по группе организаций, относящейся к одной отрасли или сфере деятельности для оценки тенденций развития.

Для повышения качества и аналитичности результатов анализа финансового состояния важное значение имеет его организационное обеспечение, то есть совокупность мероприятий и процедур, обеспечивающих эффективное проведение финансового анализа. К таким процедурам следует отнести четкое распределение обязанностей между его участниками: инициатором, координатором и исполнителями.

В роли инициатора анализа финансового состояния организации, как правило, выступает высшее руководство организации, ее учредители. Инициатор анализа определяет цель, сроки и периодичность его проведения,

назначает координатора, в роли которого чаще всего выступает руководитель планово–экономической службы организации. Координатор в свою очередь несет ответственность за методическое и информационное обеспечение анализа. Он определяет его содержание, распределяет и согласовывает функции между исполнителями, осуществляет оперативное руководство аналитическим процессом. Исполнители непосредственно осуществляют аналитические расчеты с последующим их документальным оформлением в форме таблиц, графиков, отчетов.

При организации анализа финансового состояния необходимо исходить из принципа планомерности, реализация которого на практике предполагает разработку программы его проведения. В этом документе должны найти свое отражение следующие важные моменты:

- цель анализа и направления использования его результатов;
- источники информации и правовое обеспечение;
- сроки и периодичность проведения анализа;
- форма представления результатов анализа;
- пользователи результатами анализа.

Организационное обеспечение анализа включает в себя также сбор необходимой информации и оценку ее качественных характеристик – объективность, сопоставимость, достаточность. При этом основным источником информации при проведении анализа финансового состояния коммерческой организации выступают данные бухгалтерского учета и отчетности.

Процесс сбора и аналитической обработки информации значительно облегчается посредством использования специального программного обеспечения. В настоящее время на отечественном IT–рынке представлено множество таких программ: «Альт–Финанс», «Альт–Инвест», «Audit Expert», программные продукты «Аналитик», «Инвестор» компании «ИНЭЖ», онлайн–программа «Ваш аналитик» и др. Ключевые функциональные возможности этих программ: автоматизированный ввод данных для анализа из бухгалтерских программ и текстовых файлов; проверка правильности и корректности исходных данных; приведение данных за несколько периодов к сопоставимому виду; проведение аналитических расчетов по заданным параметрам, включая горизонтальный, вертикальный, коэффициентный анализ; экспорт итогового отчета по результатам проведенного анализа.

Таким образом, наиболее полное удовлетворение интересов пользователей результатами анализа финансового состояния организации достигается за счет качественного организационного обеспечения, что предполагает четкое распределение обязанностей между его участниками, наличие программы аналитических работ, использование проверенной информации и современных средств автоматизации.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Булава А.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Значение анализа финансового состояния в обеспечении экономической безопасности компании

В условиях постоянно изменяющейся экономической среды проблема обеспечения финансовой безопасности коммерческой организации обостряется, а экономическому субъекту необходимо искать направления повышения эффективности своей деятельности и выявлять угрозы экономической безопасности.

Для оценки экономической безопасности необходимо проводить анализ финансового состояния, который позволяет в значительной степени повысить обоснованность принимаемых управленческих решений. посредством анализа изучаются тенденции развития, исследуются факторы, влияющие на деятельность организации, разрабатываются планы и принимаются решения.

Экономическая безопасность организации предполагает эффективное использование имеющихся ресурсов корпорации с целью стабильного функционирования в реалиях быстроменяющихся внешних условиях экономики. Финансовое состояние экономического субъекта выступает одной из наиболее важных характеристик ее деятельности.

Целью предпринимательской деятельности является получение экономических выгод, то есть прибыли. Точно спрогнозировать прибыль компании невозможно, так как корпорации соприкасаются с многими видами рисков, которые могут привести к негативным последствиям.

Содержание понятия «риск» определяется как следствие влияния неопределенности на достижение поставленных целей и возникновение отклонений от ожидаемого результата или события.

В современной экономической деятельности существует множество видов рисков, с которыми сталкивается практически каждый экономический субъект.

Высшим проявлением риска является несостоятельность корпорации, именно поэтому необходимо проводить оценку финансового положения.

Проведение анализа финансового состояния позволяет оценить положение экономического субъекта на рынке, а также дает возможность разработать определенные способы защиты корпорации от ликвидации и банкротства. Все это является составной частью обеспечения экономической безопасности экономического субъекта.

Анализ финансового состояния является функцией управления, от качества, полноты и своевременности обеспечения руководителя аналитической информацией зависит рациональность и качество управленческих решений.

Оценка финансового состояния позволяет выявить сильные и слабые стороны экономического субъекта, для разработки положений по повышению эффективности деятельности.

Данные мероприятия в конечном итоге помогут получить конкурентоспособную, платежеспособную и финансово устойчивую компанию.

С экономической точки зрения финансовое состояние организации характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования финансовых средств.

По мнению Е.А. Горятниной, финансовое состояние отражает положение и место на рынке любого хозяйственного субъекта, его конкурентоспособность и платёжеспособность, а также возможность устойчивого и динамичного развития.

По мнению Л.Т. Гиляровой, принципами анализа финансового состояния являются непрерывность наблюдения за состоянием и развитием финансовых процессов, преемственность, объективность, научность, динамичность, комплексность, системность, практическая значимость, существенность, надежность, согласованность и взаимоувязка данных; ясность в интерпретации результатов анализа, обоснованность и оперативность в принятии управленческих решений.

В рамках финансового подхода финансовое состояние рассматривается как система обеспечения организации капиталом. Так, А.Д. Шеремет, А.Ф. Ионова отмечают, что финансовое состояние коммерческой организации характеризуется размещением и использованием средств (активов) и источниками их формирования (собственного капитала и обязательств, т.е. пассивов).

Основными факторами, определяющими финансовое состояние, являются, во-первых, выполнение финансового плана и пополнение по мере возникновения потребности собственного оборотного капитала за счет прибыли и, во-вторых, скорость оборачиваемости оборотных средств (активов). Сигнальным показателем, в котором проявляется финансовое состояние, выступает платежеспособность организации.

Таким образом, можно сделать вывод, что экономическая безопасность является комплексной характеристикой и связана не столько с внутренним состоянием самой компании, сколько с воздействием внешней среды, с ее субъектами, с которыми она вступает во взаимодействие.

Поэтому очень важно систематически проводить оценку финансового состояния компании для идентификации экономических угроз.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Геворгян А.С., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Анализ и формирование отчетности для бюджетных учреждений

Бюджетная отчетность представляет собой набор показателей, позволяющих оценить как прошлые, так и текущие финансовые результаты деятельности организации. Основной задачей учреждений является анализ финансового состояния и результатов работы на основе бухгалтерских данных.

К бюджетным учреждениям относятся организации, основная деятельность которых полностью или частично финансируется за счет средств бюджета на основе бюджетной сметы.

Бухгалтерская отчетность – система таблиц и показателей отчетов, отражающих финансовое и имущественное положение организации, результаты ее хозяйственной деятельности за определенный период, включает бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, распределение прибыли, расчеты с бюджетом.

Бухгалтерскую отчетность обязаны формировать все организации согласно статье 13 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402–ФЗ.

Бюджетный учёт представляет собой систему сбора, регистрации и обобщения данных в денежном выражении о состоянии финансовых и нефинансовых активов и обязательств РФ, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований и операциях, приводящих к изменению активов и обязательств. Бюджетная отчетность позволяет оценить способности организации стабильно функционировать и делает возможным сравнение информации за различные периоды времени, чтобы объективно оценивать, спланировать и спрогнозировать будущее организации.

Бухгалтерский учет в организации должен обеспечивать регулярный контроль за выполнением бюджетов доходов и расходов, а также за состоянием расчетов с юридическими и физическими лицами и сохранностью как денежных средств, так и материальных ценностей. Учет осуществляется в национальной валюте Российской Федерации — рублях и копейках. Все записи бухгалтерского учета и финансовая отчетность ведутся на русском языке. Бухгалтерия функционирует в учреждении непрерывно, начиная с момента его регистрации в качестве юридического лица до его реорганизации или ликвидации, согласно нормам, предусмотренным законодательством Российской Федерации.

Формирование, представление и анализ бюджетной отчетности осуществляется согласно приказу Минфина Инструкции № 19–н от 28 декабря 2010 г. «Об утверждении Инструкции о порядке отчетности об исполнении бюджетов бюджетной системы РФ».

Организации обязаны составлять ежемесячные, квартальные отчеты. Подводит итог финансовому состоянию предприятия годовая отчетность,

которая формируется по состоянию на 1 января года, следующего за текущим.

Бюджетная отчетность формируется на основе данных из Главной книги, которая требует подписей руководителя и главного бухгалтера для составления отчета. Важно сопоставить остатки и операции по счетам бюджетного учета с аналогичными показателями в аналитических регистрах. Одной из ключевых форм бюджетной отчетности является Баланс государственного учреждения (ф. 0503730), который создается на основании сальдо соответствующих счетов. Он включает информацию о финансовых и нефинансовых активах и обязательствах организации.

Для правильного оформления бухгалтерского баланса важно отразить полное состояние хозяйственной деятельности компании, соответствующую группировку явлений и связи между финансовыми операциями, основываясь на корректной корреспонденции счетов. Это позволяет провести анализ финансово-хозяйственной деятельности.

По рекомендациям Н.А. Блатова, динамику и структуру финансового состояния компании целесообразно изучать через сравнительный аналитический баланс, что упрощает анализ. Все отчеты должны быть подписаны руководителем и главным бухгалтером и предоставлены для государственной статистики и учредителей в соответствии с Инструкцией № 157н. Таким образом, составление бухгалтерской отчетности является завершающим этапом учета, имеющим важное значение для управленческих решений.

Все формы отчетности должны быть подписаны руководителем и главным бухгалтером учреждения и содержать информацию о деятельности учреждения для государственных статистических органов, учредителей и других заинтересованных лиц в соответствии с Инструкцией № 157н от 01.12.2010 «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти, местного самоуправления, управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук и государственных (муниципальных) учреждений, а также инструкцией по его применению».

Таким образом, можно сделать вывод, что подготовка бухгалтерской отчетности представляет собой конечный этап бухгалтерского учета, который может стать важным основанием для принятия ключевых управленческих решений руководителем любой организации. Поэтому крайне важно формировать бухгалтерскую отчетность в рамках действующего законодательства, поскольку финансирование может быть приостановлено в случае отклонения учреждений от установленных норм и правил отчетности.

Научный руководитель – д.э.н., доц. Звягин С.А.

Ивашкина Э.О., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Современные факторы, влияющие на возникновение несостоятельности (банкротства) экономического субъекта

В современном мире, где кризисные условия на макро– и микроуровнях присуще любой развитой стране, явление несостоятельности уже рассматривается как неотъемлемая часть экономической жизни. С одной стороны, несостоятельность является негативным феноменом, однако данный эффект может являться стимулом для эволюционирования деятельности экономического субъекта, если правильно подходить к идентификации и управлению данного риска.

Если рассматривать на уровне страны, то банкротство способствует изъятию убыточных и низкоэффективных компаний с целью повышения конкурентоспособности в отраслях экономики.

Если рассматривать данный феномен на микроуровне, то риск несостоятельности побуждает любой экономический субъект находиться в постоянном поиске современных эффективных методов управления производством, планирования, а также управления финансовыми и человеческими ресурсами.

Согласно Федеральному закону, «несостоятельность (банкротство) – признанная арбитражным судом или наступившая в результате завершения процедуры внесудебного банкротства гражданина неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей».

Можно сказать, что банкротство является следствием несостоятельности и неплатежеспособности компании. Существует значительное множество факторов, которые оказывает слабое или сильное влияние на вероятность возникновения несостоятельности экономического субъекта. В современном быстроменяющемся мире, а также динамичной экономике одним из факторов выступают «провалы» инвестиционных проектов. Неверно выстроенный вектор инвестиций в расширение деятельности бизнеса порождает гигантские потери денежных средств, а также значительную долговую нагрузку организации.

Также еще одним весомым фактором, который влияет на вероятность возникновения несостоятельности у компании является отсутствие анализа и неэффективное планирование деятельности. Часто малый и средний бизнес экономит на трудовых единицах и не составляет бюджет на краткосрочную или долгосрочную перспективу, что влечет за собой потерю активов и капитала организации.

Некорректное управление обязательствами компании, также приводит к убыткам и долговой нагрузке. Экономический субъект заимствует слишком много внешних источников финансирования своей деятельности, что приводит к превышению стоимости займов над доходами, что также тянет за собой убытки и несостоятельность.

Неэффективное управление дебиторской задолженностью также является фактором несостоятельности. Ведь очень часто компании предоставляют льготный период выплаты, когда у самой компании нет эффективно выстроенной системы взыскания таких долгов. Также не редкость, когда даже самый крупный контрагент, задолжавший большую сумму денежных средств, становится банкротом.

Также опрометчиво выстроенная бизнес–стратегия также влечет за собой убытки. Многие компании игнорируют анализ конкурентов и отрасли в целом, что отрицательно сказывается на продажах и прибыльности.

Некомпетентный управленческий персонал может также негативно повлиять на вероятность возникновения несостоятельности организации. Многие компании, стараясь снизить расходы на фонд оплаты труда, нанимают неопытных или плохо подготовленных специалистов. Как правило, данные специалисты быстро истощают активы и финансовые ресурсы экономического субъекта своими сомнительными управленческими решениями.

Также судебные иски от деловых партнеров могут способствовать вероятности возникновения несостоятельности организации. Ведь компания может выплачивать достаточно большие суммы денежных средств в качестве компенсации ущерба, что может повлечь за собой убытки не платежеспособность, в конечном итоге компания не сможет продолжать свою деятельность на отраслевом рынке.

Стоит также отметить, на данный момент все чаще практикуется попытка умышленного банкротства компании с целью вывода активов. Такое явление происходит с указания собственников бизнеса. К сожалению, в настоящее время при полностью контролируемом банкротстве у кредиторов не так много способов защиты своих прав: признание незаконными действий арбитражного управляющего, оспаривание оценки и заключения о преднамеренном и фиктивном банкротстве. Надо сказать, что шансы на успех ничтожны.

Таким образом, можно сделать вывод, что угроза несостоятельности экономического субъекта возникает вследствие кооперации внешних и внутренних факторов. На современном этапе очень важна способность адаптации организации к быстроменяющимся условиям микро– и макро–среды.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Кукин Д.О., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Информационное обеспечение и методы оценки кредитоспособности заёмщика

В современных условиях финансовых рынков оценка кредитоспособности заёмщика становится особенно актуальной. Этот процесс подразумевает анализ множества факторов, которые могут повлиять на способность организации погасить долговые обязательства. Главным инструментом в этом процессе является информационное обеспечение, которое представляет собой совокупность данных, необходимых для проведения оценки.

Основными источниками информации в оценке кредитоспособности являются:

- бухгалтерская (финансовая) отчётность (промежуточная и годовая): бухгалтерский баланс, отчёт о финансовых результатах, а также приложения к бухгалтерскому балансу и отчёту о финансовых результатах (отчёт об изменении капитала, отчёт о движении денежных средств, пояснения к бухгалтерскому балансу и отчёту о финансовых результатах), а также аудиторское заключение для экономических субъектов отчётность которых подлежит обязательному аудиту. Все эти документы аккумулируют информацию о финансовом состоянии заёмщика;

- кредитная история (информация, состав которой определен законодательством, характеризующая своевременность исполнения обязательств экономическим субъектом): данные о привлеченных организацией ранее кредитах, просроченных платежах и задолженностях позволяют сформировать полное представление о платёжеспособности клиента. При рассмотрении заявки на кредит, банки с разрешения клиента запрашивают в первую очередь информацию из Бюро кредитных историй, о кредитной истории самого клиента. Если кредитная история у клиента хорошая, то все банки запрашивают у клиентов копии определённого единого списка документов: Решение о создании организации, ИНН, свидетельство о регистрации (ИП), устав, выписка из ЕГРЮЛ (ЕГРИП), информация об учредителях и так далее. После банки проверяют достоверность данного списка через налоговые, арбитражные и другие органы и выявление поддельных документов у клиента – станет причиной отказа в кредите;

- макроэкономические и микроэкономические показатели: уровень инфляции в мире, стране, процентные ставки, показатели безработицы и состояние соответствующего сектора экономики могут оказать непосредственное влияние на финансовые результаты заёмщика.

Среди методов, применяемых для анализа данных платёжеспособности применяются:

1. Количественный анализ: использование финансовых коэффициентов, таких как:

– коэффициент ликвидности (показывает, на сколько быстро организация–заёмщик может погасить свои краткосрочные обязательства за счёт своих оборотных активов);

– коэффициент оборачиваемости (показывает интенсивность использования (скорость оборота) определённых активов или обязательств);

– коэффициент рентабельности (показатель, который измеряет прибыльность деятельности компании);

– коэффициент независимости (коэффициент, который показывает насколько организация за счёт собственного капитала независима от своих кредиторов);

– коэффициент финансовой устойчивости (данный показатель показывает, насколько надёжными источниками финансирования пользуется компания, анализ коэффициента финансовой устойчивости помогает оценить, насколько верно и эффективно организация использует свои активы);

2. Качественный анализ: оценка факторов, которые трудно выразить в количественных показателях, таких как, репутация заёмщика, его опыт, принципы ведения бизнеса, а также отраслевые и ценовые риски;

3. Прогнозирование: Создание моделей для прогнозирования будущих финансовых потоков, что позволяет предсказать вероятность рисков невозврата кредита.

Помимо стандартных методов проведения анализа кредитоспособности, в последнее время появляются новые способы анализа и оценки, которые непосредственно связаны с развитием информационных технологий. Использование искусственного интеллекта и машинного обучения позволяет передать управление алгоритмам, которые могут быстро и точно обрабатывать огромные объёмы данных. Это существенно повышает скорость и точность оценки заёмщиков. К примеру, кредитные скоринговые модели: упрощают процесс оценки, сводя его к простым числовым значениям, что делает возможным быстрое принятие решения по каждому заёмщику. Некоторые скоринговые модели основаны на информации и статистическом анализе общих данных бюро кредитных историй.

Таким образом, информационное обеспечение оценки кредитоспособности заёмщика является сложным и многоуровневым процессом, которое требует использования разнообразных источников информации и современных аналитических инструментов. От правильно собранной и проанализированной информации во многом зависит успешность кредитования и минимизация рисков для кредитора. В условиях динамичного и изменяющегося финансового и экономического окружения, постоянное обновление и оптимизация методов оценки остаются важнейшими задачами для специалистов в области финансов.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Лаврухина Т.А.

Лепехина А.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Учет удержаний из заработной платы

Удержания из заработной платы сотрудников — это денежные средства, которые используются для выполнения их финансовых обязательств. Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации (далее –ТК РФ), работодатель может производить удержания из заработной платы не только в рамках законодательно установленных норм, но и по упрощенной схеме, если такое решение инициировано самим работником.

В практике бухгалтера нередко наступает момент, когда необходимо заниматься удержаниями из заработной платы. Это может произойти, например, когда сотрудник начинает выплачивать алименты, или же поступает запрос от судебных приставов о неуплаченном штрафе. Иногда работник просит регулярно перечислять часть своего заработка в банк для погашения кредита. Эти ситуации требуют грамотного оформления документации.

Согласно положениям Трудового кодекса, бухгалтера должны осуществлять удержания не только по исполнительным листам, но и в других ситуациях, предусмотренных законом. Важно отметить, что для таких удержаний существуют четко прописанные ограничения на их максимальный размер. Статьи 137 и 138 Трудового кодекса Российской Федерации содержат детальное освещение вопросов, касающихся удержаний из заработной платы сотрудников. Перечислим их на рис. 1.

Удержания осуществляются из суммы заработной платы, оставшейся после вычета налога на доходы физических лиц. Затраты на услуги банка или почты, в зависимости от способа перевода средств, работник должен оплатить самостоятельно.

Прежде всего, стоит отметить, что удержания из заработной платы по исполнительному листу начинаются только с момента получения данного документа организацией. Этот процесс продолжается, пока все обязательства не будут выполнены, работник не покинет компанию, взыскатель не отменит своё требование или не будет дан другой приказ судом. После прекращения удержаний очень важно вернуть исполнительный лист взыскателю или передать его копию судебному приставу не позднее следующего рабочего дня. При этом необходимо указать все совершённые выплаты. Несоответствие этих условий грозит значительными штрафами: для работодателей сумма может составлять от 50 000 до 100 000 рублей, а для должностных лиц — от 15 000 до 20 000 рублей.

Потому как проведение удержаний основано на законе, нет необходимости в дополнительных распоряжениях со стороны руководства или заявлениях от самого сотрудника. Достаточно наличия исполнительного листа

либо его копии. Если сотрудник сам выражает желание, чтобы из его дохода были произведены какие-либо удержания, требуется формализовать это через заявление. Данный документ направляется руководителю и должен содержать подробности, такие как имя и должность работника, его паспортные данные и адрес проживания.

Алименты на детей, компенсация здоровья, потеря кормильца, ущерб от преступлений (все по судебному решению).

- Процент удержания: 70%
- Юридическое обоснование: ст. 138 ТК РФ, п. 3 ст. 99 закона «Об исполнительном производстве» от 02.10.2007 №229–ФЗ.

Прочие удержания, включая несколько исполнительных листов.

- Процент удержания: 50%, с сохранением прожиточного минимума при заявлении.
- Юридическое обоснование: ст. 138 ТК РФ, п. 1.1 ст. 99 закона №229–ФЗ.

Руководитель организации может удержать: за невозвращенный аванс, излишне выплаченное из-за ошибок, за неотработанные отпускные.

- Процент удержания: 20%.
- Юридическое обоснование: ст. 137, ТК РФ. Удержания выполняются в течение месяца после крайнего срока возврата аванса или с согласия работника.

Добровольные удержания по заявлению (например, кредиты, обучение, ЖКХ, займы, алименты по соглашению).

- Процент удержания: без ограничений.
- Юридическое обоснование: письмо Роструда от 26.09.2012 № ПР/7156–6–1.

Рис. 1. Случаи возможных удержаний из заработной платы

Важно также отметить вид удержания, указать сумму, периодичность осуществления и реквизиты получателя, а также сослаться на документ, на основании которого будут производиться удержания. Заявление обязательно должно быть подписано и датировано самим сотрудником, а руководитель обязан подтвердить его принятие соответствующей отметкой.

В некоторых случаях возникает необходимость издать приказ о вычете из заработной платы. Документ должен быть подготовлен на фирменном бланке организации, в него следует внести номер и дату оформления. В основной части необходимо четко изложить причины для удержания, указать сумму вычета и назначить ответственное лицо, занимающееся выполнением данного приказа. Сотрудник обязан подтвердить свое знакомство с документом, подписав его.

Таким образом, все подобные процедуры обязаны соответствовать нормам Трудового кодекса РФ и быть оформлены корректно, чтобы избежать потенциальных трудовых споров и связанных с ними затрат.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Агупова К.П.

Плотникова Д.О., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Влияние цифровизации и автоматизации на бухгалтерский учет и отчетность в агросекторе

В настоящее время в российской экономике формулируются новые тенденции: цифровизация и автоматизация, которые приобретают актуальность, прослеживаясь в общеизвестных экономических процессах всех отраслей экономики, и сельское хозяйство не является исключением. Данные тенденции не только содействуют улучшению эффективности работы сельскохозяйственных организаций и повышению их конкурентоспособности, но и пересматривают подход к бухгалтерскому учету и отчетности в целом.

Говоря о первой тенденции, – тенденции автоматизации в сфере сельского хозяйства, – нужно отметить, что она позволяет облегчить процесс ведения бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности. Внедрение автоматизированных систем отчетности имеет ряд определенных преимуществ, о которых следует поговорить подробнее.

В первую очередь, при помощи автоматизированных финансовых систем появляется возможность включать данные о финансовых операциях, производительности, затратах и использовании ресурсов в отчетные системы, что обеспечивает унификацию при обработке информации.

Также, следует отметить, что современные программы дают возможность представления агроаналитики с помощью разнообразных графиков и диаграмм, что помогает упростить анализ финансовой отчетности, позволяя наглядно представлять необходимые данные.

При этом, автоматизация бухгалтерского учета в агросекторе дает возможность быстрого реагирования на изменения в отчетности, например, путем введения новых параметров и показателей, что может помочь своевременно устранять ошибки возникшие на определенном этапе работы с отчетными данными. Учет сезонных колебаний спроса и цен на сельскохозяйственную продукцию также может быть автоматизирован, позволяя эффективнее планировать процессы производства.

Примером автоматизации в процессе формирования финансовой отчетности может стать Федеральная государственная информационная система прослеживаемости зерна и продуктов переработки зерна (ФГИС «Зерно»). Данная система помогает отслеживать размер партий зерна, давая возможность рассмотреть и региональный вклад в формирование продовольственных запасов государства.

Другим примером автоматизации можно считать создание государственных информационных систем «Семеноводство» и «Сатурн». С помощью данных сервисов можно получать сведения о количестве проданных

семян и их покупателях, учет удобрений и агрохимикатов. Данные программы дают возможность не только улучшить эффективность ведения сельскохозяйственной деятельности и ее бухгалтерского учета, но и контролировать и устранять возникающие нарушения при обороте семян и при применении агрохимикатов.

Второй, но не менее важной тенденцией при формировании финансовой отчетности, является цифровизация бухгалтерского учета сельскохозяйственной деятельности, которая в свою очередь, включает внедрение современных информационных технологий и программного обеспечения, что позволяет ускорить процесс сбора, обработки, передачи и анализа данных для составления отчетности хозяйства.

Стоит отметить, что использование современных информационных технологий снижает вероятность проявления человеческого фактора, выявляя отклонения в отчетности автоматически. Также, цифровизация дает возможность составлять агроаналитику в реальном времени, что позволяет обоснованно принимать управленческие решения, улучшать использование ресурсов, прослеживать потенциальные риски, повышать финансовую стабильность сельскохозяйственных организаций.

Ярким примером цифровизации в агросекторе является появление российского сервиса «АгроМон», благодаря которому, стало возможно оцифровывать сельскохозяйственные угодья и составлять агроаналитику по общей ситуации в хозяйстве.

Такой сервис помогает детально рассмотреть ход работ, выявить имеющиеся проблемы хозяйства, соотнести план и факт, что в свою очередь помогает при составлении финансовой отчетности на следующие отчетные периоды как по всему хозяйству, так и по отдельным культурам этого хозяйства.

Таким образом, рассмотрев актуальные тенденции бухгалтерского учета и отчетности, можно сделать вывод, что цифровизация и автоматизация отчетности в сельскохозяйственной сфере – это необходимые процессы, создающие почву для эффективного функционирования сельскохозяйственных предприятий в условиях современного рынка.

Эти тенденции способствуют значительному улучшению работы агроаналитики, что помогает повышать конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий.

Внедрение и применение современных технологий при формировании отчетности в агросекторе позволит не только оптимизировать расходы и улучшить финансовую отчетность, но и подготовиться к новым вызовам, которые появляются перед экономическими субъектами.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Сахнова А.С., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Об учете материалов корпораций

Формирование в бухгалтерском учете информации о запасах корпораций осуществляется в соответствии с требованиями ФСБУ 5 /2019 «Запасы».

Условиями признания запасов выступают обеспечение экономической выгоды, наличие надежной денежной оценки.

Состав запасов многообразен и для целей бухгалтерского учета запасы подлежат классификации, по видам исходя из их предназначения на каждом этапе операционного цикла корпорации.

Формирование оценки запасов корпораций предполагает наличие и использование документов, содержащих способы обеспечения объектами экономических выгод.

Одной из групп запасов выступают материалы. Единица учета материалов устанавливается корпорацией самостоятельно таким образом, чтобы обеспечить формирование полной и достоверной информации о материалах в бухгалтерском учете, а также надлежащий контроль их наличия и движения.

В зависимости от вида материалов, характера и порядка приобретения (создания) или потребления (продажи, использования) корпорация устанавливает единицу учета материалов, номенклатурный номер, инвентарный номер, партию, однородную группу, отдельный объект или иную единицу. После признания материалов в бухгалтерском учете допускаются последующие изменения единиц их учета.

Корпорация должна обеспечить надлежащий контроль (в том числе с использованием забалансового учета) наличия и движения материалов, других лиц, находящихся у корпорации в связи с оказанием ею этим лицам услуг по

- закупке,
- хранению,
- транспортировке,
- доработке,
- переработке,
- сервисному обслуживанию,
- продаже по агентским договорам,
- договорам комиссии, складского хранения, транспортной экспедиции, подряда, поставки.

Материалы признаются в бухгалтерском учете по фактической себестоимости, если иное не установлено ФСБУ 5/2019 «Запасы».

При отпуске материалов в производство, оценка производится корпорацией одним из следующих методов:

- по себестоимости каждой единицы;
- по средней себестоимости;
- по себестоимости первых по времени приобретения материально – производственных запасов (метод ФИФО).

Корпорация может применять в течение отчетного года как элемент учетной политики один метод оценки по каждому отдельному виду (группе) материалов.

Оценка материалов на конец отчетного периода производится в зависимости от принятого метода оценки материалов при их выбытии, то есть по себестоимости каждой единицы материалов, средней себестоимости, себестоимости первых или последних по времени приобретений.

На отчетную дату запасы корпораций оцениваются по наименьшей из следующих величин:

- а) фактическая себестоимость;
- б) чистая стоимость продажи.

Превышение фактической себестоимости материалов над их чистой стоимостью продажи признается в бухгалтерском учете обесценением материалов.

Признаками обесценения могут быть, в частности, моральное устаревание материалов, потеря ими своих первоначальных качеств, снижение их рыночной стоимости, сужение рынков сбыта. В случае обесценения материалов корпорация создает резерв под обесценение в размере превышения фактической себестоимости материалов над их чистой стоимостью продажи.

При этом балансовой стоимостью материалов считается их фактическая себестоимость за вычетом данного резерва. В случае если чистая стоимость продажи материалов, по которым признано обесценение, продолжает снижаться, балансовая стоимость таких запасов уменьшается до их чистой стоимости продажи путем увеличения резерва под обесценение.

В случае если чистая стоимость продажи материалов, по которым признано обесценение, повышается, балансовая стоимость таких материалов увеличивается до их чистой стоимости продажи путем восстановления ранее созданного резерва (но не выше их фактической себестоимости).

Величина обесценения материалов признается расходом периода, в котором создан (увеличен) резерв под их обесценение. Величина восстановления резерва под обесценение материалов относится на уменьшение суммы расходов, признанных в этом же периоде.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Сухарева К.Е., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Критическая оценка учетной политики, принятой ООО «Силикат-строй»

Для эффективного управления деятельностью любой организации необходимо качественное информационное обеспечение принятия управленческих решений.

Важным компонентом такого информационного обеспечения являются данные бухгалтерского учета организации. Они могут выступать как источник надежной, достоверной, релевантной информации, если бухгалтерский учет ведется в соответствии с установленными нормативными правовыми актами требованиями.

Это во многом зависит от того, правильно ли выбрана учетная политика организации (соответствует ли она нормативным требованиям, способствует ли выражению обоснованного профессионального суждения, приняты ли во внимание при ее разработке специфика и масштаб деятельности организации) и применяется ли она в действительности на практике.

Как указано п. 2 Положения по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008), утвержденного приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 октября 2008 г. N 106н, учетная политика организации – это принятая ей совокупность способов ведения бухгалтерского учета: первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности.

К способам ведения бухгалтерского учета относятся способы группировки и оценки фактов хозяйственной деятельности, погашения стоимости активов, организации документооборота, инвентаризации, применения счетов бухгалтерского учета, организации регистров бухгалтерского учета, обработки информации.

В составе учетной политики утверждаются:

«рабочий план счетов бухгалтерского учета, содержащий синтетические и аналитические счета, необходимые для ведения бухгалтерского учета в соответствии с требованиями своевременности и полноты учета и отчетности;

формы первичных учетных документов, регистров бухгалтерского учета, документов для внутренней бухгалтерской отчетности;

порядок проведения инвентаризации активов и обязательств;

способы оценки активов и обязательств;

правила документооборота и технология обработки учетной информации;

порядок контроля хозяйственных операций и другие решения, необходимые для организации бухгалтерского учета».

В объекте исследования ООО «Силикатстрой» учетная политика не обновлялась с 2019 г.

Мы оценили принятую в ООО «Силикатстрой» учетную политику в целях бухгалтерского учета в части учета материалов и выявили, что она не обновлялась с 2019 г.

Соответственно, в ней не были учтены требования вступивших в силу позже ФСБУ и других нормативных правовых актов. Учетная политика требует актуализации.

Однако среди ее положений только отнесение малоценных объектов, отвечающих определению основных средств, к материальным запасам может приводить к искажениям бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Ряд других положений учетной политики данной организации хоть и составлен на основе недействующих нормативных правовых актов, но существенно не противоречит ФСБУ 5/2019. Мы предложили ее следующую актуализацию:

не относить к запасам активы, отвечающие определению основных средств, стоимостью не более 40 000 руб. Стоимость таких активов признается расходами периода (п. 5 ФСБУ 6/2020);

затраты, которые в соответствии с ФСБУ 5/2019 должны были бы включаться в стоимость запасов, предназначенные для управленческих нужд, признаются расходами периода, в котором были понесены (п. 2 ФСБУ 5/2019);

тара учитывается по фактической себестоимости (п. 3, 6 ФСБУ 5/2019);

оценка запасов при их выбытии (включая товары, кроме учитываемых по продажным ценам) производится по средней себестоимости (п. 35 ФСБУ 5/2019);

стоимость спецодежды, срок эксплуатации которой не превышает 12 месяцев, единовременного списывается на затраты в момент ее передачи (отпуска) работникам организации.

При этом ведется забалансовый учет такой специальной одежды на забалансовом счете 012 «Материальные ценности, стоимость которых списана на затраты» (п. 41 ФСБУ 5/2019);

стоимость спецоснастки списывается в момент передачи в эксплуатацию. При этом ведется забалансовый учет такой специальной оснастки на забалансовом счете 012 «Материальные ценности, стоимость которых списана на затраты» (п. 41 ФСБУ 5/2019).

При таком изменении учетная политика организации в части ведения бухгалтерского учета материалов будет соответствовать требованиям действующих нормативных правовых актов.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Чекризова М.И., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Формирование отчетности об устойчивом развитии

Методические рекомендации направлены на повышение качества отчетности об устойчивом развитии и достижение сопоставимости такой отчетности различных корпораций, содержащей в том числе информацию о соблюдении корпорациями принципов ответственного ведения бизнеса, что, в свою очередь, способствует оценке вклада бизнеса в стратегическое развитие Российской Федерации, в поддержку социальных программ, реализацию проектов, связанных с охраной окружающей среды.

Отчетность об устойчивом развитии направлена на достоверное представление информации о деятельности корпорации в области устойчивого развития, в том числе о рисках и возможностях, связанных с устойчивостью организации.

Необходимость развития публичной нефинансовой отчетности предусматривается Распоряжением правительства Российской Федерации от 5 мая 2017 г. № 876–р, утверждающим Концепцию развития публичной нефинансовой отчетности и план мероприятий по ее реализации.

Ключевые (базовые) показатели, перечень которых содержится в Методических рекомендациях, определяются как минимальный набор показателей результативности, рекомендуемых для включения и раскрытия в отчетах при использовании любых систем отчетности. В методических рекомендациях также представлены подходы по определению состава и по расчету ключевых (базовых) показателей отчетности об устойчивом развитии.

Отчетность об устойчивом развитии также может составляться в соответствии с общепризнанными международными и российскими стандартами по раскрытию информации об устойчивом развитии, которые в наибольшей степени соответствуют видам деятельности корпорации и ожиданиям заинтересованных сторон.

Составляемая отчетность включает указание на используемые стандарты, необходимые пояснения раскрываемых показателей, в том числе динамику и факторы, методы расчета. При применении иных стандартов по раскрытию информации об устойчивом развитии ключевые (базовые) показатели, перечень которых содержится в Методических рекомендациях, следует отражать в отдельной (самостоятельной) структурной единице (раздел, часть) отчета.

В целях подготовки отчета об устойчивом развитии рекомендуется взаимодействовать с заинтересованными сторонами для формирования понимания их ключевых интересов, запросов и опасений, связанных с деятельностью корпорации.

Корпорациям, составляющим консолидированную финансовую отчетность в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2010 г. № 208–ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности», рекомендуется составлять отчетность в области устойчивого развития на консолидированной основе (с включением сведений о корпорациях формирующих отчетность, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности определяемых как «Группа»).

Корпорации целесообразно последовательно от одного отчетного периода к другому придерживаться выбранных ею подходов к составлению отчетности об устойчивом развитии, что обеспечивает сравнимость раскрываемых показателей. В случае изменения выбранных подходов корпорации рекомендуется включать в такую отчетность необходимые пояснения. Раскрываемые показатели в области устойчивого развития рекомендуется отражать последовательно в динамике за ретроспективный период не менее трех лет с начала составления соответствующей отчетности.

В наименовании отчетности об устойчивом развитии рекомендуется включать слова «Отчетность об устойчивом развитии» или производные от этих слов.

В случае отказа от составления отчетности об устойчивом развитии корпорациями, рекомендуется составлять в произвольной форме мотивированное обоснование соответствующих обстоятельств (далее – мотивированное обоснование) и раскрывать такое обоснование в порядке, рекомендованном Методическими рекомендациями.

Отчетность об устойчивом развитии или мотивированное обоснование рекомендуется подписывать руководителем корпорации и (или) иными лицами, уполномоченными на это учредительными документами корпорации.

Отчетность об устойчивом развитии рекомендуется составлять за год. Отчетным периодом (отчетным годом) для указанной отчетности может являться календарный год с 1 января по 31 декабря включительно.

Если учредительными документами корпорации установлены иные даты начала и окончания отчетного года для годовой консолидированной финансовой или финансовой отчетности, отчетным периодом для отчетности в области устойчивого развития может являться указанный отчетный год, отличный от календарного года.

Первым отчетным годом для отчетности об устойчивом развитии вновь создаваемых корпораций рекомендуется устанавливать период с даты государственной регистрации указанных организаций по 31 декабря того же календарного года включительно (иную дату окончания отчетного года, отличного от календарного года, установленную учредительными документами корпорации).

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Секция современных проблем экономики и менеджмента

Абраменков М.Н., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Методы оценки конкурентоспособности организаций в современных условиях

В условиях глобализации, высококонкурентных рынков и быстрого технологического прогресса оценка конкурентоспособности организаций приобретает особую актуальность. Конкурентоспособность — это способность организации эффективно работать и достигать высоких результатов в условиях конкуренции, обеспечивая таким образом свою долгосрочную выживаемость и развитие. Для точной и объективной оценки конкурентоспособности необходимы разнообразные методы, которые позволяют выявить сильные и слабые стороны организации, оценить её потенциал в сравнении с конкурентами и разработать стратегии для достижения устойчивых конкурентных преимуществ.

Конкурентоспособность организации можно рассматривать как её способность успешно конкурировать на рынке, привлекать потребителей и достигать устойчивых экономических результатов. Конкурентоспособность зависит от множества факторов, включая качество продукции или услуги, уровень инноваций, эффективность внутренней организационной структуры, управление ресурсами и внешнюю макроэкономическую ситуацию.

Для оценки конкурентоспособности организации необходимо учитывать не только экономические показатели, но и такие аспекты, как имидж компании, степень удовлетворенности клиентов, способность адаптироваться к изменениям внешней среды и инновационный потенциал.

Оценка конкурентоспособности организаций включает в себя широкий спектр методов, которые можно разделить на качественные и количественные. Каждый из методов имеет свои особенности и применяется в зависимости от цели исследования и доступных данных.

Количественные методы основаны на числовых показателях, которые позволяют провести объективную оценку конкурентоспособности. К ним относятся следующие:

- метод сравнительного анализа (Benchmarking). Данный метод включает сравнение ключевых показателей деятельности организации с показателями конкурентов или отраслевыми стандартами;
- метод финансовых коэффициентов. Этот метод позволяет оценить финансовую устойчивость и эффективность работы компании на основе расчета различных финансовых коэффициентов, таких как рентабельность, ликвидность, оборачиваемость активов и собственный капитал;

– метод SWOT–анализа. Этот метод позволяет не только количественно оценить текущую конкурентоспособность, но и выработать рекомендации для её улучшения.

Качественные методы оценки конкурентоспособности ориентированы на анализ нефинансовых факторов, таких как качество управления, инновационный потенциал и репутация компании. Среди таких методов можно выделить следующие:

– метод экспертных оценок. Этот метод предполагает сбор и анализ мнений экспертов, которые обладают знаниями и опытом в определенной области.

– метод анализа потребностей и удовлетворенности клиентов. Анализ отзывов клиентов, проведения опросов и изучение рынка помогает определить, насколько организация соответствует ожиданиям целевой аудитории и насколько её продукция или услуга конкурентоспособны.

– метод исследования деловой репутации. Оценка репутации включает в себя исследование бренда.

Инновационные методы. Современные методы оценки конкурентоспособности также включают в себя инновационные подходы, связанные с использованием новых технологий и анализа больших данных (Big Data). Такие методы позволяют получать более точные и своевременные данные для оценки конкурентоспособности.

– анализ больших данных (Big Data);

– метод анализа и прогнозирования трендов.

Кроме того, современные организации активно используют данные о потребительских предпочтениях, анализируют поведение потребителей с помощью цифровых платформ и социальных сетей, что позволяет адаптировать свою стратегию в реальном времени.

В современных условиях высококонкурентных рынков и быстро меняющейся внешней среды оценка конкурентоспособности организаций становится не только важной, но и неотъемлемой частью стратегического управления. Использование различных методов оценки, включая как традиционные, так и инновационные подходы, позволяет организациям не только выявить свои сильные и слабые стороны, но и эффективно реагировать на изменения внешней среды, что способствует устойчивому росту и долгосрочному успеху.

Для успешной оценки конкурентоспособности организациям необходимо применять комплексный подход, учитывающий как количественные, так и качественные методы. Это позволит точнее и оперативнее принимать решения, основанные на реальных данных, и эффективно выстраивать стратегии, направленные на укрепление позиций на рынке.

Научный руководитель – д.э.н., доц. Канапухин П.А.

Авдулова А.Н., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Особенности «бирюзовой организации» как современной модели управления

Высокая динамичность современной бизнес–среды приводит к устареванию и неэффективности традиционных организационных моделей, что вызывает необходимость применения инновационных подходов к управлению компанией.

В настоящее время всё чаще в теории менеджмента стали встречаться научные труды, посвященные развитию новых методов организации бизнеса, среди которых наиболее ярким примером является модель «бирюзовой организации».

Бирюзовые компании были впервые описаны в 2014 году консультантом и бывшим партнёром McKinsey&Company Фредериком Лалу. В своей книге «Создавая организации будущего» он предложил классифицировать типы организаций по цветам в зависимости от их управленческой модели. Красный цвет символизирует директивный подход к управлению с четко разграниченной властью и сосредоточением сотрудников на выполнении конкретных задач, а зелёный — демократичный стиль руководства, основанный на общих ценностях и учёте мнения каждого члена команды. Однако Лалу пришёл к выводу, что это не последние ступени развития и выделил бирюзовую организацию как эволюционный уровень. Эта модель значительно отличается от предыдущих типов своим подходом к управлению, используемыми методами и, самое главное, философией.

Бирюзовые организации известны как «организации будущего» или «живые организации». Они основаны на принципах коллективизма при решении задач и сосредоточены на развитии личности каждого сотрудника через самосовершенствование и саморегулирование. Иными словами, речь идет о демократически управляемых компаниях, где сотрудникам предоставляют возможность проявлять активное участие в управлении и принятии решений, а не быть просто наёмными работниками.

Эффективное функционирование системы управления в «бирюзовых» организациях возможно при соблюдении трех основных принципов.

Первый принцип – наличие эволюционной цели, или высшей миссии. Причем она должна быть направлена не на внутренние процессы, а на внешний мир, и важна не только для клиентов, но и для общества или даже государства. К примеру, владелец российской компании «ВкусВилл» Андрей Кривенко называет эволюционной целью своей организации предоставление продуктов с честным составом во всех магазинах страны.

Второй ключевой принцип — это самоуправление. Структура бирюзовой компании основана на отсутствии иерархии: минимальное

количество руководителей и максимальная свобода действий. В качестве примера использования данного принципа служит голландская компания патронажных медработников «Бюртзорг», сотрудники которой самостоятельно контролируют выполнение обязанностей (регистрируют пациентов, планируют рабочий процесс и обучают новых сотрудников). В результате они затрачивают на 40% меньше времени на обслуживание одного клиента по сравнению с другими организациями, и пациенты выздоравливают в два раза быстрее.

Третий принцип – обеспечение целостности. Бирюзовые компании относятся к своим сотрудникам как к личностям, а не как к ресурсам, и учитывают их потребности. Важнейшими мотивами молодого поколения выступают гибкость сочетания свободного и рабочего времени, творчество и свобода в профессиональной деятельности. Жесткий контроль со стороны работодателя может негативно влиять на мотивацию молодых людей, препятствуя развитию компании. Исследование консалтинговой компании «Делойт» показало, что 82% работников готовы быть более лояльными к работодателю, если он предложит им гибкие условия работы (свободный график, удаленная работа и др.). Для сохранения целостности в бирюзовых организациях отказываются от инструкций, дресс-кода, жесткого планирования и пр. Так, американская компания «Саундс Тру», занимающаяся продажей эзотерической литературы, стремится к гармонии, сотрудникам разрешается брать домашних животных на работу.

К очевидным достоинствам бирюзового стиля управления можно отнести рост ключевых финансовых показателей, привлечение талантливых специалистов, уменьшение текучести кадров, развитие сильного HR-бренда и корпоративной культуры и др.

Однако несмотря на множество преимуществ, критики бирюзового управления указывают на явные недостатки и называют модель утопичной и нежизнеспособной, так как довольно часто возникают проблемы с поиском сотрудников, поскольку бирюзовый тип организации подходит не для каждого работника и не для каждой организации. Кроме того, в кризисных ситуациях отсутствие централизованного управления приводит к разобщенности действий команд и затягиванию принятия решений.

Таким образом, бирюзовыми можно назвать организации без жесткой иерархии власти, с горизонтальным управлением, которые функционируют как живой единый организм, где каждый сотрудник несет ответственность и принимает решение. Хотя бирюзовая модель управления и связана с некоторыми рисками, но отдельные её аспекты можно адаптивно применять в бизнесе, учитывая текущие обстоятельства и цели конкретной компании.

Научный руководитель – д.э.н., зав. каф. Дашкова Е.С.

Антошкин А.А., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Особенности управления адаптацией персонала в современных организациях

Грамотное управление человеческим капиталом – одно из ключевых направлений, над которым должна работать всякая современная организация. Оно связано с качеством жизнедеятельности и направлено на увеличение эффективности работы персонала.

Управление персоналом оказывает непосредственное влияние на финансовое благосостояние организации, ее конкурентоспособность и достижение им прибыли.

Адаптация – важный процесс, через который проходят все сотрудники с момента их найма на определенную должность до полного вливания в коллектив и жизнь организации.

Для управления адаптацией в современных компаниях используются различные методы, технологии и способы. Каждая программа по адаптации носит достаточно индивидуальный характер, именно поэтому программа адаптации для различных сотрудников должна иметь свои определенные особенности, например, конкретные мероприятия, тактику проведения, различные инструменты.

Нынешние методы адаптации персонала в организации сочетают в себе разные подходы, которые направлены на сокращение времени, в течение которого новый сотрудник знакомится с компанией и ее устоями, получит необходимые навыки и научится эффективно коммуницировать с коллегами.

В общем и целом, все методы адаптации персонала в организации можно разделить на два вида:

— непроизводственные: включают в себя такие мероприятия, как наставничество, тимбилдинг, инструктаж и так далее;

– экономические: заключается в материальном стимулировании работника.

Упомянутые методы позволяют ускорить процесс адаптации, делая его более успешным.

Также стоит отметить и другие методы адаптации персонала, в частности:

– мониторинг: в данной ситуации новый сотрудник получает помощь и поддержку от уже опытного сотрудника компании и помогает адаптироваться в новых условиях;

– ротация: перемещение сотрудника на новую должность для приобретения им новых навыков. Применяется тогда, когда работодатель требует от работника владение несколькими квалификациями;

- инструктаж: объяснение и демонстрация работы новому сотруднику непосредственно на рабочем месте;
- тренинг. включает в себя краткую теоретическую и практическую части отработки навыков сотрудника;
- наставничество: основывается на прикреплении опытного сотрудника к новому. Наставник поддерживает, а также ориентирует нового сотрудника, помогает изучить организацию и освоиться в новой среде;
- офис–тур: экскурсия по предприятию в целях ознакомления с его жизнедеятельностью;
- Job Shadowing: приращение нового сотрудника к более опытному, где новый будет являться так называемой «тенью» и будет следовать за более опытным на протяжении всего рабочего дня.

За последние годы область управления человеческими ресурсами претерпела существенные изменения: менялись подходы к управлению кадрами, появились новые направления, которые будут перечислены ниже:

- автоматизация/цифровизация процессов. Внедрение современных компьютерных технологий, например, геймификация;
- наставничество/коучинг. Универсальная, широко распространенная и достаточно высокоэффективная модель, которая используется и на данный момент. Закрывается она в закреплении за новичком опытного сотрудника, который сможет помочь;
- социальная и культурная ассимиляция. Создается возможность общения персонала в неформальной обстановке посредством социальных сетей, различных корпоративов, мероприятий. Все эти мероприятия должны помочь новому сотруднику влиться в жизнь организации, коллектива и стать одним целым с ним;
- персонализация, направленная на нового сотрудника. То есть, к каждому сотруднику ищется определенный подход, который учитывает его качества, потребности и так далее. До этого такому подходу, к сожалению, не уделялось должного внимания.

Адаптация нового персонала в организации имеет огромное значение как для кадрового «среза», так и для компании в целом. Для более эффективного процесса адаптации нужно создать продуманную и последовательную систему, выделить определенное количество времени, материальных ресурсов, а также уметь правильно применять различные методы адаптации, которые были перечислены выше. Все это будет способствовать быстрому вливанию нового работника в коллектив, а самое главное – в работу организации.

Таким образом, каждой организации необходимо иметь продуманную и сбалансированную систему адаптации, которая во многом определяет конкурентоспособность и эффективность корпоративной деятельности.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Родин О.А.

Гончаров А.М., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Основные проблемы производственного сектора в России

Запущенный процесс мобилизации национального экономического потенциала и внутренних резервов привел к ускоренному решению задачи импортозамещения в промышленном производстве критически важной продукции, которая ранее обеспечивалась через межгосударственное сотрудничество. Это требует завершения технологических цепочек, развития внутриотраслевой кооперации и оптимизации организационно–технологической структуры предприятий. Особенно актуальна данная проблема для отечественных отраслей обрабатывающей промышленности, таких как тяжелое машиностроение, станкостроение и электронная промышленность, которые уступают зарубежным аналогам по качеству, цене и срокам производства. Это стало одной из основных причин их высокой зависимости от импорта.

Всем известно, что в странах с развитой индустриальной экономикой тяжёлое машиностроение занимает стратегическую позицию в промышленном секторе. Эта отрасль является основополагающей для обеспечения НТП и технологических инноваций. Уровень её развития служит индикатором качества, конкурентоспособности и темпов роста производства, а также отражает состояние инфраструктуры и обороноспособности государства.

В постсоветский период, с переходом к рыночной экономике, тяжелое машиностроение в России утратило статус ключевой отрасли промышленности, несмотря на сохранение прежней структуры производства, что контрастирует с советской конверсией. Однако в настоящее время в экономической структуре России тяжёлое машиностроение занимает центральное место, и его прогресс имеет стратегическое значение для страны. Для решения актуальных задач этой отрасли необходим целостный подход, включающий в себя: государственное финансирование, поддержку инновационных процессов, модернизацию производственных мощностей и совершенствование системы подготовки специалистов.

Основной проблемой современных предприятий в сфере тяжёлого машиностроения, помимо нехватки высокотехнологичных комплектующих, является дефицит квалифицированной рабочей силы, который начал формироваться еще в 1990–х годах из–за снижения объемов подготовки инженеров, конструкторов, технологов и рабочих, а также из–за ограниченного притока молодежи в отрасль. Нехватка квалифицированных специалистов, а также инвестиций создает препятствия для внедрения и интеграции инновационных и высоких технологий. Это, в свою очередь,

приводит к увеличению продолжительности производственного цикла, что сказывается на несоответствующих конкурентоспособных ценах на продукцию отечественного производства. В результате, российские предприятия предпочитают использовать импортное оборудование, преимущественно китайского или европейского производства.

Станкостроение, подобно тяжелому машиностроению, обладает стратегическим значением для экономики России. Данная отрасль способствует автономному развитию страны и способствует снижению зависимости от импортных поставок. Предприятия станкостроительного сектора производят оборудование для множества отраслей, включая авиацию, судостроение, автомобилестроение, энергетику и оборону, что формирует значительную долю основного капитала и способствует технологическому обновлению. Создавая конкурентоспособную продукцию, станкостроение удовлетворяет как внутренние, так и внешние потребности рынка.

Электронная промышленность России, включая радиоэлектронные и микроэлектронные сегменты, также испытывает значительную зависимость от импорта и сталкивается с серьезными вызовами в условиях санкционного давления. Ограничения на поставки зарубежных электронных компонентов ведут к дефициту и увеличению спроса на отечественную продукцию, что создает дополнительные сложности для отрасли.

Недостаток современного станкоинструментального производства в России представляет собой значительное препятствие на пути к технологическому суверенитету страны. Для решения данной проблемы необходим комплексный подход, который включает в себя: государственную поддержку, привлечение инвестиций, развитие научных исследований и формирование эффективной системы подготовки кадров.

Итак, в заключении можно сделать вывод о том, что анализ состояния ключевых секторов российского производственного комплекса (тяжелого машиностроения, станкостроения, микроэлектроники) выявляет ряд проблем, затрудняющих достижение технологического суверенитета и устойчивого экономического роста. Решение этих вопросов является приоритетной задачей, поскольку зависимость от импорта приводит к необходимости закупок у иностранных поставщиков, что в условиях экономических ограничений приводит к завышению цен и снижению конкурентоспособности отечественных производителей по сравнению с ситуацией в стабильной экономике. Необходимость внедрения инновационных технологий и развития локального производства становится особенно актуальной для обеспечения экономической безопасности и повышения уровня самодостаточности страны.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Булавина И.В.

Горюнова А.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Особенности сотрудников поколения Z

Поколение Z—это молодые люди, рожденные с середины 1990–х по начало 2000–х годов. Это первое поколение, которое выросло в цифровых технологиях. Сейчас представители этого поколения активно присоединяются к рабочей силе, и для компаний становится все более важным понимание особенностей и ценностей этих молодых специалистов. «Зумеры» отличаются от предшествующих поколений своим стремлением к гибкости и самостоятельности. Они ценят гибкий график работы, возможность карьерного роста, обучение и развитие, а также значимость своего вклада в компанию. Также они стремятся к балансу между работой и личной жизнью.

Основные характеристики и особенности поколения Z включают:

1. Великолепная ориентация в виртуальном мире, зачастую даже лучше, чем в реальном. По данным исследования IBM, 98% поколения Z владеют смартфонами, и 55% проводят в сети более 5 часов в день.

2. Нежелание общаться лично, выходить в оффлайн с незнакомыми людьми для деловых и образовательных встреч при наличии альтернативы в виде переписки или зум–колла. Согласно исследованию Concordia University, 72% представителей поколения Z предпочитают общаться онлайн или в мессенджерах вместо личных встреч или телефонных звонков. 60% респондентов предпочитают видеозвонки или переписку для деловых встреч.

3. Концентрация у этих ребят сохраняется на определенном объекте намного меньше по времени, чем у более старших. Согласно исследованию Microsoft, средняя продолжительность концентрации внимания у поколения Z составляет всего 8 секунд. Зумеры растут в эпоху клипового мышления, что только способствует сокращению уровня концентрации;

4. Полное отсутствие желания и осознанной надобности к запоминанию любой информации: начиная от формул по физике, заканчивая маршрутом от точки А в точку Б в черте города. Исследование Американской психологической ассоциации показало, что более 70% представителей Gen Z полагаются на поисковые системы для получения фактов и признают, что предпочитают искать информацию онлайн, чем пытаться её запомнить.

5. Хорошая способность к многозадачности, отсюда, кстати, и берется распыление внимания. По данным исследования Sparks & Honey, порядка 64% представителей поколения Z регулярно переключаются между задачами на нескольких устройствах (например, смартфоне, компьютере и телевизоре).

6. Стремление к получению быстрого результата: в обучении, в работе и, конечно, в покупках. В отчете IBM говорится, что 60% представителей поколения Z предпочитают сайты и приложения с мгновенным доступом к информации, и 71% быстро уходят с сайта, если процесс покупки или поиска информации занимает больше времени, чем они ожидали.

7. Любовь к креативу, творческому подходу, создание чего-то нового. Это прослеживается не у всех подряд зумеров, но есть. А еще переживания за судьбу мира в целом. Исследование Adobe Digital Insights показало, что более 56% представителей поколения Z хотели бы заниматься чем-то, что связано с креативом или инновациями. При этом 77% хотят, чтобы работа и деятельность давали им возможность создавать что-то новое.

8. Отсутствие желания планировать жизнь на 3–5–10 лет вперед. Философия: жить «в моменте» и полагаться на случай. По данным исследовательской компании McKinsey, 70% представителей поколения Z предпочитают гибкий подход к жизни, стремясь адаптироваться к изменениям, а не строить долгосрочные планы.

Привлечение и удержание молодого поколения — задача, требующая нестандартного подхода. Во-первых, руководители компаний должны предлагать гибкий график, возможность работать удаленно или сокращенную рабочую неделю. Молодым людям важна свобода в выборе рабочего графика и места работы. Возможность работать из дома или независимо от места привлекает молодых кандидатов и увеличивает шансы на успешное привлечение работы у HR-агентов.

Во-вторых, поколение Z ожидает постоянной обратной связи и признания своих достижений, которые позволяют молодым специалистам чувствовать себя ценными. Зумеры привыкли к частой обратной связи благодаря социальным сетям и другим онлайн-платформам

В-третьих, для привлечения поколения Z руководителям следует активно использовать цифровые каналы коммуникации. Молодое поколение предпочитает общаться через мессенджеры и соцсети, поэтому в контакте с этим поколением важно быть онлайн.

Чтобы построить успешную и эффективную команду, необходимо учитывать особенности каждого поколения. Поколение Z — это будущее каждой компании. Их энтузиазм, креативность и стремление к инновациям могут принести значительные преимущества. Понимающий руководитель сможет извлечь из особенностей этого поколения максимум пользы, сформировать успешные и мотивированные команды, готовые к решению новых задач и достижению поставленных целей.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Арзамасцева Л.П.

Грискевич Е.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Типы адаптации персонала

Адаптация персонала представляет собой комплекс мероприятий, направленных на облегчение вхождения нового сотрудника в организацию, освоение им производственных и социальных норм, а также интеграцию в коллектив. Эффективная адаптация способствует снижению уровня текучести кадров, повышению производительности труда и созданию благоприятного рабочего климата.

В научной литературе существует множество различных определений адаптации. Например, Веснин В.Р. в своей работе описывает адаптацию как «процесс приспособления нового сотрудника к содержанию и условиям труда, а также к социальной среде». Этот процесс включает в себя тщательное ознакомление с коллективом и новыми обязанностями, усвоение привычных стереотипов поведения, ассимиляцию, то есть полное приспособление к окружению, и в конечном итоге идентификацию, что подразумевает отождествление личных интересов и целей с общими.

С другой стороны, Т.Ю. Базаров и Б.Л. Еремин в учебнике по управлению персоналом считают, что «адаптация представляет собой активный процесс приспособления человека к новой среде, который охватывает знакомство с деятельностью организации, ее производственными особенностями, включение в коммуникативные сети, освоение корпоративной культуры и изменение собственного поведения в соответствии с требованиями новой среды».

В трудах Егоршина А.П. адаптация персонала описывается следующим образом: «Адаптация – это процесс, при котором коллектив приспосабливается к изменяющимся условиям внутри и вне организации. Адаптация сотрудника подразумевает его приспособление к рабочему окружению и коллективу. Этот процесс требует от личности активного участия, осознания своего социального положения и сопутствующих тому ролевых обязанностей как формы проявления индивидуальных способностей в ходе выполнения общих задач коллектива».

Основными типами адаптации являются: первичная и вторичная адаптация. Первичная адаптация происходит при вхождении человека в новое профессиональное или социальное окружение, когда у него отсутствует опыт работы в подобных условиях. Вторичная адаптация актуальна для сотрудников, которые уже имеют профессиональный опыт, но сталкиваются с новыми задачами или переходят на другое рабочее место.

Кроме того, можно выделить профессиональную адаптацию, которая заключается в освоении сотрудником своих непосредственных трудовых обязанностей, изучении рабочих процессов и технологий, внедренных в

компании. Важную роль играет знание корпоративных стандартов и правил.

В.Р. Веснин определяет психофизиологическую адаптацию как «привыкание к новым физическим и психологическим условиям труда. Это может быть смена графика работы, физическая нагрузка или особенности рабочего пространства».

С точки зрения А.П. Егоршиной, социально–психологическая адаптация – это «интеграция в коллектив, установление межличностных отношений, освоение корпоративной культуры». Часто такой тип адаптации определяется личностными качествами сотрудника и атмосферой внутри коллектива.

Также авторы выделяют такой вид адаптации, как организационно–культурная, предусматривающая освоение корпоративных ценностей и норм взаимодействия внутри организации. При этом важную роль играет обмен информации, обучение и участие в корпоративных мероприятиях.

Классифицировать адаптацию можно по следующим признакам:

По срокам:

– краткосрочная адаптация занимает от нескольких дней до нескольких недель и направлена на первоначальную социализацию сотрудника. Важна для минимизации периода, в течении которого новый работник может сталкиваться с трудностями, и для обеспечения его быстрого включения в рабочий процесс.

– долгосрочная адаптация продолжается несколько месяцев и включает полное освоение всех трудовых и социальных аспектов работы в компании. Важна для создания устойчивой рабочей среды, где сотрудники могут развиваться, расти, что способствует достижениям всей организации.

По способу управления:

– стихийная адаптация — протекает без целенаправленного вмешательства со стороны службы HR. Демонстрирует гибкость и способность сотрудников справляться с изменениями, но отсутствие формальной поддержки может привести к недостаточной подготовленности и стрессу.

– управляемая адаптация предполагает организованную поддержку новых сотрудников, включающую вводное обучение, наставничество и регулярные обратные связи. Способствует более эффективному и быстрому процессу интеграции изменений, снижает уровень стресса среди сотрудников и повышает общую эффективность команды.

Таким образом, адаптация персонала — это многофакторный процесс, требующий внимания как со стороны самого сотрудника, так и организации в целом. Успешная адаптация зависит от комплексного подхода, который включает в себя ее различные аспекты и виды адаптации. Для достижения лучших результатов компании следует разрабатывать программы адаптации, учитывающие специфику их оргкультуры и бизнес–процессов.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Кравец М.А.

Епихин И.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Управление межличностными отношениями в современной организации

Значение работы по управлению межличностными отношениями в команде вытекает из важнейшего аспекта межличностных отношений в организации, который является ключевым компонентом изучения межличностных вопросов. Личная динамика этих отношений сильно влияет на эффективность как командной, так и индивидуальной работы сотрудников. Более того, профессиональная сфера часто сталкивается с противоречивыми межличностными ситуациями, что приводит к конфликтам.

Поэтому изучение межличностных отношений внутри организации, включая сценарии конфликтов, является актуальной проблемой.

В современной динамичной среде руководитель должен оперативно решать различные профессиональные задачи, быть ответственным за принимаемые решения, планировать и структурировать деятельность работников и свою в постоянно меняющихся условиях. Менеджер должен быть самостоятельным и уметь эффективно разрешать проблемы в своей профессиональной деятельности, быть объективным и сохранять самообладание.

Межличностные отношения носят субъективный характер, могут изменяться по степени интенсивности в зависимости от эмоционального состояния и психологических особенностей взаимодействующих людей. Межличностные отношения отличаются от деловых тем, что могут быть не только официальными, но и неофициальными.

Официальные роли и обязанности определяют формальность отношений, эмоциональные контакты (симпатия, уважение или дружба) укрепляют или разобщают эти отношения, что помогает или вредит выполнению задач.

Формальные группы имеют официальный статус и создаются руководством для организации труда и повышения эффективности.

Неформальные отношения возникают на основе фактического общения между членами команды, которые объясняются общими интересами, мотивами, взглядами и мнениями.

Выполнение различных задач способствует профессиональному росту и основывается на персональном и функциональном подходе, которые учитывают особенности, интересы, стили работы, мотивы каждого сотрудника.

В последнее время эмоциональный интеллект приобретает особое значение, поскольку профессиональная деятельность и коллективы динамичны и постоянно меняются.

При приеме на работу работник предвидит, какие функции он должен выполнять, но в процессе деятельности могут возникнуть различные факторы недопонимания или неумения, которые повлияют на снижение темпа

работы и эффективности. Поэтому задачей руководителя выступает поддержка структуры группы, позитивных коммуникаций и мотиваций для совместной деятельности.

Если в группе нет проблем, работа слажена и эффективна, то необходимо сохранить ее организационную структуру. Задачей руководителя выступает сохранение целостности группы, поддержание внутреннего порядка и эффективности ее работы. Основной задачей каждой работоспособной группы является сохранение своей работоспособности как минимум до полного решения задач. Сохранность коллектива может подвергаться угрозам с двух сторон: внешнее давление и внутреннее возбуждение.

Особенности влияния межличностных отношений на карьеру сотрудников организации (трудового коллектива) заключаются в том, что:

- межличностные отношения между его членами, с одной стороны, и лидерами (руководителями), с другой, выступают фундаментом, на котором осуществляется совместная деятельность и строится их личностный и профессиональный рост (при этом актуализируются их потребности в профессиональном самовыражении и самосовершенствовании, повышается роль личных и социальных мотивов в интересах достижения совместных целей, которые усиливает топ–менеджер);

- благодаря реализации социально–психологических механизмов происходят активации процессов взаимопознания сотрудников и организации, которые обуславливаются групповыми и индивидуальными потребностями и стремлениями, а также закрепление ценностных установок на карьерное развитие в компании;

Коллектив сотрудников – это группа, объединенная в соответствии со структурой организации и с должностными инструкциями. Персоналу необходимо уделять особое внимание: его структуре, составу, квалификации, компетенциям, способностям, установкам, трудовому потенциалу, психофизиологическим характеристикам, мотивации.

Таким образом, наиболее актуальным вопросом управления организацией выступает проблема функционирования и развития объединений работников в группы.

Поэтому изучение межличностных коммуникаций в коллективе – один из важных и значимых аспектов системы управления. Руководители должны уделять пристальное внимание на развитие и улучшение взаимодействий внутри коллектива, которые являются важными для количественных и качественных показателей выполняемой работы, а также экономического результата организации.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Шкиренко Г.А.

Кириянова А.И., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Современные тенденции управления конфликтами на предприятиях

В современной России введение новых экономических реформ значительно повлияло на статус предприятий. Из-за перехода к рыночным отношениям стали возникать совершенно новые условия для взаимодействия организаций с государственными структурами, производственными партнерами и собственным персоналом. Как следствие, начинают происходить изменения во взаимоотношениях между руководителями, а также между руководством и подчиненными, и между всеми сотрудниками внутри компании.

Не обходит стороной и изменение трансформация подхода к управлению персоналом, который всё больше ориентируется на признании приоритета личности над финансовыми и производственными интересами предприятия. Это можно объяснить тем, что успех деятельности организации, фирмы или учреждения во многом зависит от людей, которые в них трудятся.

В новых рыночных условиях ключевой задачей становится максимально эффективное использование кадрового потенциала организации. На первый план выходит акцент на развитие и раскрытие личностных и профессиональных качеств сотрудников, что является залогом успешной деятельности предприятия.

Конфликты в организациях неизбежны и являются частью рабочей атмосферы, отражая разнообразие мнений, интересов и ценностей сотрудников. Они могут способствовать инновациям и творческому мышлению, так как различные взгляды и противоречия помогают находить новые и эффективные решения. Конфликты также могут способствовать как профессиональному, так и личностному развитию сотрудников, поскольку их разрешение требует развития навыков управления конфликтами, эмоционального интеллекта и решения проблем.

Руководство должно понимать, что конфликты могут быть как полезными, так и необходимыми для роста и инноваций. Эффективное управление конфликтами позволяет минимизировать их негативные последствия и максимизировать положительный потенциал.

Любое воздействие на подчиненных, для достижения целей компании, представляет собой достаточно осознанное воздействие на объекты и субъекты управления, которое включает поэтапное преодоление несоответствий в процессе выполнения производственных задач. Такое преодоление затрагивает не только нефункциональные конфликты, чаще всего назревающие в результате управленческих промахов, но и те конфликты, что создаются для стимулирования креативности и инноваций.

Руководству необходимо обратить внимание на управление конфликтами, которые возникают в результате сложившихся условий, управленческих ошибок или сбоев в работе. Эти конфликты следует разрешать с минимальными последствиями для организации.

Для современного мира характерно наличие существенного множества методов управления конфликтами. Большинство таких методов можно классифицировать по поведению конфликтующих сторон на несколько категорий: структурные, внутриличностные, межличностные, переговоры и ответные агрессивные действия.

Из-за неэффективной организации труда, неверного распределения функций, прав и обязанностей, а также несправедливой системы мотивации, применяются структурные методы, которые воздействуют на участников организационных конфликтов.

Ориентация на отдельного сотрудника и рациональная организация собственного поведения и выражение своей позиции без отсутствия защитной реакции у собеседника – отражают внутриличностные методы управления конфликтами. При этом, для разрешения межличностных конфликтов следует тщательно прорабатывать стиль поведения участников, с целью минимизации негативных последствий для собственных интересов.

К одному из наиболее эффективных и распространенных методов можно отнести так называемые «переговоры», которые, в свою очередь, охватывают различные аспекты работы сотрудников. Многочисленные наборы техник, ориентирующиеся на создании взаимовыгодных решений для любых участников спора, являются одним из способов разрешения конфликтов данного метода.

Для успешного применения переговоров необходимы определенные условия: отсутствие значительных различий в полномочиях участников; наличие стадии конфликта, позволяющей вести переговоры; и участие сторон, обладающих реальными полномочиями.

Весьма сомнительными и нежелательным, но, в отдельных случаях, иногда неизбежным методом являются ответные агрессивные действия. Отметим, что такой метод приводит к разрешению конфликта с позиции силы, включая применение грубой силы и насилия.

Важно осознавать, что конфликтом необходимо управлять до того, как он станет слишком сильным и разрушительным. Отсутствие способности и навыков понять ошибки и просчеты может стать причиной постоянной напряженности.

В современных реалиях наиболее оправданным методом управления конфликтом является применение всего спектра методов воздействия на конфликтную ситуацию и поведение участников, что позволяет адаптироваться к индивидуальным обстоятельствам каждого случая. Это неизбежный императив современных реалий турбулентного мира.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Колесникова О.А.

Копылова В.И., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Современные методы оценки конкурентоспособности организации

Актуальность темы конкурентоспособности в настоящее время сложно недооценивать. В эпоху глобализации и стремительного технологического прогресса компании вынуждены подстраиваться под быстроменяющиеся условия, так как все чаще сталкиваются с новыми угрозами.

Исследования показали, что финансового благополучия предприятия и устойчивости бизнеса чаще всего достигают при более высоком конкурентном потенциале.

Под конкурентоспособностью предприятия понимается реальная и потенциальная способность предприятия разрабатывать, производить, продавать и поддерживать конкурентоспособную продукцию в определенных сегментах рынка, т.е. конкуренция представляется как соревнование между предприятиями, производящими аналогичные товары, которые вынуждены вести борьбу за предпочтения потребителя, за возможность быть более узнаваемыми и доступными среди остальных, все это ведет к устойчивому развитию их деятельности.

Для получения полной оценки конкурентоспособности предприятия используют не только сравнительные анализы выпускаемой продукции, но и используют данные о деятельности и рынках сбыта предприятий–конкурентов.

Поэтому внедрение современных методов оценки конкурентоспособности поможет предприятиям не только определить их текущее положение на рынке, но и выработать стратегии для укрепления своих позиций на рынке.

Существует несколько методов для проведения оценки предприятий и выявления их конкурентных преимуществ, которые могут быть адаптивны к специфике любой организации.

1. SWOT–анализ

Данный анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны организации, а также определить возможности и угрозы внешней среды, что поможет разработать перечень стратегических действий, направленных на усиление конкурентных позиций предприятия и его развитие.

2. Пятифакторная модель

Эта модель базируется на методике Майкла Портера где проводится анализ пяти сил. Этот подход помогает изучить особенности и структуру отрасли и найти точки роста организации в нынешних условиях в сравнении с конкурентами.

3. Индикаторный метод

Данный анализ позволяет оценить количественные и качественные показатели эффективности организации во всех ее проявлениях.

Сюда можно отнести показатели качества продукции, финансовые результаты, уровень сервиса, степень удовлетворённости клиентов, рентабельность.

4. Анализ ценовой конкурентоспособности

Для проведения анализа первоначально необходимо собрать сведения о конкурентах, показать достоинства и недостатки конкурирующих предприятий, определить сферу влияния каждого из них на рынок, показать, кто из них имеет максимальную и минимальную цену, чья продукция наиболее качественна.

5. Balanced scorecard (метод сбалансированных показателей)

Данный метод помогает организации оценить свою конкурентоспособность по нескольким критериям: финансовые показатели, обучение сотрудников, гибкость бизнес-процессов, лояльность или удовлетворенность клиентов. Его проведение позволяет сформировать обоснованное мнение о перспективах дальнейшей экономической деятельности, а также помогает разработать комплекс эффективных рекомендаций, превентивных мер и, соответственно, повысить конкурентоспособность потенциала предприятия.

Стало очевидно, что конкурентоспособность предприятия составляет основу экономического развития предприятия, и укрепления его позиции на рынке. Увеличение интенсивности конкуренции в отрасли диктует необходимость внедрения предприятиями эффективных технологий ведения бизнеса, а также привлечение более компетентных специалистов.

Более того, в условиях цифровой трансформации и глобализации, использование технологических решений и анализ больших данных могут стать решающими для оценки и повышения конкурентоспособности.

Поэтому актуальность исследования методов оценки конкурентоспособности будет только возрастать в будущем, что предполагает необходимость вооружения менеджмента современными инструментами и подходами для обеспечения эффективного функционирования организаций.

Оценка конкурентоспособности является жизненно важной задачей для современных организаций, а также позволяет выявить слабые стороны, нейтрализация которых позволит укрепить свои позиции на рынке. В условиях постоянно меняющихся условий, предприятия должны быть готовы к быстрой адаптации и изменениям в своей стратегии. Применение современных методов оценки конкурентоспособности предоставляет компании уникальные возможности для анализа и улучшения ее положения на рынке.

Научный руководитель –д.э.н., проф. Щукин О.С.

Королевская Е.М., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Проблемы привлечения сотрудников в сельскохозяйственное предприятие

Работа в сельском хозяйстве уже давно вышла на новый уровень: современные технологии и оборудование, агро– и биотехнологии, искусственный интеллект, но у людей остается стереотипное мнение по поводу данной сферы. Сельское хозяйство играет ключевую роль в экономике любой страны и является одним из самых рентабельных секторов экономики. Тем не менее, одной из основных проблем, с которыми сталкиваются сельскохозяйственные предприятия, является привлечение и удержание квалифицированных кадров. В данной статье мы рассмотрим актуальные проблемы этой области.

Первая из проблем связана с недостатком квалифицированных специалистов: сейчас идет «война» работодателей за квалифицированные кадры, присутствует активное переманивание сотрудников друг у друга за счет предложения более высокого уровня заработной платы. Сельскохозяйственная отрасль требует наличия специфических знаний и навыков, а образование в аграрной сфере не всегда соответствует современным требованиям, что приводит к нехватке квалифицированных сотрудников. В этой связи руководство предприятий отмечает, что дефицита с кадрами как таковыми у них нет, а вот именно со специалистами – есть. Также аграрная сфера воспринимается как менее престижная и интересная по сравнению с другими, более популярными среди молодого поколения, что сказывается на мотивации выбирать эти профессии.

Вторая проблема привлечения и удержания сотрудников в сельскохозяйственной отрасли – это условия труда. Работа в сельском хозяйстве часто ассоциируется с тяжелыми условиями труда (работа на улице при любых погодных условиях, ненормированный график, тяжелый физический труд). Это может отпугивать потенциальных работников, особенно молодежь, стремящуюся к более комфортной жизни. Также стоит отметить, что сельскохозяйственные предприятия часто расположены в удаленных районах, тогда как многие специалисты предпочитают работу в городах, где сосредоточены крупные компании, и не готовы к переезду в сельскую местность или другой регион.

Третьей проблемой является привлечение и удержание сотрудников, чья профессия не ограничивает в выборе работы только в отрасли сельского хозяйства, к примеру, инженеры. Агропредприятиям, как правило, тяжело конкурировать по уровню заработной платы, а также по комфортности условий труда с другими компаниями.

В этой связи сформулируем предложения для привлечения и удержания сотрудников в сфере сельского хозяйства:

1. Введение программ профессионального обучения на производстве.

Новый сотрудник сможет одновременно и комфортно адаптироваться и получить недостающие знания. Формирование кадрового резерва компаний, активная работа с профильными вузами, проведение мастер–классов и стажировок, оплачиваемых практик для студентов. Активное развитие социальных сетей компаний, связанных с карьерой, запуск таргетированной рекламы, где доступно, наглядно и моментами смешно рассказывается об открытых вакансиях, что поможет привлечь молодые кадры. Работа над изменением стереотипов о работе в отрасли сельского хозяйства. К примеру, проведение информационных кампаний, которые подчеркивают важность и престиж сельскохозяйственной профессии, а также через пропаганду истории успешных людей в этой сфере.

2. Усовершенствование условий труда.

Необходимо улучшать условия труда, ввести более нормированный график, предоставить комфортные условия проживания (комфортные квартиры либо дом, развитие инфраструктуры), льготное питание, хороший социальный пакет (страхование жизни, ДМС для сотрудника и его семьи, оплата фитнеса, оплата поездок детей сотрудников в лагерь), предоставление корпоративного транспорта. Активно использовать новые технологии в производстве, максимально автоматизировать все происходящие процессы, чтобы снизить физическую нагрузку сотрудников.

3. Введение прогрессивной формы оплаты труда, оплата всех переработок, премирование за заслуги.

Работники особенно ценят дополнительные социальные гарантии и льготы. К примеру, многие компании для привлечения сотрудников начали отстраивать собственное жилье в сельской местности, где происходит работа и отдавать ее в собственность сотруднику за выработку лет.

Инвестирование в людей, создание комфортных условий труда и возможности для профессионального роста помогут не только удержать существующих сотрудников, но и привлечь новых. В конечном итоге, успех предприятия во многом зависит от его кадрового состава, и работа над удержанием сотрудников – это залог стабильности и конкурентоспособности в современном аграрном секторе.

Проблема привлечения сотрудников в сельскохозяйственное предприятие является комплексной и многогранной. Решение этих вопросов требует совместных усилий со стороны государства, образовательных учреждений и самих работодателей. Внедрение эффективных мер по улучшению условий труда и повышению имиджа профессии может существенно изменить текущую ситуацию и обеспечить успешное развитие аграрного сектора.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ярышина В.Н.

Кузьменко А.В., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Оплата труда в системе вознаграждения персонала

Вознаграждение за труд или компенсация работникам затрачиваемых интеллектуальных, физических или творческих усилий выступает одним из наиболее значимых условий в привлечении трудовых ресурсов в организацию, в стимулировании к качественному труду, в построении долгосрочных и перспективных и взаимовыгодных трудовых отношений.

Заработная плата — это основная часть средств, направляемых на потребление, представляющая собой долю дохода, зависящую от конечных результатов работы и распределяющуюся между работниками в соответствии с количеством затраченных усилий и качеством трудовых результатов, их реальным трудовым вкладом в деятельность организации.

Заработная плата для работника является основным источником дохода и средством повышения его уровня благосостояния. Размер материального вознаграждения труда работников должен учитывать его реальный трудовой вклад, а также мотивировать на повышение не только индивидуальных трудовых показателей, но и экономических показателей организации.

Формы и системы заработной платы являются необходимыми элементами организации оплаты труда. Рациональный выбор форм и систем оплаты труда работников имеет важное социально-экономическое значение для каждого предприятия. В сочетании с нормированием труда, они определяют порядок начисления заработной платы отдельным работникам или их группам в зависимости от количества, качества и результатов труда.

Формы и системы оплаты труда создают на всех уровнях хозяйствования материальную основу развития человеческого капитала, рационального использования рабочей силы и эффективного управления персоналом. Среди основных форм системы оплаты труда выделяют сдельную и повременную, бестарифная система оплаты труда включает в себя преимущества двух перечисленных форм, также существуют гибкие системы оплаты труда.

Сущность оплаты труда наиболее полно раскрывается в тех функциях, которые она призвана выполнять. Среди основных функций можно выделить следующие:

– стимулирующая. Представляет собой одну из наиболее значимых при рассмотрении со стороны организации, т.к. увеличивает трудовую активность работников, повышая показатели деятельности фирмы;

– воспроизводительная. Подразумевает, что размер заработной платы работника будет не только закрывать его базовые потребности, но и способствует профессиональному, а также культурному росту данного сотрудника, сможет покрывать его потребности более высокого порядка;

– регулирующая. Проявляется в изменении спроса на товары и услуги в связи увеличением или уменьшением уровня заработной платы работников, таким образом, оказывая влияние на рынок труда;

– накопительная. Данная функция предполагает наличие возможности у сотрудников для накоплений сбережений, в перспективе обеспечивая себе светлое будущее.

Для работодателя заработная плата – одна из основных статей издержек на осуществление производства и дальнейшую реализацию изготавливаемых товаров, а также предоставляемых услуг. Основную часть заработной платы составляет вознаграждение работника за осуществление трудовой деятельности, соответствующей нормам, правилам и ожиданиям работодателя. В случае превышения установленных объемов трудовых обязанностей, работодатель поощряет сотрудника дополнительными выплатами, предусмотренными в трудовом договоре или в положении по оплате труда данной организации. Данные обстоятельства обуславливают необходимость грамотно планировать расходы на оплату труда работников, которые отражаются в фонде оплаты труда. Фонд оплаты труда в организации показывает условия договора между работодателем и работником. Он формирует индивидуальный подход к оплате труда, формированию дохода каждого сотрудника с учетом действующего законодательства и принятой на предприятии методике расчета.

Планирование фонда оплаты труда – одна из самых важных и незаменимых задач управления предприятием, исходными данными для реализации которой выступают: трудоемкость производственной программы по изделиям, по предоставляемым услугам; численность сотрудников по категориям; действующая тарифная система; нормы труда, расценки на изделия, а также количество отработанного времени; штатное расписание; применяемые формы и системы оплаты труда на предприятии; законодательные акты по труду. Чтобы заинтересовать работников в улучшении трудовых показателей, нужно выплачивать им достойную заработную плату. А для того, чтобы работники были удовлетворены размером оплаты их труда и могли влиять на его повышение, добиваясь лучших результатов, необходимо правильно выбрать систему оплаты труда.

Выбор системы оплаты труда – важный шаг для любой организации. Эта система должна быть прозрачной, что подразумевает простоту и ясность в понимании сотрудников, каждый должен видеть зависимость между собственной эффективностью, качеством труда и получаемой заработной платой. Главной целью каждой организации является создание трудовых отношений, которые бы отвечали запросам работодателей и могли быть реализованы работниками.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Дашкова Е.С.

Лобачева Е.С., маг. 1 к.
Южный федеральный университет

Культура вовлеченности в условиях платформенной занятости

Платформенная занятость представляет собой новый феномен в сфере труда, возникший на стыке технологий и экономики ещё в начале 2000–х годов, однако её влияние на рынок труда стало особенно заметным в последние годы. В основе платформенной занятости лежат цифровые платформы, которые способствуют созданию связей между соискателем и работодателем, обеспечивая доступ к рабочему пространству дистанционно, через сеть Интернет. Эта модель работы охватывает широкий спектр профессий – от водителей такси до фрилансеров в области дизайна и программирования.

К основным характеристикам платформенной занятости можно отнести:

- использование мобильных сервисов (приложений) для взаимодействия с платформой;
- главная цель состоит в выполнении и решении определенных задач и проблем;
- работы осуществляются чаще на основе краткосрочных контрактов;
- услуги предоставляются по запросу клиента.

Таким образом, занятость на платформах следует рассматривать как взаимодействие между самой платформой, соискателем, ведущим деятельность онлайн и клиентом (заказчиком), что более подробно можно рассмотреть на рисунке 1.



Рис. 1 – Схема взаимосвязей между сторонами платформенной экономики

В рассмотренной модели цифровые платформы обеспечивают связь между спросом и предложением, опираясь полученные данные от клиентов (спрос) и исполнителей (предложение). Основным инструментом в данной

схеме является алгоритмы платформ, которые способствуют поддержанию баланса взаимодействий.

Корпоративная культура в условиях удаленной работы важна также, как и в офисе, она способствует формированию идентичности организации и вовлеченности сотрудников. При этом возникает необходимость формирования такой атмосферы, где каждый сотрудник, занятый удаленно, сможет почувствовать себя частью большой команды, что способствует поднятию мотивации и чувства преданности работе и положительно скажется на продуктивности и лояльности данных сотрудников. В данной связи, акцентируя внимание на важности объединения онлайн и оффлайн взаимодействий, осуществляется переход корпоративных коммуникаций в новую эру фиджитал, что подразумевает использование цифровых платформ и инструментов совместной работы.

К эффективным методам поддержания вовлеченности платформенных занятых следует отнести регулярные видеоконференции с командой с целью обсуждения текущих инициатив. Для удаленного общения можно использовать специальные платформы, такие как VK Teams, МТС Линк или Яндекс Телемост, в ходе общения можно обсуждать не только рабочие вопросы, но и устраивать интерактивы или перерывы с неформальным общением.

Корпоративная культура в условиях удаленного формата работы требует трансформации традиционных мероприятий к онлайн-формату, а соответственно все корпоративные праздники и тимбилдинги можно устраивать виртуально с помощью видеосвязи, что способствует поддержанию единства в команде. Стоит отметить, что при обсуждении различных идей онлайн можно использовать такие инструменты совместной работы как онлайн-доска Miro или её аналоги: Holst, Pruffme, GetLocus, МТС Линк Доски, Jamboard. С их помощью можно фиксировать идеи составлять планы во время дистанционных планерок, тренингов, консультаций. А проведение виртуальных конкурсов и викторин с наградами, в том числе в рамках геймификации, помогут в большей степени увеличить вовлеченность и убрать психологические барьеры занятых удаленно.

Таким образом, поддержание корпоративной культуры в условиях платформенной работы требует активных усилий со стороны специалистов по управлению персоналом. Проведение регулярных видеовстреч, использование специализированных инструментов для совместной работы в сети Интернет, геймификация и организация виртуальных мероприятий, способствуют увеличению вовлеченности сотрудников, что является ключевым фактором успеха любой организации.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Маличенко И.П.

Михалева А.В., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Управление конфликтами в организации

Управление конфликтами подразумевает под собой выявление и предотвращение столкновений интересов, а также способность подобрать оптимальный вариант для разрешения уже сложившегося разлада. Своевременное выявление конфликтов в налаженной структуре работы организации является основополагающим фактором сохранения и увеличения её производительности.

Проблема конфликтов была актуальна и поднималась в обществе во все времена. Конфликтология, как отдельная наука, появилась во второй половине 20 века, она была призвана изучать и разрешать конфликты, основываясь на поведении людей.

Конфликт – резкое обострение противоречий, ведущее к столкновению двух, а иногда и большего количества сторон (субъектов конфликта) на почве разногласия их идей, целей, взглядов, возникающего в процессе решения проблемы, имеющей для обеих сторон деловую или личную значимость.

При грамотном регулировании конфликтной ситуации, помимо сохранения стабильного производства организации и взаимоотношения в коллективе, у руководства также появляется возможность зафиксировать те аспекты, что привели к появлению проблемы.

Эскалация работы над конфликтными проявлениями внутри рабочей структуры также является важным фактором для улучшения имиджа организации, что позволит компании привлечь новые кадры – сотрудников, заинтересованных в стабильности условий труда и внутренних взаимоотношений.

Стиль разрешения конфликтной ситуации является объективным и его определение зависит непосредственно от причины её возникновения, участников сторон сложившейся ситуации, а также цели, которой хочет достигнуть каждая из них.

Существует множество подходов к управлению и разрешению конфликтных ситуаций. Каждой организации необходимо учитывать уникальные особенности своей корпоративной культуры и потребностей сотрудников при выборе наиболее эффективного метода.

Ниже мы рассмотрим основные подходы в работе с конфликтами, которые определил американский психолог Кеннет Томас, и разберем их более детально.

1. Приспособление. При данном способе разрешения ситуации одна из сторон принимает интерес оппонента, принудительно или добровольно отказавшись от своей изначальной позиции. Этот подход актуален,

когда один участник конфликта более компетентен в проблеме, чем другой, или же одна сторона не заинтересована в отстаивании своих потребностей.

2. Сотрудничество. Именно этот подход является наиболее лояльным и долгосрочным в разрешении конфликтной ситуации. При его использовании каждая из сторон достигает своих целей, отстаивая личные интересы и потребности.

3. Компромисс. Метод подразумевает частичный отказ от собственных интересов обеих сторон в пользу сотрудничества. Актуально для принятия временного решения или, когда оба участника преследуют одинаково важные цели и находятся в равных условиях.

4. Уход. Одна из сторон конфликта придерживается варианта уклона от решения возникшей проблемы, избегая защиты своих условий и претензий. Данный подход также актуален при незаинтересованности одного из участников.

5. Соперничество. Главной целью является полное отстаивание своей точки зрения. Подход необходимо использовать, если решение является конструктивным и несет коллективу и организации в целом пользу.

Принято считать, что разлады в организации зачастую несут в себе негативные последствия как для дальнейшего развития корпоративной культуры, так и для компании в целом. В действительности, при неумении правильно разрешать конфликтные ситуации, столкновения интересов и потребностей в коллективе могут привести к недоверию между сотрудниками, повышенному стрессу и беспокойству среди работников, затягиванию, а иногда и прекращению процесса работы, и, конечно, к увеличению текучести кадров. Но, при осведомленности и компетентности руководителя, лояльно и конструктивно разрешенный конфликт оставляет после себя более крепкую связь между сотрудниками, лучшее понимание точек зрения каждого из коллектива и способность увидеть проблемы с разных ракурсов. Основной причиной проблемы, рассматриваемой в данной работе, является отсутствие у руководителей организации теоретических и практических знаний в сфере конфликтологии.

Конфликты являются неотъемлемой частью любого коллектива и организации и, как выше было сказано, далеко не всегда несут за собой негативные последствия. При правильно подобранной стратегии удастся не только разрешить конфликтную ситуацию, но и направить ее в конструктивное русло, что приведет к продуктивным изменениям компании, улучшив процессы внутри организации и укрепив взаимоотношения работников. Очень важно на ранних стадиях зафиксировать наличие зарождающегося разлада и применить соответствующие стратегии для его разрешения, чтобы создать здоровую и продуктивную корпоративную культуру, которая позволит в будущем предотвратить возникновение конфликта.

Научный руководитель – д.э.н. проф. Колесникова О.А.

Мищишина А.Н., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Оценка качества корпоративного управления

Оценка и совершенствование корпоративного управления относится к процессу оценки и совершенствования структур, политик и практик, которые регулируют процессы принятия решений в компании и отношения с заинтересованными сторонами.

Это включает в себя оценку эффективности механизмов управления, таких как надзор со стороны совета директоров, внутренний контроль, этика и прозрачность, а также выявление областей, требующих улучшения, чтобы обеспечить соблюдение этических норм.

Несмотря на различия в подходах к оценке уровня управления, все методы обязаны учитывать некоторые важные принципы, наиболее важными из которых являются:

- честность и беспристрастность;
- прозрачность;
- ответственность;
- подотчетность.

Рассмотрим количественные и качественные методы оценки корпоративного управления.

Количественные методы.

Анализ финансовой отчетности играет важную роль в оценке финансового положения, результатов деятельности и будущих перспектив компании.

Используя такие методы, как горизонтальный анализ, вертикальный анализ, анализ коэффициентов, анализ денежных потоков и бенчмаркинг, заинтересованные стороны могут получить всестороннее представление о различных аспектах финансового состояния и деятельности компании. Каждый из этих методов анализа финансовой отчетности предоставляет различные точки зрения и инструменты для оценки прибыльности, ликвидности, эффективности, платежеспособности и конкурентоспособности.

Овладев этими пятью методами анализа финансовой отчетности, инвесторы, кредиторы, аналитики и менеджеры могут принимать обоснованные решения об инвестиционных возможностях, оценке кредитных рисков, операционных улучшениях и стратегическом планировании. Эффективно применяя методы финансового анализа, заинтересованные стороны могут улучшить свои процессы принятия решений и внести свой вклад в устойчивый рост и прибыльность бизнеса.

Бенчмаркинг помогает экономистам понять, как компания соотносится с конкурентами и лидерами отрасли. Конкурентные преимущества и

области, которые необходимо улучшить, аналитики могут предложить стратегические инициативы, операционную эффективность и инвестиционные решения. Навыки анализа финансовой отчетности необходимы для навигации и принятия обоснованных решений в сложной бизнес-среде.

Также в современной российской практике применяются различные количественные методы оценки эффективности корпоративного управления предприятием, основанные на получении оценочных результатов эффективности управления на основе анализа финансового состояния и рыночной стоимости предприятия.

Анализ финансового состояния предприятия осуществляется двумя этапами – оценивается вероятность банкротства (через двухфакторную модель Альтмана); – оценивается финансовая устойчивость предприятия (модель Таффлера).

Двухфакторная модель Альтмана производит оценку степени банкротства компании, а многофакторная модель Таффлера строит модель платежеспособности компании. В результате все рассчитанные показатели сопоставляются, и делается вывод о финансовом состоянии предприятия.

Вторая методика оценки эффективности корпоративного управления предприятием основана на анализе его рыночной стоимости. Метод капитализации дохода основан на определении стоимости предприятия путем деления текущих доходов предприятия на коэффициент капитализации.

Качественные методы оценки корпоративного управления.

Методы оценки качества приведены с использованием систем мониторинга корпоративного управления. Они основаны на применении критериев оценки корпоративного управления и отражают соответствие практики корпоративного управления действующим стандартам и лучшим рыночным практикам. Созданием и публикацией рейтингов занимаются специальные агентства.

Можно выделить следующие три группы рейтинга корпоративного управления в российской практике:

- ранжированный список;
- рейтинг;
- полное исследование.

Все качественные методы оценки основаны на использовании критериев оценки управленческого характера. Основное внимание уделяется тому, в какой степени практика корпоративного управления исследуемой компанией соответствует современным стандартам в данной сфере.

Таким образом, все методы оценки эффективности корпоративного управления, которые были заимствованы за рубежом и применяются в российских условиях, не всегда эффективны и требуют серьезной доработки и развития.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Шкиренко Г. А.

Назарова Е.С., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Современные проблемы в управлении процессом подбора персонала

Работа любой организации заключается в последовательном выполнении определенных бизнес-процессов. Скорость и качество их выполнения влияют на совокупную деятельность компании. Они определяют способ организации работы, позволяют оптимизировать процессы внутри организации и достигать поставленных целей. Одной из главных, ключевых сфер деятельности организации является подбор персонала, ответственным за этот процесс является отдел по подбору персонала.

Поиск персонала – достаточно долгий и многоступенчатый процесс, контроль за которым достаточно сложно осуществлять без сторонних средств автоматизации подбора.

Главная слабая область в системе подбора – это огромный объем информации, актуальность и чистоту которой необходимо поддерживать закрепленным людям.

В рамках крупной организации с большим планом по подбору персонала это невозможно сделать без использования инструментов для управления базой заявок, вакансий и кандидатов.

Наиболее часто встречающиеся проблемы в процессе подбора, требующие контроля и совершенствования:

- неэффективная коммуникация между сотрудниками отдела подбора персонала. Процесс закрытия вакансии может прерываться, если между коллегами отдела не выстроено качественное взаимодействие;

- отсутствие напоминаний/уведомлений об изменениях в прогрессе закрытия вакансии. Например, резюме кандидата было отправлено для рассмотрения руководителю, но по каким-либо причинам руководитель не рассмотрел резюме кандидата. Рекрутер, в свою очередь, не зафиксировал дату отправки резюме руководителю и не заметил, что один кандидат был «утрачен» в середине процесса рассмотрения его на вакансию;

- отсутствие соглашения о временных рамках для этапов процесса подбора. Соглашение об уровне услуг (SLA) устанавливает определенные договоренности и регулирует процесс подбора персонала. SLA способствует оптимизации процесса подбора, а также помогает избежать «зависания» кандидатов и вакансий в каких-то состояниях.

- отсутствие гибкой аналитики. Рекрутерам и руководителям рекрутеров необходимо следить за отчетными показателями работы отдела по подбору персонала для оценки эффективности работы отдела. В аналитике чаще всего ориентируются на следующие параметры:

- 1) воронка подбора (отчет, который представляет из себя традиционную воронку с конверсией от первого этапа);

- 2) отчет по среднему времени закрытия вакансии;
- 3) отчет по эффективности рекрутера;
- 4) статистика по отказам кандидатам;
- 5) отчет по среднему времени кандидата на этапе.

Контроль перечисленных выше параметров позволит предотвратить появление проблем и пробелов в процессе подбора персонала.

Система подбора персонала в большинстве компаний сталкивается с рядом проблем. Некоторые из них связаны с недостатком информации о вакансиях, несоответствием требований к кандидатам, отсутствием структурированной системы оценки кандидатов и слабым процессом адаптации новых сотрудников.

Другие проблемы включают недостаточный уровень подготовки менеджеров по подбору персонала, проблемы с оценкой эффективности их работы и недостаточное использование современных технологий и инструментов подбора.

Чтобы улучшить систему подбора персонала, необходимо сосредоточиться на устранении этих проблем и внедрении лучших практик в области управления персоналом.

Для совершенствования бизнес-процессов для hr-департаментов можно предложить следующие рекомендации:

- автоматизация процессов подбора персонала с помощью специализированного программного обеспечения. Это позволит сократить время на выполнение задач, упростить процесс подбора, а также улучшить качество подбора персонала;

- внедрение системы обратной связи с заказчиками и кандидатами. Это позволит получить обратную связь о качестве работы отдела, а также улучшить взаимодействие с заказчиками и повысить удовлетворенность клиентов;

- внедрение системы управления качеством, которая позволит контролировать выполнение задач, отслеживать сроки и качество работы, а также проводить анализ результатов;

- создание программ адаптации и погружения новых сотрудников в корпоративную культуру компании и рабочие задачи. Это поможет уменьшить время онбординга и увеличить продуктивность.

Реализация данных шагов позволит совершенствовать бизнес-процессы отдела по подбору персонала, улучшить качество и эффективность работы, а также повысить удовлетворенность руководителей.

В результате анализа выявлены основные проблемы и узкие места в бизнес-процессах отдела по подбору персонала. Выяснено, что отсутствие четкой системы управления и отсутствие автоматизации процессов являются основными факторами, влияющими на неэффективность работы отдела по подбору персонала.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Щукин О.С.

Ответчиков А.А., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Роль корпоративной культуры в процессе адаптации новых сотрудников

Корпоративная культура представляет собой совокупность традиций, ценностей, ритуалов, норм и убеждений, которые в свою очередь являются основой для взаимодействия сотрудников в той или иной организации. Корпоративная культура является фундаментом для выстраивания коммуникаций и внутри компании, а также для принятия решений и мотивации коллектива в пользу достижения общих целей. Качественная и эффективная адаптация нового персонала напрямую зависит от такого важного фактора как корпоративная культура. Именно она формирует рабочую среду внутри компании за счёт определения конкретных норм и ценностей, которые в этой компании разделяют.

В данной работе исследуется влияние корпоративной культуры на эффективную адаптацию новых сотрудников.

Корпоративная культура любой компании состоит из таких элементов как поведенческие нормы, убеждения, верования. Восприятия сотрудников и их дальнейшие действия формируются за счёт влияния корпоративной культуры, тем самым у людей складывается общее понимание того какие цели и задачи их компании преследует. Среди важнейших элементов любой корпоративной культуры можно выделить ценности, символы, лидерство и ритуалы.

Одним из аспектов, играющих важную роль в процессе адаптации новых сотрудников, входящих в компанию, являются ценности и нормы. Они помогают сотруднику понять, что от него ждут. К примеру, если в компании приняты ценности, среди которых открытость, сотрудничество, взаимовыручка, то в такой компании существуют большая вероятность того, что новый сотрудник успешно и быстро пройдёт процесс интеграции.

Другими немаловажными элементами корпоративной культуры являются традиции и ритуалы, благодаря которым поддерживается чувство принадлежности к коллективу, создается благоприятная атмосфера и единство всех сотрудников. Примерами таких традиций могут выступать тимбилдинговые мероприятия. Они помогают новоприбывшим сотрудником быстрее и эффективнее вливаться в рабочий процесс и чувствовать себя полноценной частью команды.

Визуальные элементы также являются неотъемлемой частью корпоративной культуры любой компании. Благодаря им, новым сотрудникам легче адаптироваться в новом коллективе, а также осознать и принять ценности корпоративной культуры в этой компании. Примерами визуальных элементов могут выступать логотип, оформление офиса и униформа сотрудников.

Не менее значимыми элементами корпоративной культуры в процессе адаптации новых сотрудников являются лидеры. Их поведением выстраивается модель отношений, которой чаще всего следуют другие члены коллектива. В качестве лидеров могут выступать менеджеры, благодаря демонстрации своих ценностей и поддержки новых инициатив, адаптация новых членов команды проходит гораздо успешнее и комфортнее.

Многочисленные исследования, проведенные среди компаний из различных сфер, доказывают, что организации с наиболее сильной корпоративной культурой имеют наивысшие показатели адаптации нового персонала и дальнейшего его удержания. Чаще всего ключом к успеху являются ценности, основанные на открытости и поддержке новых сотрудников, в компаниях с такими ценностями чаще всего существует низкий уровень текучести кадров.

Помимо того, что корпоративная культура оказывает значительное влияние на успешную и эффективную адаптацию новых сотрудников, она также оказывает влияние на их психологическое состояние. В компании, где придерживаются политики открытости и взаимопомощи чаще всего уровень стресса ниже, а значит адаптация новых членов команды проходит более плавно и эффективно. Созданная атмосфера доверия в коллективе дает возможность не бояться выражать свои мысли, оказывает положительное влияние на эмоциональное состояние сотрудников и чувство общности.

Ускорить адаптацию также помогают такие факторы как инклюзивность и уважение к разнообразию в организации. А система поощрения за достижения высоких результатов увеличивает мотивацию сотрудников и их удовлетворенность от своей работы.

Все вышеперечисленные составляющие корпоративной культуры любой организации оказывают значительное влияние на успешную интеграцию новых сотрудников, так же, как и на удержание ключевых сотрудников и способствует их профессиональному росту. Все они в совокупности играют значительную роль в повышении производительности организации и её устойчивости на рынке.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что корпоративная культура является одним из основных инструментов стратегического управления, который обеспечивает не только успешную адаптацию новых сотрудников, но и их психологическое благополучие. Компании, уделяющие внимание развитию корпоративной культуры, достигают более высоких показателей удержания сотрудников. Это способствует созданию более сплоченного и мотивированного коллектива, готового к достижению общих целей и задач.

Научный руководитель – к.п.н., доц. Емельянова О.Я.

Пискун А.Р., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Направления стратегического финансового анализа

На современном этапе развития экономики все более актуальной становится необходимость разработки стратегий развития коммерческих организаций. Такая необходимость обусловлена тем, что для принятия грамотного, а главное – эффективного управленческого решения в любом аспекте деятельности: внедрение нового продукта или услуги, повышение квалификации персонала, модернизация производства, необходима определенная ресурсная база. Ключевым ресурсом выступают именно финансы, что, в свою очередь, делает финансовый менеджмент (управление финансовыми ресурсами) одной из главенствующих подсистем процесса управления экономическим субъектом. Обеспечение эффективного управления финансовыми ресурсами в сложившихся геополитических условиях, а также в рамках динамично развивающегося конкурентного рынка, напрямую связано с проведением финансового анализа не только в оперативно–тактических целях, но и в стратегических целях развития коммерческой организации. По мнению специалистов, направления стратегического финансового анализа выбираются каждой организацией самостоятельно в соответствии с видом деятельности, масштабом, а также целями ее развития. Соответственно, не существует унифицированной методики проведения стратегического финансового анализа.

Рассмотрим основные подходы к выделению направлений и этапов проведения стратегического финансового анализа деятельности экономических субъектов. По мнению С.И. Крылова необходимо выделять четыре ключевых элемента стратегического финансового анализа, а именно:

- оценка финансового состояния экономического субъекта с точки зрения статического состояния, иными словами, анализ финансового состояния за отчетный и предшествующие ему периоды;
- выявление основных тенденций изменений показателей финансового состояния за выбранный временной отрезок;
- оценка динамического финансового состояния, иными словами, составление прогнозных значений его показателей с помощью построения тренда показателей информационной базы;
- разработка комплекса мероприятий, направленных на кардинальное изменение стратегии развития организации либо же ее корректировку.

По мнению А.А. Вотчаева, стратегический финансовый анализ должен включать в себя следующие направления:

- оценка потенциала формирования финансовых ресурсов экономического субъекта (выделяются такие методы анализа, как PEST–анализ, SWOT–анализ, SNW–анализ, сценарный анализ и т.д.);

- оценка эффективности применяемых способов распределения и использования финансовых ресурсов;
- оценка уровня финансовой составляющей экономической безопасности организации;
- оценка качества управления деятельностью экономического субъекта.

На наш взгляд, подход А.А. Вотчаева позволяет наиболее полно провести стратегический финансовый анализ деятельности коммерческой организации, так как учитывает факторы и внутренней, и внешней финансовой среды функционирования, соответственно, результаты, полученные в ходе проведения такого анализа, будут более достоверны, что потенциально повышает эффективность разработанных на их базе управленческих решений в отношении стратегии развития экономического субъекта. Отметим, что выделение этапов или направлений проведения стратегического финансового анализа напрямую зависит от типа анализа (внутренний или внешний). В случае проведения внутреннего анализа, то есть, когда организация исследует саму себя, в качестве информационной базы могут быть использованы данные управленческого учета, информация об организационной структуре, бизнес-процессах и т.д. Если же проводится внешний анализ, в распоряжении аналитика оказывается лишь общедоступная информация: данные бухгалтерской (финансовой) отчетности, которая публикуется в государственном информационном ресурсе «ГИРБО», информация из новостных лент, а также данные, полученные в ходе осуществления конкурентной разведки. Соответственно, и детализация полученных результатов будет отличаться.

К направлениям анализа, которые могут быть реализованы независимо от типа анализа, можно отнести: оценку имущественного положения, финансовой устойчивости, деловой активности, платежеспособности, ликвидности, рентабельности деятельности организации, а также рейтинговую оценку финансового состояния экономического субъекта. Рейтинговая оценка является обязательным элементом, так как позволяет сравнить финансовое положение организации с положением ее основных конкурентов на рынке.

Подводя итог, отметим, что стратегический финансовый анализ – это не унифицированный вид анализа, каждая организация должна самостоятельно формировать его направления в соответствии со своими стратегическими целями. Однако, на наш взгляд, его проведение должно обязательно осуществляться каждым экономическим субъектом, так как данный анализ является действенным инструментом повышения эффективности деятельности коммерческой организации.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Гаджиметов Б.Э.

Полторабадько Е.В., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Мотивация как метод повышения эффективности персонала

Одна из текущих проблем экономики и менеджмента нашей страны это низкая эффективность работы персонала. В настоящее время сотрудники, приходя на работу хотят прикладывать минимум усилий и получать при этом максимум дохода и комфорта. Если проанализировать даже последние 10 лет, то, что мы видим в основных и первостепенных запросах кандидатов на трудоустройство:

- Желательно иметь весь уровень дохода гарантированным и не зависящим от выполнения целевых показателей. То есть сотрудники не готовы брать на себя обязательства и нести ответственность за результат своего труда.
- Гибкий график труда. Захотел - пришел на работу к 8:00, захотел к 11:00, а еще лучше поработал удаленно с чашкой чая на диване.
- Наличие кофе-брейка в офисе и его обеспечение.
- Наличие комнаты релаксации.
- Системное повышение заработной платы и карьерный рост независимо от результатов труда.

И это всего лишь часть пожеланий кандидатов, находящихся в поиске работы. Нужно понимать: психика человека устроена таким образом, что все хорошее мы забываем и воспринимаем как должное в течение 3–4 месяцев и не ценим то, к чему не приложили усилий. Если повысить доход сотруднику в два раза, то вскоре ему будет казаться, что доход недостаточен.

Поэтому для того, чтобы стимулировать эффективность работы и повышать коэффициент полезной деятельности сотрудников и предприятия, работодатели должны применять изоцированные системы мотивации для персонала. Но нужно не забывать, что мотивация должна быть справедлива, понятна сотруднику и принуждать его эффективнее трудиться для получения большего дохода и развития.

В большинстве компаний система мотивации направлена в первую очередь на мотивирование руководителей высшего и среднего звена и завязана в первую очередь на выполнении глобальных целевых показателей, рядовой персонал и начинающих специалистов мало кто задумается, что не верно и не дальновидно.

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что в основе построения системы вознаграждения персонала должен лежать принцип справедливости:

- заработная плата сотрудника должна быть сопоставима с уровнем оплаты на рынке за аналогичную работу (внешняя справедливость);

- заработная плата сотрудника внутри компании должна стать критерием его значимости и встроена в единые правила соотношения уровня оплаты между должностями (внутренняя справедливость).

Реализация данных принципов на практике достигается посредством внедрения системы грейдирования. В то же время анализ практики внедрения данной системы позволил выявить следующие ее преимущества:

- данная система позволяет гибко управлять фондом оплаты труда;
- повышает производительность труда персонала в среднем на 5–10%;
- исключает дисбаланс и субъективизм при расчете заработной платы у сотрудников, относящихся к одной и той же должности;
- является удобным инструментом для определения базового оклада при привлечении новых сотрудников;
- позволяет быстро провести мониторинг средней заработной платы со среднерыночным уровнем в разрезе конкретных должностей;

При внедрении грейдирования должны быть учтены следующие требования и правила:

- в определение грейдов и сам процесс должно быть привлечено высшее руководство компании, в противном случае данная система будет восприниматься персоналом как навязанная и малоосмысленная;
- в основе системы грейдов должны лежать четкие критерии оценки должностей;
- согласование грейдов должно идти по «каскадному» типу;
- обязательным условием разработки системы вознаграждения должна стать привязка мотивационной к системе грейдирования;
- система грейдирования должна оцениваться с точки зрения результативности. Результаты такой оценки должны лежать в основе ее корректировки и актуализации.

Для того, чтобы система материального стимулирования выполняла свою основную мотивирующую функцию она должна четко задавать вектор приложения усилия работников, а именно: быть непосредственно привязанной к результатам работы через каскадирование целей компании на уровень конкретных целей и показателей работы каждого сотрудника. Эти индивидуальные цели и показатели (КПЭ) служат основой для премирования. Таким образом работа каждого обеспечивает достижение результатов (ценности) процессов.

Систему материального стимулирования работников необходимо дополнить системой нематериального стимулирования и непрямо́й денежной мотивации, выделяя эффективных и стремящихся к развитию сотрудников. Примером могут служить конкурс «лучший по профессии» с различными призами, конкурс «удобное рабочее место», когда сотрудники разрабатывают улучшения для себя и коллектива, поездки на выставки и т.д.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Арзамасцева Л.П.

Посохов Д.Е., Лобачева Е.С., Татаренко Е.В., Мартынов А.А., маг. 1 к.,
Вареников Ю.А., спец. 3 к., Калус Я.К., бак. 2 к.
Южный федеральный университет

Развитие HR–бренда ПАО КБ «Центр–инвест»

В условиях стремительного развития цифровых технологий и изменений на рынке труда, компании сталкиваются с новыми вызовами в управлении человеческими ресурсами. ПАО КБ «Центр–Инвест» активно адаптируется к этим изменениям, стремясь не только сохранить свою конкурентоспособность, но и укрепить свой HR–бренд. С учетом изменений на рынке труда, банки сталкиваются с проблемой привлечения молодежи. Молодые специалисты часто выбирают компании, которые предлагают не только конкурентоспособные условия труда, но и возможности для профессионального роста и развития. В этом контексте важно создать привлекательный HR–бренд, который будет отражать ценности и культуру организации.

Современный рынок труда претерпевает изменения, все больше студентов хотят устроиться в крупную компанию, но это далеко не все факторы, которые важны для выпускников ВУЗов, рассмотрим подробнее данные факторы на рисунке 1.



Рис. 1. Факторы выбора места трудоустройства среди выпускников

Как видно из приведенного выше распределения, очень много студентов хотят быть лидером, эмоциональную свободу и ментальное удовлетворение собой. Амбассадорская программа от компании может послужить стимулом, причиной развития и закрытием описанных выше желаний. Также, социальные сети прочно вошли в нашу жизнь, и наши решения все

чаще основываются на рекомендациях друзей и знакомых. Банки это прекрасно понимают и активно используют студенческое амбассадорство для продвижения своих услуг. Студенческое амбассадорство – это мощный инструмент маркетинга, позволяющий банкам не только повысить узнаваемость бренда среди молодежи, но и сформировать лояльность к своим продуктам и услугам, об этом заявляет то, что уже многие компании продлевают программы и открывают новые программы набора.

Для демонстрации функционала и смысла амбассадорских программ для студентов рассмотрим два бизнеса, которые предоставляют услуги в банковском секторе, – Сбер и Альфа–банк. (Таблица 1).

Таблица 1. Анализ эффективных практик амбассадорства в банковской сфере

Сбер	Альфа–банк
Посты о компании в соц. сетях ВУЗов	Прохождение профильного обучения от специалистов банка
Выплаты по 5 000 рублей ежемесячно	Имеется возможность попасть в штат после завершения программы
Отбор кандидатов в амбассадоры из узкого круга городов РФ	Отбор кандидатов в амбассадоры из узкого круга городов РФ
Участие в мероприятиях компании	Приглашение на внутренние мероприятия Альфа–банка
Обучение амбассадоров	Помощь в организации мероприятий и проектов Альфа–банка

На основе данного анализа можно сделать вывод, что каждая из программ несет в себе обучающую часть и знакомство с командой бизнеса. Также, большинство банков используют социальные сети, мессенджеры и другие цифровые каналы для взаимодействия с амбассадорами и продвижения своих продуктов, амбассадоры участвуют как в онлайн–проектах (создание контента, участие в вебинарах), так и в офлайн–мероприятиях (презентации, выставки) и банки предлагают различные виды мотивации, включая денежное вознаграждение, мерч, эксклюзивные предложения и возможности карьерного роста.

Таким образом, амбассадорство – это новый тренд в HR–брендинге, который планируется к внедрению в ПАО КБ «Центр–инвест». Банк будет привлекать студентов и молодых специалистов в качестве амбассадоров бренда, которые смогут продвигать организацию среди своих сверстников. Такие инициативы способствуют созданию позитивного имиджа работодателя и увеличивают интерес к работе в банке, а также развивают лидерские качества и soft–skills ее участников.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Маличенко И.П.

Рамазян М.Х., маг. 1 к.
Южный федеральный университет

Технологии и управление человеческими ресурсами в домохозяйствах

В современном мире технологии проникают во все сферы нашей жизни, и управление домохозяйством не является исключением. Так, в условиях постоянно возрастающего темпа жизни и числа обязательств, многие семьи сталкиваются с проблемами организации своего времени, финансов и домашних обязанностей. На помощь приходят мобильные приложения и различные «умные» технологии, которые позволяют оцифровать рутинные задачи и способствуют более эффективному управлению домохозяйством.

Современные технологии предоставляют множество возможностей для оптимизации привычных процессов и пользуются спросом, среди домохозяйств, рассмотрим на рисунке 1.

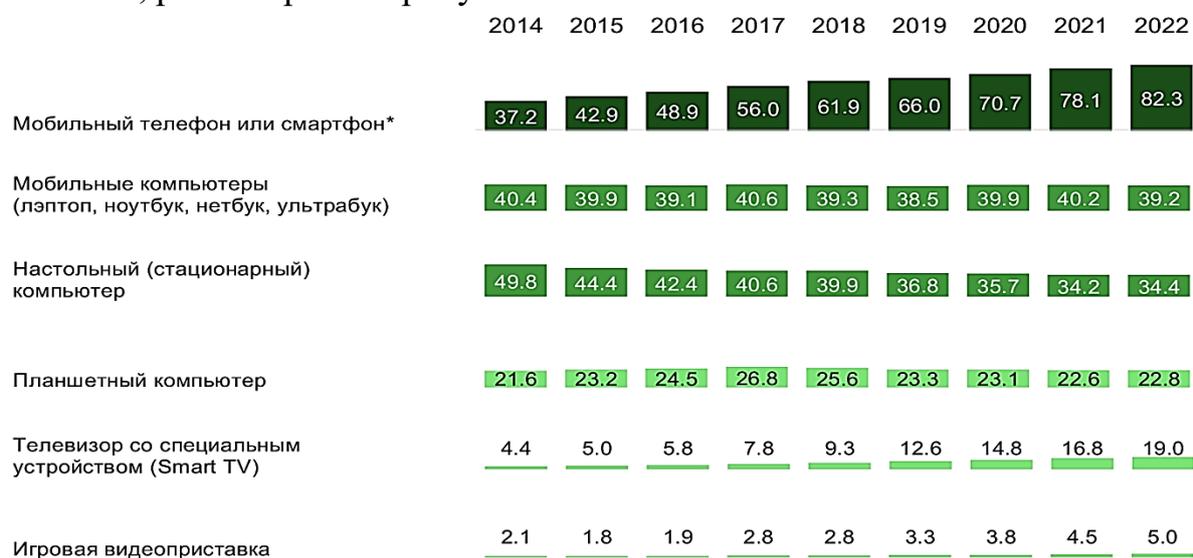


Рис. 1 – Использование устройств для выхода в интернет из дома (% от общей численности домохозяйств)

Так, с 2014 по 2022 года, по данным ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, доля российских домохозяйств, использующих смартфон для выхода в интернет увеличилась на 45,1%. При этом, исходя из данных Министерства цифрового развития, на начало 2024 года около 86,5% домохозяйств имели широкополосный доступ к интернету, что позволяет семьям пользоваться различными приложениями по управлению домохозяйством. При этом стоит заметить, что популярность таких технологий, как «умный» телевизор или колонка с голосовым помощником с внедренным искусственным интеллектом продолжает расти.

Домохозяйства, как правило, представлены группой людей, проживающих вместе и объединенных родственными связями. Одной из наиболее распространенных проблем в домохозяйствах является распределение обя-

занностей между членами семьи, для того, чтобы все быстрее запомнили задачи на день, можно использовать привычный всем планер, однако, на данный момент существует множество онлайн-досок, где можно работать совместно, в любое время и из разных мест, отмечая предстоящие или выполненные задачи (пример: Miro или Holst).

Организация быта домохозяйств занимает большое количество времени, а так как это самый ограниченный ресурс его необходимо использовать рационально, в чем и смогут помочь приложения тайм-менеджмента. Чтобы выбрать наиболее подходящее из множества предложенных на рынке приложений необходимо определить сферы жизни, подлежащие контролю, техники фиксации задач, а также девайс, на котором будет установлено приложение. Так, приложения для планирования, такие как Google Календарь или Todoist, позволяют создавать совместные расписания, где каждый член домохозяйства сможет добавить свои задачи и время на их реализацию. Кроме того, приложения для напоминаний, например, Any.do или Microsoft To Do, помогают не забывать о важных делах. С помощью подобных инструментов домохозяйства могут более эффективно распределять время и избегать возможных конфликтов.

Как известно, одним из самых распространенных методов формирования семейного бюджета является метод – 50% на потребности, 30% на желания и 20% на сбережения. Задача, связанная с распределением бюджета также может быть облегчена с помощью технологий, например, такие приложения как CoinKeeper, Money Lover или Monefy разработаны для контроля как личного, так и семейного бюджета, с их помощью можно следить за доходами и расходами домохозяйства, планировать покупки, устанавливать еженедельные или ежемесячные лимиты, что позволяет провести анализ своих трат и планировать бюджет на будущее. Кроме того, сейчас многие банки в рамках цифровизации совершенствуют свои мобильные приложения, в которых появляются функции управления счетами и автоматического анализа операций, что также помогает контролировать финансы и находить возможности для экономии.

Таким образом, подходы к управлению ресурсами домашних хозяйств в условиях цифровизации также подвержены внедрению технологий. Мобильные приложения и «умные» устройства помогают семьям организовать свое время, контролировать бюджет и распределять обязанности более эффективно и рационально. Внедрение современных решений в повседневную практику, способствует значительной оптимизации рутинных задач домохозяйств и повышению качества взаимодействия между их членами.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Скачкова Л.С.

Семячкин А.А., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Корпоративная культура как инструмент повышения имиджа организации

На сегодняшний день экономическая ситуация и трансформационные процессы, происходящие в рыночной среде, заставляют современные организации быть более гибкими и адаптивными под изменяющиеся условия, чтобы сохранить конкурентоспособность. Главным конкурентным преимуществом сегодня выступает корпоративный имидж компании, оказывающий влияние на стабильность организации на рынке, укрепляет партнерские отношения с клиентами, привлекает талантливых специалистов для работы в компании. Одним из ключевых элементов любой организации является корпоративная культура, именно она поддерживает имидж и бренд компании. Культура компании выступает фактором, влияющим на ее узнаваемость и формирующим определенную репутацию на рынке.

Под корпоративной культурой понимается набор конкретных правил, норм, традиций или установок, которые оказывают влияние на организацию, формируют отношения как с действующими сотрудниками, так и с внешними подрядчиками или клиентами компании. Важным аспектом любой корпоративной культуры являются ценности организации, разделяемые каждым сотрудником. Стоит отметить, что за формирование и развитие корпоративной культуры ответственность лежит на директоре организации, а соблюдение и поддержание корпоративной культуры, в свою очередь, распространяется на всех сотрудников организации. К основным элементам корпоративной культуры можно отнести: миссию, цели, стратегию, нормы поведения, ценности, организацию внутренних коммуникаций, атрибуты, символы и пр. Корпоративную культуру, с одной стороны, можно рассмотреть как стратегический ресурс, оказывающий влияние на процессы в организации, с другой стороны – как практический инструмент, который можно использовать для реализации определенных целей и задачи, стоящих перед руководством компании.

В рабочей деятельности корпоративная культура выступает ориентиром для сотрудников. Благодаря действующим нормам, традициям и установкам, работники организации определяют свое поведение при выполнении трудовых обязанностей. При разделении ценностей культуры компании сотрудники принимают на себя ответственность за их исполнение как в профессиональном, так и в личностном аспектах.

В существующей модели Д. Денисона рассматриваются четыре основных особенности корпоративной культуры: адаптивность, миссия, согласованность и вовлеченность. Под адаптивностью следует понимать клиентоориентированность, способность быть мобильным и готовым к обучению.

Организации, которые готовы использовать новые формы поведения, подстраивать свои бизнес–процессы под изменения внешней среды, добиваются успеха быстрее и эффективнее, чем компании–конкуренты.

Миссия – это ключевое предназначение компании, содержащее в себе цели, стратегии, видение будущего.

Согласованность – это ключевой аспект интеграции и координации, включающий в себя ценности, согласие и миссию организации.

Вовлеченность можно охарактеризовать как чувства приверженности, ответственности и лояльности сотрудников к организации.

Формирование и развитие корпоративной культуры имеет в современных условиях принципиальное значение, так как позволяет формировать внешний и внутренний имидж компании как работодателя, что дает возможность привлекать в организацию только тех сотрудников, которые разделяют ее нормы и ценности. Сформированный корпоративный имидж позволяет сотрудникам обрести уверенность, гордость за организацию, в которой они работают, а руководству, опираясь на организационные нормы и ценности, эффективно управлять компанией и работниками.

Корпоративный имидж является показателем всех изменений, происходящих в организации, сложившейся системы корпоративных отношений в компании. Поэтому важно анализировать характеристики имиджа, такие как: содержание имиджа, включающего в себя имидж организации, имидж руководителя, имидж команды, имидж идеи, имидж проекта, направленность проявления, которая включает в себя сформированное впечатление персонала о менеджменте организации и особенностях деловых отношений, а также впечатлении потребителей, бизнес–партнеров, СМИ и других субъектов деловых отношений, эмоциональный окрас, отражающий эмоциональный фон в организации, состояние психологического климата, бифуркационные точки, способствующие выявлению качественных изменений в корпоративных параметрах управления, целенаправленность, позволяющая выявить особенность системы корпоративного управления.

Следует заметить, что характеристики имиджа следует дополнять, постоянно анализировать в связи с изменяющимися условиями рынка и экономической ситуации. Управление корпоративным имиджем организации в современных условиях – сложный и достаточно трудоемкий процесс, в основе которого должна быть активизирована деятельность по управлению персоналом.

В заключение можно сделать вывод, что корпоративная культура – важное условие процветания организации. Она напрямую влияет на имидж, вовлеченность команды и экономические показатели. Грамотно разработанная корпоративная культура помогает руководству привлекать и удерживать таланты, способствует инновациям и творчеству, задает вектор при общении сотрудников друг с другом, клиентами и партнерами.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ярышина В.Н.

Сидибе Ю.Д., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Эффективный менеджмент организационной культуры – путь к успеху современной компании

За последние несколько лет вопросы развития организационной культуры, особенно в крупных компаниях, привлекают все большее внимание как теоретиков, так и практиков менеджмента. Понимание растущей значимости влияния определенной совокупности моделей поведения, существующих внутри конкретной организации, на продуктивность работы сотрудников и эффективность деятельности компании в целом заставляет руководителей уделять ей особенное внимание и регулярно предпринимать попытки к её совершенствованию (Грошев И.В. Организационная культура: Учеб. пособие для студентов вузов, 2017).

По мнению американского профессора Э. Х. Шейна, много лет занимающегося исследованием проблем организационной культуры, основная причина возрастания интереса к данной теме заключается в том, что приведенная концепция в наше время в значительной мере позволяет руководящему звену понять процессы, происходящие в рамках определенной компании, и повысить за счет этого результативность и качество работы всего коллектива.

Организационная культура – это совокупность норм, ценностей, убеждений и поведенческих стандартов, присущих компании и влияющих на все аспекты её деятельности. Она формирует то, как сотрудники взаимодействуют друг с другом и с внешней средой, влияет на их мотивацию, лояльность и продуктивность. В условиях высококонкурентной среды управление культурой организации становится одним из ключевых факторов её устойчивости и успеха. Менеджмент организационной культурой представляет собой процесс целенаправленного формирования и поддержки желаемых ценностей и норм поведения.

Ключевыми направлениями менеджмента организационной культуры можно считать следующие:

– Развитие ценностей, миссии и видения. Основой для создания культуры является четко определенная миссия компании, её ценности и видение будущего. Миссия должна быть близка каждому сотруднику, чтобы сформировать чувство причастности и единства. Руководство должно не только декларировать ценности, но и демонстрировать их в своей повседневной деятельности.

– Формирование здорового и благоприятного организационного климата. Ключевым элементом управления культурой является создание доброжелательного климата в коллективе. Руководство может способство-

вать созданию такого климата, внедряя практики, направленные на взаимодействие, обмен мнениями и поддержание здоровой атмосферы, где каждый сотрудник чувствует себя ценным и значимым элементом системы.

– Стратегии управления культурой. Разработка стратегий для поддержания желаемой культуры помогает удерживать организацию в рамках выбранного пути развития. К таким стратегиям относятся адаптация новых сотрудников к ценностям компании, создание условий для раскрытия их потенциала и предоставление возможностей для профессионального роста.

Для построения современной высокоэффективной системы менеджмента культуры на предприятии необходимо внедрять следующие практические методы и инструменты:

– Обучение и развитие персонала. Важным инструментом поддержания организационной культуры является обучение сотрудников и их профессиональное развитие. Курсы, тренинги, мастер–классы и семинары помогают сотрудникам понять принципы работы компании, её ценности и цели, а также развить необходимые навыки для реализации этих целей.

– Программы наставничества и обратной связи. Поддержка новичков через программы наставничества позволяет ускорить их адаптацию к культуре компании. Наставники передают знания, помогают новым сотрудникам усвоить нормы и ценности компании, что способствует формированию позитивного отношения к организации. Обратная связь также играет важную роль, так как помогает сотрудникам понять свои сильные и слабые стороны, осознанно стремиться к улучшению последних.

– Система поощрений и мотивация. Нематериальные поощрения – такие как признание достижений, а также материальные – премии и бонусы – помогают поддерживать вовлеченность сотрудников и укреплять приверженность корпоративным ценностям. Регулярное поощрение сотрудников способствует формированию атмосферы доверия и повышает их заинтересованность в достижении общих целей.

В целом, менеджмент организационной культуры – это сложный, но крайне важный процесс, который позволяет компании сформировать эффективный коллектив, направленный на достижение высоких результатов.

В нынешних условиях быстро меняющейся внешней среды организациям крайне необходима культура, готовая принимать нововведения современной экономики и формировать новое деловое поведение. Реализация всех трансформационных идей может потребовать значительных усилий, однако при правильном определении зон развития оргкультуры и следовании четкому плану ее преобразования намеченные цели будут достигнуты.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Родин О.А.

Смородина М.А., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Корпоративная социальная ответственность как условие развития организации

В последние десятилетия концепция корпоративной социальной ответственности (КСО) приобрела особую значимость в сфере управления предприятиями. Согласно исследованию компании Nielsen, проведенному в 2015 году, 66% потребителей по всему миру готовы платить больше за продукцию компаний, демонстрирующих приверженность социальным и экологическим инициативам. Это свидетельствует о том, что современное общество ожидает от бизнеса не только качественных товаров и услуг, но и активного участия в решении социальных и экологических проблем.

В 2017 году Reputation Institute опубликовал рейтинг компаний с наилучшей репутацией в области КСО, где лидирующие позиции заняли такие гиганты, как Lego, Microsoft и Google. Эти компании не только внедряют инновационные продукты, но и активно инвестируют в социальные проекты, что положительно сказывается на их имидже и финансовых показателях.

В Казахстане также наблюдается рост интереса к КСО. Например, компания Kcell, один из ведущих операторов мобильной связи, на протяжении более 10 лет является генеральным партнером Ассоциации Специальной Олимпиады Казахстана, ежегодно спонсируя спортивно-оздоровительный лагерь для детей с интеллектуальными нарушениями. Такие инициативы способствуют укреплению доверия общества к бизнесу и повышению его конкурентоспособности.

КСО стала неотъемлемой частью стратегического управления современными организациями, отражая их стремление к устойчивому развитию и гармоничному взаимодействию с обществом. Основные принципы КСО включают этическое ведение бизнеса, прозрачность, учет интересов всех заинтересованных сторон и стремление к минимизации негативного воздействия на окружающую среду. Эти принципы находят свое воплощение в различных направлениях деятельности компаний, таких как экологические инициативы, социальные проекты, улучшение условий труда и участие в развитии местных сообществ.

Влияние КСО на репутацию компании трудно переоценить. Например, в 2019 году компания Patagonia, известная своими экологическими инициативами, отказалась от налоговых льгот в размере 10 миллионов долларов, направив эти средства на борьбу с изменением климата. Этот шаг не только укрепил ее репутацию среди потребителей, но и привлек внимание инвесторов, заинтересованных в устойчивом развитии.

Согласно исследованию Cone Communications, проведенному в 2017 году, 87% потребителей заявили, что приобретут продукт компании, поддерживающей социальные или экологические инициативы.

Финансовые результаты также могут улучшаться благодаря внедрению КСО. Исследование Harvard Business School, опубликованное в 2015 году, показало, что компании с высокими показателями в области экологической, социальной и управленческой ответственности (ESG) демонстрируют более высокую доходность и стабильность на рынке. Кроме того, такие компании менее подвержены рискам, связанным с репутационными потерями или юридическими санкциями.

Лояльность сотрудников является еще одним важным аспектом, на который влияет КСО. Компании, активно участвующие в социальных и экологических инициативах, создают более привлекательную рабочую среду, что способствует удержанию талантливых специалистов. Согласно отчету Deloitte за 2018 год, 70% миллениалов считают, что приверженность компании к социальным и экологическим вопросам влияет на их выбор места работы.

Внедрение корпоративной социальной ответственности (КСО) в деятельность организаций сталкивается с рядом значительных препятствий. Одним из ключевых барьеров является ограниченность финансовых ресурсов, особенно в малом и среднем бизнесе, где приоритет отдается оперативным задачам, а инвестиции в социальные проекты воспринимаются как второстепенные.

Кроме того, отсутствие четкого понимания и осведомленности о преимуществах КСО среди руководства и сотрудников приводит к недостаточной мотивации для реализации таких инициатив.

В 2023 году исследование Ассоциации менеджеров показало, что 70% предпринимателей убеждены в необходимости участия бизнеса в решении социальных проблем, однако лишь 30% из них активно внедряют КСО–практики.

Еще одной преградой является отсутствие единого стандарта отчетности и оценки эффективности КСО, что затрудняет измерение результатов и сравнение показателей между компаниями. В 2024 году Европейский Союз принял Директиву о корпоративной устойчивой должной осмотрительности (Corporate Sustainability Due Diligence Directive), направленную на установление общих требований к корпоративной ответственности, однако ее внедрение требует времени и адаптации со стороны бизнеса.

Несмотря на существующие трудности, перспективы развития КСО обнадеживают.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Щукин О.С.

Тарасов В.Н., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Мотивации труда как фактор активизации трудового поведения

Мотивация – сложное, многомерное явление (от латинского «factor», что означает «делать» или «производить»), которое всегда играет важную роль в достижении различных целей. В сфере труда мотивация является важным способом повышения эффективности работы сотрудников, что, в свою очередь, приводит к росту производительности и эффективности труда.

Под экономической эффективностью трудовой деятельности понимается оптимальное и рациональное использование различных ресурсов, таких как трудовые, финансовые, материальные, научно–технические и информационные, для достижения наилучших результатов. В данном контексте затраты этих ресурсов измеряются полученными результатами, которые обычно выражаются в денежном эквиваленте. Это создает возможности для сравнения эффективности различных отраслей и производств. Социально–экономическая эффективность оценивается с точки зрения влияния различных факторов на развитие индивидуальных качеств работников, профессиональное самовыражение, стимулирование творческой деятельности, улучшение условий жизни.

Наиболее часто используемым показателем эффективности выступает производительность труда, измеряемая объемом продукции, выпускаемой одним работником или в единицу времени (час, месяц, год).

В экономической науке факторы повышения производительности и эффективности труда принято объединять в следующие три группы:

- технико–технологические (повышение технико–технологического уровня вооруженности труда);
- организационно – структурные (изменение объемов и структуры производства, совершенствование организации производства, труда и управления);
- социально–экономические и психологические (совершенствование экономических методов управления хозяйственной и трудовой деятельностью, мотивации труда, отношения к труду и трудовой дисциплины, уровня профессионально–квалификационной подготовки персонала, развитие корпоративной культуры).

Видно, что мотивация труда входит в третью группу как один из наиболее распространенных и эффективных факторов производительности. В этом контексте исследователи подчеркивают, что мотивационные факторы имеют два аспекта. С одной стороны, как уже упоминалось ранее, мотивация является стимулом для самого себя и окружающих к действиям, направленным на достижение намеченной цели. С другой стороны, она представляет

собой «процесс осознанного выбора определенного типа поведения, который формируется под воздействием сочетания внешних стимулов и внутренних мотивов». Это взаимодействие факторов подчеркивает, насколько важно учесть как внутренние побуждения, так и внешние обстоятельства, способствующие формированию решений и действий человека в различных ситуациях. Таким образом, понимание мотивации как двухстороннего процесса помогает глубже анализировать, как можно повысить эффективность труда и достичь поставленных задач. Совершенствование мотивации труда – это еще и корректировка трудового поведения работника в нужную сторону.

Трудовое поведение представляет собой сознательно регулируемый комплекс действий и поступков работника, осуществляемых в ходе трудовой деятельности. Это процесс самонастройки и саморегуляции, который может, а во многих случаях и должен регулироваться извне, со стороны. Настройка поведения направляется, во-первых, на согласование материальных, профессиональных и др. возможностей и интересов самого работника и трудового коллектива, во-вторых, на обеспечение соответствия этих возможностей и интересов требованиям и установкам производственного процесса в организации, где работник трудится. Корректировка трудового поведения необходима в тех случаях, когда такого согласования нет или оно недостаточно.

Трудовое поведение может быть различным – активным и пассивным, ориентированным на личные интересы и учитывающим интересы организации, носить конструктивный или деструктивный характер и т.п. Существует определенная типология трудового поведения, в основе которой лежат выявленные специалистами поведенческие схемы и стереотипы (стандартное и нестандартное поведение).

Мотивация не сводится только к стимулированию, поскольку оно: а) ориентировано на краткосрочные экономические цели, на достижение определенного результата за установленный период; б) не охватывает все возможные методы мотивации сотрудников. Такой подход не обеспечивает заинтересованности работников в постоянном повышении квалификации, развитии личностных качеств, в самосовершенствовании и достижении стратегических целей компании, рассчитанных на длительный временной период.

Практика демонстрирует, что никакая организация не в состоянии достичь успешных результатов без того, чтобы её сотрудники были привязаны к целям, миссии и основным принципам компании, а также без их полной вовлеченности в рабочие процессы. Полная самоотдача персонала становится ключевым элементом, определяющим весь фокус и эффективность совместной деятельности, что в итоге сказывается на общих успехах предприятия.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Колесникова О.А.

Тарасова Ю.А., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Система мотивации в международных компаниях

В условиях глобализации, цифровизации и высокой конкуренции, стимуляция сотрудников становится ключевым аспектом управления, позволяя раскрыть потенциал работников и команд. Важность мотивации возрастает, так как успех организаций зависит от вовлеченности сотрудников. Работа анализирует систему мотивации в международных компаниях "Huawei" и "Haier", исследуя, как они адаптируют подходы к мотивации в условиях глобализации и культурного многообразия, акцентируя внимание на финансовых и нематериальных стимулах, карьерном росте, корпоративной культуре и влиянии технологий.

Рассмотрим системы мотивации в китайских компаниях "Huawei Technologies" и "Haier". Эти транснациональные корпорации являются крупными производителями телекоммуникационного оборудования и бытовой техники. "Huawei" использует управленческие модели, включающие делегирование полномочий, коллективную ответственность и командный подход, что способствует эффективному взаимодействию и быстрой адаптации к рыночным изменениям. Влияние конфуцианства, с его принципами почтения, коллективизма и трудолюбия, формирует гармоничную рабочую среду. Компания также акцентирует внимание на непрерывном образовании, предлагая сотрудникам возможности для приобретения новых навыков. Принцип регулярного перемещения работников между подразделениями развивает креативное мышление и обмен опытом, повышая квалификацию и производительность.

В соответствии с исследованием, проведенным Мин Чжан и Мин Ли «Анализ модели управления человеческими ресурсами компании Huawei с использованием беспроводной сетевой связи и алгоритмов ассоциативных правил», результаты, представленные в таблицах «Удовлетворенность сотрудников Huawei материальной системой вознаграждения и распределением бонусов» и «Удовлетворенность сотрудников Huawei возможностью непрерывного обучения и общественным признанием внутри компании», свидетельствуют о том, что 79% сотрудников выражают удовлетворение своей заработной платой, подчеркивая высокую эффективность системы поощрений и ее соответствие современным требованиям.

Однако 47% работников недовольны действующей бонусной системой, указывая, что нестратифицированное распределение вознаграждений отрицательно сказывается на их мотивации и лояльности к организации. С другой стороны, 96% сотрудников довольны возможностями непрерывного образования, но 32% из них выражают недовольство уровнем общественного признания, отмечая значительное давление и конкуренцию внутри

компании. Анализ параметра «Удовлетворенность сотрудников компании Huawei моделью управления человеческими ресурсами и стратегическим планированием» показывает, что 85% сотрудников довольны работой в компании.

Однако общая удовлетворенность планированием человеческих ресурсов составляет лишь 59%, а 41% работников недовольны. Сотрудники отмечают удовлетворенность системой карьерного роста и пакетом заработной платы, однако существуют проблемы с согласованностью управления персоналом и стратегией компании.

В целях оптимизации управления трудовыми ресурсами корпорация "Huawei" и компания "Haier" внедрили концепцию паевой собственности, предоставляя сотрудникам доли в капитале. Этот подход повышает мотивацию работников, однако, в "Haier" для поддержки внутренней мотивации потребовались дополнительные стимулы. Компания разработала программы, объединяющие интересы руководства и акционеров, что позволило сократить управленческие расходы и повысить активность. В результате появились новые изобретения, улучшилось качество и производительность труда. Исследования показали, что мотивация акционеров значительно повышает эффективность управления, усиливая интерес к деятельности менеджеров и увеличению доходов акционеров.

Система мотивации труда в "Haier" имеет недостатки, такие как отсутствие учета переработок при начислении премий, что снижает мотивацию и производительность, и использование повременной оплаты, несмотря на необходимость количественных результатов. Кроме того, руководящие должности занимают лица без соответствующего образования, а поиск временных сотрудников в пиковые периоды неэффективен. Отсутствие корректировки системы мотивации затрудняет повышение результативности. Однако "Haier" применяет принципы организационной саморегуляции, позволяя адаптировать подходы к управлению персоналом и внедрять новые формы морального и материального стимулирования.

Основная цель управления персоналом — максимально использовать личностный потенциал каждого работника. Мотивационная система должна обеспечивать высокий уровень оплаты труда, который будет непосредственно связан с результатами работы. Работники должны быть уверены в связи между материальным вознаграждением и производительностью. Эффективность мотивационных систем зависит от управления, но в последние годы предприятия начали разрабатывать собственные системы, соответствующие рыночным условиям для достижения своих целей и задач.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Беленова Н.Н.

Тевяшова Е.С., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Современные проблемы управления адаптацией в организации

Управление адаптацией в современной организации – это неотъемлемый процесс, который непосредственно влияет на сотрудников, а вследствие чего и на общую «производительность» компании. Быстро изменяющиеся условия труда, связанные с социально–экономической и политической средой, заставляют работодателей своевременно и качественно проводить адаптацию сотрудников. В современном мире плодотворное развитие организации невозможно без «умного» управления адаптацией.

Адаптация включает в себя не только введение новых сотрудников в курс дела, но и уделение внимания всем работающим сотрудникам для развития новых знаний и умений. Так, управление адаптацией позволяет:

- снизить текучесть кадров действующих сотрудников и вновь принятых;
- ускорить время «привыкания» работника к новым условиям труда;
- повысить лояльность сотрудников и их удовлетворенность условиями труда;
- получить эффективный труд сотрудников и повысить прибыль организации.

Современные проблемы управления адаптацией в организации весьма многообразны. Одна из основных проблем – отсутствие четко выстроенной системы адаптации. В современных компаниях часто отсутствует программа адаптации персонала, что приводит к замедлению некоторые процессы в организации. Так, если сотрудники тяжело понимают свои обязанности и корпоративную культуру организации в целом, это приведет к снижению психологического климата и производительности труда работников.

Для предотвращения негативных последствий компании необходимо создать структурированную программу адаптации, в которую будут входить все этапы решения проблем для сотрудников. Это поможет построить доверительные отношения между организацией и работниками, что повысит эффективность всех процессов.

К одной из важных проблем относится сопротивление изменениям со стороны работников и работодателя. Многие сотрудники воспринимают любые изменения как стресс, вследствие чего может снижаться работоспособность, пропадать интерес к работе, падать производительность и возникать мысль об увольнении. Для того, чтобы наладить организационные процессы для сотрудников, необходимо своевременно ставить их в известность об информации о введениях. Благодаря этому лояльность со стороны персонала будет расти, и микроклимат в коллективе будет улучшаться. Работодателям

же необходимо гибко двигаться в ногу со временем и принимать нововведения для положительной динамики компании.

Отсутствие обучения работников может затормаживать производственные процессы. В современном мире технологии шагнули вперед, так, автоматизация требует от сотрудников определенных знаний и навыков. Необходимо уделять внимание повышению квалификации работников, инвестировать материальные и временные ресурсы, это позволит быстро адаптироваться к изменениям и оставаться конкурентоспособным.

Удаленная работа – частое явление в наше время, но не всегда она оказывает эффективное воздействие на дела и задачи. Проблема заключается в том, что переход на удаленную работу затрудняет межличностные коммуникации в коллективе, тяжело отслеживать работу конкретного сотрудника, многие проблемы «остаются за кадром». В таких условиях руководителям необходимо поддерживать связь с сотрудниками – устраивать онлайн и офлайн встречи для лучшей производительности труда.

Проблема неэффективной коммуникации в компании нарушает внутренние связи в коллективе, вследствие чего возникают сложности в эффективной и продуктивной работе персонала.

Отсутствие общения сотрудников, взаимопомощи и помощи в адаптации новичков может привести к проблемам с внедрением слаженной программы управления адаптацией в организации. Чтобы наладить общение в коллективе, руководителям необходимо назначать тренинги работникам, устраивать тимбилдинг и корпоративы.

Примером проблемы управления адаптации в организации могут стать времена пандемии COVID–19, когда многие организации столкнулись с переходом на удаленный режим работы. Большинство организаций из-за страха перемен, проблем с внутренними коммуникациями, отсутствия знаний в области удаленной работы потерпели большие убытки. Правильно построенная система управления адаптацией помогла бы компаниям справиться со сложившимися проблемами, поддержать корпоративный дух и обеспечить продуктивную бесперебойную работу.

Внимание к проблемам управления адаптацией связано с большими изменениями на рынке труда. Современные проблемы заключаются в большой текучести квалифицированных кадров и их отток за границу.

Многие компании тратят большие ресурсы на привлечение новых сотрудников, но при этом лишаются большей части из-за отсутствия регламентированной и качественной программы адаптации. Именно грамотное управление адаптацией в организации способно улучшить ключевые показатели жизнедеятельности компании, что будет способствовать увеличению прибыли, улучшению имиджа и бренда (в том числе работодателя) и повышению корпоративной социальной ответственности.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Родин О.А.

Толмачев Д.В., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Организационная культура как элемент совершенствования социально–трудовых отношений

Важным средством повышения мотивации персонала и укрепления конкурентных позиций на рынке выступает совершенствование организационной культуры предприятия. Грамотно построенная организационная культура способствует более полноценному использованию трудового потенциала работников организации, а, значит, существенно влияет на успешность функционирования компании. Сформированная организационная культура влияет не только на общую атмосферу, но и на взаимодействие сотрудников друг с другом.

Не прекращающиеся преобразования во всех сферах жизни общества, рост спроса на высококвалифицированных работников, стремительное развитие гибких форм занятости, дефицит рабочей силы на рынке труда России приводят к завышенным требованиям сотрудников к условиям труда, что неизменно должно отражаться на используемых методах управления персоналом и формирования организационной культуры, их совершенствовании.

В связи с этим важным инструментом адаптации организаций к постоянным изменениям может выступить трансформация организационной культуры: организации должны менять свои стратегии управления и искать инновационные решения.

В широком смысле организационная культура — это социальная и профессиональная среда, в которой сотрудники вырабатывают общие взгляды, установки и модели поведения, формируют разделяемые всеми ценности, нормы, правила и убеждения. Эмпирические исследования доказывают, что достаточное внимание компаний формированию организационной культуры, приводит к значительному повышению конкурентоспособности и общей эффективности. В современной динамичной рабочей среде интеграция культурных аспектов в управление персоналом для повышения эффективности сотрудников становится все более актуальной.

Основная цель организационной культуры — это повысить производительность и удовлетворенность сотрудников, помочь им удовлетворить свои потребности и ожидания. Формируя общие принципы, модели и ценности, организации создают систему, которая направляет поведение и мотивацию сотрудников. Сильная корпоративная культура выступает существенным мотиватором, способствующим удовлетворению разных социальных потребностей сотрудников и усиливающим вовлеченность в дела компании.

Ключевыми элементами организационной и корпоративной культуры выступают:

1. Символы, знаки, артефакты. Это определенные объекты или события, которые олицетворяют и передают основные ценности организации для сотрудников и внешних контрагентов.

2. Истории, мифы и легенды. Это рассказы о выдающихся поступках сотрудников, которые способствуют направить поведение людей в нужное русло. Эти поступки воплощают культуру организации и широко известны среди сотрудников.

3. Герои. Чаще всего это основатели компании или наиболее продвинувшиеся работники, которые принесли компании успех. Они выступают примером черт, достижений и ценностей корпоративной культуры, демонстрируют возможные образцы поведения.

4. Девизы, слоганы. Легко запоминаются, необходимы для передачи и закрепления основных ценностей корпоративной культуры.

5. Церемонии, ритуалы, обряды. Это установленные мероприятия, проводимые при определенных случаях с целью демонстрации и укрепления корпоративных ценностей. Они необходимы для закрепления желательных моделей поведения, разделения ценностей компании, способствовать сплоченности и формированию сильного корпоративного духа. Благодаря этим мероприятиям сотрудники активно участвуют в значимых для организации событиях.

Совершенствование подходов к управлению требует повышения инновационности системы мотивации сотрудников. Необходимо разработать такую систему, которая:

- согласовывается со стратегией компании, способствует достижению целей;
- является гибкой, используя широкий спектр разнообразных методов мотивации и стимулирования;
- адаптируется, подстраивается под меняющиеся условия внешней и внутренней среды;
- комплексно охватывает весь спектр элементов мотивации сотрудников;
- обеспечивает систематичность, координацию, интеграцию и разрешение конфликтов между различными системами мотивации.

С целью повышения эффективности управляющая команда должна учитывать как вопросы удовлетворения имеющихся и возникающих потребностей сотрудников, так и формирования и развития корпоративной философии и организационной культуры, которые выступают основополагающим мотивационным фактором. Такой комплексный подход позволяет объединять и использовать усилия каждого на достижение корпоративных целей.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Шкиренко Г.А.

Троицкий В.Г., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Классификация стратегий развития предприятия

В мировой экономике сейчас наблюдается высокая степень нестабильности. Однако нестабильность характеризуется не только возникающими для руководства предприятия проблемами, но и возможностями, исходящими из внешней среды. Воспользоваться которыми можно только на основе грамотной стратегии развития. В данной работе затронута проблема классификации стратегий развития предприятия.

Принципиально различаются два вида стратегий: реактивные и проактивные. Реактивные бизнес-стратегии направлены на реагирование на неожиданные изменения или события без дополнительных инициатив и реализацию стратегических планов для устойчивого роста. Основная цель любой реактивной бизнес-стратегии – возвращение к тому же положению вещей и способу работы, которые существовали до проблемного события. Для этого может потребоваться применение конкретных действий, например, сокращение рабочей нагрузки, закрытие определенных направлений деятельности, перенаправление затрат с одних статей на другие, поиск кредитов и внешнего финансирования – все это широко распространенные меры при таком положении дел. К видам реактивных стратегий относят стратегию реагирования на чрезвычайные ситуации, push-стратегию, агрессивную по своей природе стратегию, направленную на прямое и активное взаимодействие с существующими компаниями. Этот тип реактивной стратегии быстро применяется и вытесняет конкурентов с рынка. Обычно это делается с помощью демпинга – снижения цен целевой компании по сравнению с конкурентами). Pull-стратегия направлена на удовлетворение потребностей и предпочтений, которые могут измениться. Эта стратегия связана с проведением обширных исследований и направлена на повышение качества товаров или услуг.

Проактивная стратегия – это подход, который направлен на разрешение возможных будущих ситуаций и полное использование некоторых возможностей. Еще одной характеристикой этого типа стратегии является расходование разумного количества ресурсов для достижения бизнес-целей. Проактивные компании думают о перспективах развития внутри своей компании и за пределами рынка. Быть проактивной компанией означает быть сосредоточенной на росте. В то время как реактивные компании обычно почти все время сосредоточены на решении текущих проблем, у них очень часто нет времени на разработку планов роста. К видам проактивных стратегий относят работу с теми же товарами и услугами, но по разным каналам, работа с той же инфраструктурой, но с другими продуктами.

Говоря о стратегиях развития предприятия, следует отметить классификацию, разработанную российским экономистом О.С. Виханским. Он выделяет три группы стратегий: концентрированного роста, интегрированного роста, диверсифицированного роста. В первую группу попадают те стратегии, которые «связаны с изменением продукта и (или) рынка. В случае следования этим стратегиям фирма пытается улучшить свой продукт или начать производить новый, не меняя при этом отрасли». Он отмечает, что концентрированный рост возможен за счет «стратегии усиления позиции на рынке, при которой фирма делает все, чтобы с данным продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции; стратегии развития рынка, заключающейся в поиске новых рынков для уже производимого продукта; стратегии развития продукта, предполагающей решение задачи роста за счет производства нового продукта, который будет реализовываться на уже освоенном фирмой рынке». Данные группы стратегий становятся востребованными в связи с возможностью ухода ряда зарубежных компаний и освобождения соответствующей доли рынка.

Стратегии интегрированного роста продолжают оставаться востребованными крупными компаниями. О.С. Виханский выделяет здесь стратегию обратной вертикальной интеграции, которая «направлена на рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над поставщиками», а также стратегию вперед идущей вертикальной интеграции, которая «выражается в росте фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, а именно системами распределения и продажи». Реализация стратегии обратной вертикальной интеграции может дать фирме очень благоприятные результаты, связанные с тем, что уменьшится зависимость от колебания цен на комплектующие и запросов поставщиков. Более того, поставки как центр расходов для фирмы могут превратиться в случае обратной вертикальной интеграции в центр доходов. Вперед идущая интеграция выгодна, когда посреднические услуги очень расширяются или же когда фирма не может найти посредников с качественным уровнем работы.

К последней, третьей группе стратегий (диверсифицированного роста) автор относит стратегии, которые реализуются в том случае, когда фирма дальше не может развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли. Чаще всего используется стратегия централизованной диверсификации. Когда существующее производство остается в центре бизнеса, а новое возникает исходя из тех возможностей, которые заключены в освоенном рынке, используемой технологии либо же в других сильных сторонах функционирования фирмы.

Таким образом, данная классификация стратегий развития предприятия помогает предпринимателям выбирать нужную стратегию в зависимости от обстоятельств и целей развития.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Кравец М.А.

Турищев С.А., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Анализ особенностей цифровых платформ и экосистем для принятия управленческих решений менеджментом компании

В современном мире многие крупные компании стремятся создать экосистему для своих продуктов, и с течением времени эта тенденция будет только нарастать.

Для компаний, экосистема – это создание сетевого эффекта, позволяющего увеличивать ценность экосистемы по мере роста количества пользователей.

Ценность экосистемы за счёт интеграции разных бизнес моделей в одну платформу, которая может предложить клиентам набор различных товаров и услуг, что позволяет извлекать больше прибыли, оптимизировать операционные процессы, в том числе, финансовые и временные затраты.

Для дальнейшего анализа необходимо выделить ключевые особенности цифровых платформ и экосистем:

1) Сбор и анализ данных – компании собирают большие объемы данных. Это позволяет компаниям лучше понимать потребности клиентов, оптимизировать предложения, а также продавать данные пользователей другим компаниям.

2) Оптимизация процессов – цифровые платформы позволяют оптимизировать бизнес–процессы в организации, снижая материальные затраты, необходимость в человеческих ресурсах, а также затраты времени на взаимосвязь бизнес–процессов.

3) Интеграция бизнес–моделей – в сформированную экосистему проще внедрить новые источники монетизации, либо расширить имеющиеся. К примеру, ввести более дорогую подписку, которая расширит осязаемо предложение для пользователя.

4) Укрепление лояльности клиентов – благодаря удобству использования, широте предлагаемых товаров и взаимодействию с покупателями, пользователи обретают лояльность к товарной марке компании, что позволяет удерживать их и создавать долгосрочные отношения.

Помимо перечисленных особенностей, можно отметить, что экосистемы позволяют лучше понимать своего покупателя, благодаря тому, что можно комплексно отследить его предпочтения по всей предлагаемой продукции и на основе этого строить рекламные кампании, предлагать индивидуальные предложения и предугадывать действия пользователей, а значит продавать больше и лучше.

На основе этой информации можно определить стратегию работы менеджмента компании с имеющейся экосистемой, либо подготовить руководство к организации процесса внедрения и дальнейшего управления экосистемой:

1) Ввиду большой важности количества пользователей экосистемы, менеджмент должен принимать решения, которые будут позволять удерживать существующих пользователей, а также выстроить бренд компании так, чтобы старые пользователи привлекали новых.

2) Так как экосистема собирает большое количество данных о своих пользователях, менеджмент организации обязан грамотно понимать эти данные для создания стратегии продвижения, продаж и развития. Также необходимо отметить важность внедрения эффективных аналитических инструментов.

3) Если экосистема достаточно разрослась, менеджменту компании стоит заняться внедрением алгоритмов автоматизации для оптимизации операций, определения цен и персонализации предложений. Помимо этого, стоит рассмотреть внедрение инновационных технологий, например систему блокчейна или облачные вычисления, что позволит дополнительно оптимизировать процессы компании и снизить нагрузку на вычислительные мощности, что достаточно важно для технологичной структуры таких масштабов.

4) Важно ориентировать экосистему на пользователей, а значит управленцам необходимо принимать решения, основанные на глубоких анализах поведения потребителей, их желаниях и потребностях, чтобы обеспечивать наилучший пользовательский опыт.

5) На примере российских экосистем, мы уже видим, какое количество стейкхолдеров они имеют. Поэтому менеджменту необходимо учитывать возможные последствия своих решений и при этом регулировать конфликты интересов в команде, а именно минимизировать их и создавать сотрудничество, как с клиентами, так и с другим бизнесом. Это будет благотворно влиять на долгосрочное развитие компании и ее репутацию среди стейкхолдеров.

Экосистемы, как и цифровые платформы, могут вывести бизнес на новый уровень, упростить его управление, улучшить взаимодействие с клиентами и в целом принести большую пользу компании, но важно понимать, что создание подобных масштабов проекта, требует от менеджмента серьезной квалификации и опыта.

Резюмируя, управляющему составу компании, необходимо грамотно анализировать информацию, обладать визионерством и создавать эффективную и понятную стратегию организации и способность к адаптации в условиях динамичного мира или как говорил Сет Годин: «Лидеры создают будущее, а не просто реагируют на него» (Годин С., «Трибуна для всех», 2008).

Проще говоря, менеджменту нужно быть менеджментом.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Кравец М.А.

Хохлов П.А., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Управление проектами в распределенных командах: будущее индустрии

25 лет назад, в связи с массовым появлением доступа в Интернет по телефону, в России стало очевидно, что профессионал может создавать продукт или оказывать услугу удалённо.

В конце 60х годов управляющим проектами в фармацевтической и строительной индустриях США удалось создать свою профассоциацию – Институт Управления Проектами, чтобы дать определение управления проектами как профессии и разработки профстандартов.

В 1986 году был издан Стандарт управления проектами, а сама профессия стала называться Профессиял Управления Проектами.

Далее проходя через новые издания документа, ассоциация пришла к выводу, что управление проектами – это не вспомогательная функция нестандартного производства, а эффективное средство достижения организацией своих стратегических целей, и это одна из ключевых компетенцией организации, что отражено в редакции Стандарта от 2000 г.

Управление проектами есть применение знаний, умений, инструментов и технологий для выполнения проекта. Оно осуществляется проектной командой через процессы инициации, планирования, исполнения, контроля и завершения.

Проекты в отличии от операционной деятельности, временны и уникальны. А проектная деятельность включает в себя такие составляющие как: объем, сроки, затраты, риски, качество, все заинтересованные стороны с их потребностями, требованиями и ожиданиями, установленные требования.

Управление проектами в распределенных командах — это процесс планирования, организации, координации и контроля работы сотрудников, работающих удаленно.

В этой связи вспоминается деятельность ЦИТа (Центрального Института Труда), начавшего работу в 1921м году в Москве. При нем было организовано АО «Установка», занимавшееся внедрением новшеств на предприятиях СССР. По характеру деятельности его сравнивают с консалтинговой фирмой. Услуги АО быстро приобрели популярность. У института появились деньги, он отказался от госфинансирования. Свыше 20 тыс. инструкторов, организаторов производства были подготовлены в ЦИТ.

Передовые страны глобального Севера, пройдя путь эволюции от телеграфа к «Телеграмму», осознали важность информации. Поэтому несмотря на «аутсорсинг и аутстаффинг» ряда процессов и производств в страны юга, следы популярных ИТ-решений всё же ведут на Север.

Управление проектами в распределенных командах требует эффективную коммуникацию, четкие ожидания, правильный выбор инструментов и развитие общей корпоративной культуры.

Безусловно, выбор подходящего программного обеспечения для управления проектами (например, Trello, Asana, Jira, PPM Express, Teamwork, Pipedrive, Slack) критически важен для организации работы команды.

Эти инструменты позволяют отслеживать задачи, управлять сроками и обмениваться файлами. Они упрощают работу как команды проекта, так и проектного менеджера, который обычно отвечает за то, чтобы проект был готов и сдан в срок, команда сфокусирована, а заказчик доволен.

В этот же функционал входит как предпроектная, так и постпроектная работа: от оценки сроков и бюджета до получения обратной связи и документации.

Учитывая экономический потенциал, унаследованный Россией из прошлого (особенно XX века советской науки), нужно подчеркнуть важность для нас инструментария управления проектами в распределенных командах.

Техподрядчики услуг для удаленной работы команд в своей важности ничем не уступают подрядчикам, отвечающим за дороги, ж/д или авиасообщение.

В России с её расстояниями (и размеров зарубежного сообщества) качество работы этих подрядчиков в целях общекультурной связности и связности населённых пунктов обязано быть на высоте.

Кроме того, если говорить об экспорте в первую очередь услуг и сервисов экономики знаний на мировой рынок: качество доступа к таким предложениям из России должно находиться на высочайшем уровне, что предъявляет особые требования к каналам связи, ЦОДам и пользовательским ПК.

В страну надо массово привлекать продукты и представителей мирового движения разработчиков под программы с открытым кодом (запустить предложенный ранее Правительством собственный репозиторий такого ПО).

Для самой организации этой индустрии нужны как программные, так и аппаратные средства, плюс адаптация законодательства и примеров национальных стандартов управления проектами с ориентацией на мировой экспорт с упором на высокотехнологичные товары и услуги с крупной долей добавленной стоимости.

Успешная Россия будущего – это экономика, союзное объединение и ассоциируемые сообщества, управляемые проектами в распределенных командах. От этого фактора во многом зависит судьба проводимых в нашей стране масштабных и глубинных преобразований.

Научный руководитель – д.и.н., доц. Кирчанов М.В.

Чекмарева Э.Д., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Адаптация сотрудников в условиях удаленного формата работы

Адаптация сотрудников является одним из ключевых этапов управления персоналом компании. В современных условиях, с появлением перспективы найма высококвалифицированных сотрудников из любой точки мира, дистанционный формат работы стал распространенной практикой, а в организациях появилось новое направление – адаптация сотрудников в рамках удаленного формата работы. Эффективная адаптация не только помогает новым сотрудникам влиться в коллектив, но и способствует повышению производительности, мотивации труда и самореализации на новом рабочем месте.

Адаптация сотрудников в удаленном режиме работы включает в себя не только профессиональную, но и социальную составляющую. При сравнении методов, используемых при онлайн и оффлайн адаптации сотрудников важно учитывать, что вне зависимости от формата, в котором она проводится, сами цели адаптации остаются неизменными, поэтому и инструменты для онбординга удаленных сотрудников будут теми же, но с определенной спецификой.

Система адаптации для сотрудников, которые работают из офиса, несколько отличается от той, которая требуется для тех, кто находится в удаленном режиме работы. Вот ряд проблем, с которыми сталкиваются организации при найме новичка на дистанционный формат:

1) отсутствие прямого и быстрого контакта с коллективом. Когда сотрудник физически находится в офисе, то он оказывается рядом со всей командой. Решение проблем и получение ответов на вопросы различной сложности происходит оперативно и не требует дополнительных усилий. Когда же сотрудник работает в удаленном режиме, чтобы решить какую-либо ситуацию требуется писать сообщение, а ответ на него можно получить значительно позже. По этой причине новички принимают решение разбираться с возникшими ситуациями самостоятельно;

2) нехватка ясности в задачах. Сотрудник, оказываясь в новых условиях, не всегда может понять требования компании. Организация, в свою очередь, не всегда стремится к написанию подробных инструкций для новичков удаленного формата, не осознавая, что уровень стресса у них несколько выше, чем у людей, работающих в офисе. Отсюда вытекает проблема: сотрудник не осознает верную последовательность действий и может приступать сумбурно к выполнению своих задач;

3) сложность в выстраивании взаимоотношений с руководством. Отсутствие грамотного онбординга на начальных этапах, где у сотрудника и

руководителя возникают доверительные отношения, может привести к недопониманию, в следствие которого, сотрудник не сможет принести пользу компании. В офисе получить расположение человека и узнать его ценности гораздо проще, чем дистанционно.

Для успешной адаптации сотрудников в дистанционном формате организациям следует рассмотреть внедрение следующих практик:

1) структурированные программы вводного обучения. Создание платформы, которая содержит в себе онлайн пособие, видеоуроки, которые помогут новичку разобраться в особенностях работы в компании и технических средствах, используемых ей;

2) наставничество. Четко выстроенная система, в которой у каждого новичка есть свой наставник, помогает новым сотрудникам избежать трудностей с освоением рабочих задач. Наставник или «бадди» является проводником в рабочую систему определенной компании, что значительно упрощает работу с обеих сторон;

3) проведение офлайн мероприятий. Как ни крути, живое общение остается самым действенным способом адаптации персонала в компании, особенно неформальное. Даже в условиях удаленной работы, сотрудники будут рады получить приглашение на встречу. Проведение корпоративов, различных игр, тимбилдингов способствуют созданию дружеской атмосферы в коллективе;

4) грамотная обратная связь. Каждый сотрудник в начале своего пути на новом рабочем месте имеет значительное количество незакрытых вопросов. Организация виртуальных встреч на регулярной основе в формате «вопрос – ответ» поможет избежать накопившейся недосказанности, которая может привести к глобальным проблемам;

5) платформы для общения. Создание групп для неформального общения, каналов для быстрого обмена информацией, ботов – помощников на основе искусственного интеллекта помогут новым сотрудникам быстрее окунуться в рабочую атмосферу и завести новые знакомства.

Система адаптации для сотрудников дистанционного формата помогает повысить эффективность адаптационного периода для компании: высокие показатели в следствие эффективной работы нового персонала, предотвращение серьезных ошибок в рабочем процессе, снижение текучести кадров, быстрое освоение рабочего материала, интеграция в рабочий процесс компании.

Таким образом, адаптация сотрудников в удаленном формате работы является не менее важной частью успешного функционирования организации. Создание доступной среды для адаптантов, четко выстроенная система коммуникации с новичками, а также терпеливое отношение работников компании помогут выстроить сильную команду высококвалифицированных сотрудников из разных уголков мира и снизят текучесть кадров в компании.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Арзамасцева Л. П.

Чернышова А.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Роль уровней зрелости в самооценке организации

Современные изменения в экономике, которые происходят на уровне отдельных организаций, требуют от них непрерывного поиска не только новых, но и современных способов развития и совершенствования. Одним из главных путей, помогающим в этом предприятиям является самооценка организации. Она помогает организациям выявить слабые и сильные стороны, определить области, которые стоит улучшить, а также разработать план дальнейших действий для достижения поставленных целей.

Самооценка организации – это процесс, в ходе которого какая-либо организация анализирует свои результаты и достижения на период настоящего времени, используя определенные критерии и модели.

Любая компания, которая желает постоянно развиваться и совершенствоваться, должна регулярно проводить самооценку, так как это важный момент, способствующий повышению эффективности и конкурентоспособности этой компании.

Для того, чтобы организация смогла провести самооценку необходимо выявить ее уровень зрелости, так как он является одним из ключевых показателей эффективности компании. Показатель зрелости отражает то, насколько логично выстроены, управляемы, контролируемы и результативно выстроены процессы любой организации. Нельзя оставить без внимания то, что все эти качества предприятие приобретает в процессе своего развития.

Таким образом, уровень зрелости компании – это ступени развития какой-либо компании, которые отражают степень ее готовности к различным изменениям, способность адаптироваться к внешним условиям. Эти ступени определяются процессами, предсказуемостью результатов, рисками, методами управления, организационной структурой и т.п.

Всего существует пять уровней зрелости компании:

1. начальный;
2. повторяемый;
3. определенный;
4. управляемый;
5. улучшающийся.

Рассмотрим каждый из них подробнее.

На начальном уровне процессы нельзя предугадать, они являются практически неконтролируемыми. Что касается достижения результата, то компания их может достичь, но возможны различные риски, например, такие как просроченные дедлайны, некачественно выполненная работа или превышение бюджета. Также на этом этапе отсутствует четкое разделение

ролей, а то, что результат достигается, в большей степени, заслуга добросовестного руководства и отдельных исполнителей. На этом этапе реализует системный подход, но при этом он является неочевидным. Работа с клиентами неудовлетворительна.

Следующий, повторяемый, уровень характеризуется тем, что процессы в нем определяются в ходе исполнения проектов, а результаты достигаются ровно в срок, но возможны некоторые погрешности, например, работа может быть сделана некачественно и с превышением бюджета. Преимущественно используется корректирующий подход, процессный подход частично реализован. Данный этап отличается от предыдущего применением приобретенного опыта реализации подобных процессов на практике, поэтому на нем начинает выстраиваться логическая структура процессов.

На третьем, определенном, уровне, процессы определены на уровне всей организации, определяются заблаговременно и конструируются от самого начала до достижения результата. Что касается результата, то он достигается в срок и, что немало значимо, качественно, но может быть превышен бюджет. Очевидно внедрение процессного подхода с превентивным характером. Начиная с этого этапа, процесс становится окончательно сформировавшимся логически, а улучшения проводятся на систематической основе.

На измеряемом уровне процессы измеряются и контролируются, а также процессы разрабатываются «наоборот», то есть от ожидаемого результата к самому началу. Результат на данном этапе достигается в установленные сроки, с высоким качеством и в пределах бюджета. Однако риски, хоть и незначительные, всё же присутствуют. Установлен взаимосвязанный процессный подход и постоянный процесс улучшения.

Для последнего, оптимизируемого, уровня зрелости характерен фокус на совершенствование различных процессов. На этом уровне целевые показатели достигаются в установленные сроки, с высоким качеством, в рамках бюджета и с учетом долгосрочных стратегических аспектов, а также с лидирующими инновационными решениями на рынке. Вероятность возникновения рисков практически исключена.

Таким образом, определение уровня зрелости компании играет важную роль в самооценке организации, поскольку позволяет оценить степень практического применения современных методов управления и делового совершенства. Высокий уровень зрелости способствует повышению продуктивности деятельности, улучшению качества результатов и управлению стоимостью компании, а также является не просто показателем успеха, но и мощным катализатором для дальнейшего развития.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Щукин О.С.

Чиркова А.А., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Индивидуальное жилищное строительство: как ипотечное кредитование меняет правила игры

В современном мире под влиянием социальных, экономических, политических факторов происходят динамичные изменения в различных отраслях экономики РФ. Отрасль жилищного строительства также не стала исключением. За период с 2020 г. по 2023 г. в рамках данной отрасли наблюдается устойчивая тенденция к увеличению объемов ввода жилья в эксплуатацию, отобранная в таблице 1. Также в 2023 г. в анализируемой отрасли был достигнут новый максимум по показателю ввода жилья в эксплуатацию и составил 110,4 млн кв.м.

Таблица 1. Статистика ввода объектов жилищного строительства

Показатели	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год
Объем ввода объектов индивидуального жилищного строительства (ИЖС), млн кв. м.	39,80	49,10	57,20	58,70
Объем ввода многоквартирных домов (МКД), млн кв.м.	42,40	43,50	45,50	51,70

Важно отметить, что в отрасли жилищного строительства РФ также отображается тенденция устойчивого роста объемов ввода в эксплуатацию объектов индивидуального жилищного строительства (ИЖС), а с 2021 г. по 2023 г. включительно – в превалянии объемов ввода объектов ИЖС над объемами ввода объектов МКД (многоквартирных домов).

В период пандемии COVID–19 произошла трансформация спроса на приобретение жилья: фокус с объектов МКД сместился на объекты ИЖС, что обусловлено потребностью населения РФ в «самоизоляции» в частном доме вдали от большого скопления людей. Такой интерес потребителей к сфере ИЖС был подкреплён совместными инициативами государственных структур, банковских учреждений и строительных компаний по внедрению такого финансового инструмента, как «льготное ипотечное кредитование».

Важно отметить, что ипотечные программы для ИЖС разрабатываются с целью снижения финансовой нагрузки на заемщиков (потребителей) и оптимизации процесса получения денежных средств на строительство. Для привлечения потребителей к участию в данных программах банковские учреждения представляют различные вариации ипотечных программ с привлекательными условиями: сниженная процентная ставка, возможность кредитования на различных этапах строительства.

Именно такой путь привлечения потребителей (заемщиков) был использован в декабре 2020 г. при внедрении «Льготной ипотеки на ИЖС»,

условиями которой были: ставка по кредитам до 8 % годовых на весь срок кредита, не превышающий 20 лет, максимальная сумма кредита по регионам – до 6 млн руб., а первоначальный взнос не менее 20%.

В последствии в рамках анализируемого периода на объекты ИЖС распространялось действие ряда других ипотечных программ: «семейная» – со ставкой не более 6 % годовых, «IT-ипотека» – со ставкой не более 6 % годовых, «дальневосточная» и «арктическая» – со ставкой не более 2 % годовых, а также «сельская» – со ставкой не более 3 % годовых. Благодаря данным ипотечным программам, гарантирующим застройщикам спрос на их объекты, доля ипотеки в ИЖС выросла с 1 % в 2021 г. до 14% в 2024 г., что свидетельствует о быстрых темпах роста данной сферы строительства.

Однако в 2024 г. произошли кардинальные изменения в области ипотечного кредитования сферы ИЖС, обусловленные проводимой денежно-кредитной политикой РФ. В первую очередь, это отмена льготной ипотеки в июле 2024 г., повлекшая за собой сокращение приобретения объектов ИЖС, а также уменьшение объемов их строительства. Это могло бы быть скомпенсировано высокой долей «семейной ипотеки» в общем объеме льготных ипотечных программ. Но условия выдачи «семейной» ипотеки также претерпевали изменения во второй половине 2024 г. в неблагоприятную сторону как для потребителей объектов ИЖС, так и для застройщиков. В связи с повышением ключевой ставки ЦБ в середине сентября 2024 г. «Сбербанк» объявил об окончании лимита по «семейной» ипотеке, а ряд других банков, у которых еще остались лимиты, в октябре 2024 г. установили новый размер первоначального взноса, увеличив его с 20,1 % до 50,1 %, что усложнило приобретение объектов ИЖС, а также их строительство.

Стоит отметить, что минимальный взнос 20,1 % по программе «семейной» ипотеки возможен в случае применения дисконта за эскроу по объектам партнеров-застройщиков. Однако эскроу-счета ставят застройщика в невыгодное положение: все расходы на строительство объекта ИЖС он покрывает кредитными средствами, тем самым переплачивает проценты банку. А денежные средства покупателя с эскроу-счета застройщик сможет забрать только по окончанию ввода объекта ИЖС в эксплуатацию, т.е. после его сдачи.

Таким образом, изменения программ ипотечного кредитования повлекут за собой снижение доступности жилья и потребительского спроса на него, а также снижение темпов строительства объектов. Такая ситуация на рынке индивидуального жилищного строительства окажет свое разрушительное воздействие на средних и малых застройщиков, у которых недостаточно возможностей для привлечения финансовых ресурсов по более низким ставкам. Поэтому на рынке ИЖС стоит ожидать «продолжения консолидации в виде поглощения мелких застройщиков более крупными».

Научный руководитель – к.э.н., преп. Токарев А.А.

Шахла А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Особенности управления виртуальной командой

Эффективное управление виртуальными командами, несомненно, является важным аспектом, который вносит значительный вклад в общее развитие и совершенствование практики управления организацией, особенно в современной быстро меняющейся рабочей среде. Учитывая постоянное развитие технологий и растущую зависимость от удаленной рабочей среды, существует острая и настоятельная необходимость в разработке и внедрении инновационных стратегий, способствующих эффективному управлению виртуальными командами. Такие продуманные стратегии не только сыграют ключевую роль в обеспечении эффективной коммуникации и сотрудничества, но и помогут организациям добиться значительного финансового успеха и достичь впечатляющих организационных показателей, которые выделяют их на фоне конкурентов в соответствующих отраслях.

Виртуальная команда – это группа людей, объединённые общими целями и задачами внутри одной компании, которая территориально обособлена друг от друга. Каждый член этой разнородной группы играет важную и незаменимую роль в общем успехе проекта и в реализации коллективных целей, к которым все стремятся. Однако важно понимать, что члены команды часто не обладают необходимыми навыками и опытом и могут не достичь ожидаемого уровня успеха в рамках совместной работы.

Одним из основополагающих аспектов эффективного управления виртуальными командами является установление постоянного канала связи. Благодаря технологиям, деятельность виртуальной команды можно регулировать дистанционно при помощи приложений «Jira» или «Notion», которые в себя включают инструменты для планирования и контроля выполнения задач. В качестве канала связи, внутри виртуальной команды, можно применять приложения для мгновенного общения, такие как «Zoom» или «Яндекс.Телемост». Управление виртуальными командами часто приводит к сокращению операционных расходов, поскольку необходимость в физических офисных помещениях и командировочных расходах сводится к минимуму.

В процессе работы, для ускорения рабочего процесса, а также бесшовной передачи данных, в виртуальных командах применяют технологии «совместного доступа», например, «Figma» и «Google Docs». Подобные решения ускоряют процесс работы, а также позволяют нескольким сотрудникам редактировать файл.

Для принятия решений в современных условиях, необходимо опираться на данные, которые важно быстро собрать, проанализировать и

показать всем сотрудникам в доступном и простом формате. Данная проблема особенно актуальна в командах без единого физического пространства, поэтому важно, чтобы члены виртуальной команды понимали данные обособленно друг от друга. Для решения данной задачи были созданы сервисы быстрого анализа данных, например, «Power BI» и «Tableau». Данные инструменты позволяют собирать, формировать и редактировать данные в режиме реального времени, что позволяет оперативно принимать решения на основе реальных данных, что снижает риски потери прибыли, а следовательно, банкротства.

Поскольку использование виртуальных команд продолжает расти в геометрической прогрессии, важно понимать, что неизбежно возникнут проблемы, которые потребуют разработки инновационных решений, эффективно преодолевающих эти препятствия. Нехватка квалифицированного персонала – серьезная проблема, о чем свидетельствует недавнее исследование 2023 ManpowerGroup, согласно которому 77 % работодателей сообщили о трудностях с заполнением вакансий из-за постоянной нехватки квалифицированных кадров. Чтобы решить эту проблему, организации могут принять упреждающие меры, например разработать полный список навыков, необходимых для успешной реализации проекта, тщательно оценить существующие компетенции в команде и при необходимости предоставить возможности для обучения. Кроме того, распределение работы между членами команды в соответствии с их сильными сторонами и опытом может повысить общую производительность. Изучение возможностей аутсорсинга или найма новых сотрудников, обладающих необходимыми навыками, также поможет ликвидировать дефицит квалификации. Быстрые темпы технологического прогресса могут привести к тому, что некоторые навыки устареют. Для решения этой проблемы необходимы регулярные программы обучения и образовательные инициативы, учитывающие текущие требования рынка и технологические тенденции.

В заключение следует отметить, что эффективное управление виртуальными командами имеет огромное значение в современной динамичной и постоянно меняющейся рабочей среде. Эти методики дают ряд преимуществ, таких как обеспечение непрерывной связи, улучшение координации, расширение сотрудничества, ускорение процессов анализа данных и сокращение операционных расходов. Успешное решение проблем в этой области все больше требует разработки и внедрения инновационных решений и применения сложных стратегий, которые могут обеспечить долгосрочный успех и устойчивость виртуальных команд в правильном организационном контексте.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Беленова Н.Н.

Шеменев Р.И., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Управление рисками организации

В настоящее время любая организация функционирует в условиях нестабильности и неопределенности деловой среды, способствующих возникновению рискованных ситуаций в её деятельности. Для обеспечения эффективного развития и достижения стратегических целей предприятия особенно актуальным является организация и осуществление процесса управления факторами риска.

Риск – это экономическая категория, представляющая собой возможность совершения события, которое может повлечь за собой три экономических результата: отрицательный (убыток), нулевой (отсутствие предполагаемой прибыли) или положительный (прибыль).

Процесс управления рисками включает идентификацию, анализ факторов риска и принятие решений, направленных на максимизацию положительных возможностей и минимизацию отрицательных последствий рискованных ситуаций.

Идентификация рисков предполагает определение всех потенциальных рисков: внешних и внутренних, способных повлиять на деятельность организации. Исходными данными для выявления рисков могут быть различные источники: архивная база компании, финансовая отчетность, маркетинговая аналитика и др. Идентификация является важнейшей составляющей процесса управления рисками, так как служит информационной основой для принятия управленческих решений.

Анализ рисков подразумевает оценку вероятности и влияния каждого фактора риска на деятельность предприятия. Различают качественные и количественные методы анализа рисков.

Качественный анализ основан на мнении экспертов или заинтересованных лиц и предполагает определение вероятности наступления рискованных ситуаций и их классификацию по приоритетности. Преимущество качественного анализа заключается в том, что он позволяет сосредоточить внимание на приоритетных рисках при принятии управленческих решений. Недостатком является высокая степень субъективности, так как оценка основана на личном восприятии рисков экспертами.

Количественный анализ рисков предполагает определение его количественных характеристик: уровня вероятности наступления неблагоприятных ситуаций и возможного размера потерь. К наиболее распространенным количественным методам оценки факторов риска относятся статистические, аналитические и метод экспертных оценок.

Статистические методы базируются на методах математической статистики (дисперсионный, факторный анализ), определяющих степень влияния факторов риска на результативные показатели. Недостаток данных методов состоит в необходимости наличия обширной базы данных и сложности расчетов. Аналитические методы позволяют количественно оценить вероятность наступления рисков на основе анализа основных показателей деятельности организации (анализ платежеспособности, финансовой устойчивости). Метод экспертных оценок основан на опросе специалистов с последующей математической обработкой результатов опроса.

В результате анализа факторов риска формируется механизм управления рисковыми ситуациями. Среди различных способов и методов управления рисками можно выделить четыре основных направления: отказ от риска; снижение уровня риска; передача риска; принятие риска на себя.

Отказ от риска предполагает уклонение от действий, связанных с риском (отказ от услуг ненадежных партнеров, от рискованных проектов, от использования в больших объемах заемных средств и др.). Однако уклонение от риска означает иногда отказ от возможных выгод.

Снижение уровня риска подразумевает прямые управленческие воздействия на возможные источники риска (проверка потенциальных партнеров по бизнесу, грамотное составление контрактов и договоров, обладание полной и своевременной информацией о внутренней и внешней среде организации, стратегическое планирование деятельности). Данные методы способствуют снижению уязвимости организации в современных условиях хозяйствования.

Передача риска подразумевает распределение ответственности, передачу риска другой стороне (гарантийные обязательства, страхование рисков, спонсорство).

Принятие риска на себя означает сознательное решение по принятию угрозы в том случае, когда это экономически выгоднее, чем реагировать на риск. Оно предполагает сохранение в резерве части финансовых ресурсов (резервный фонд) для преодоления негативных последствий.

Выбор метода воздействия на риски зависит от конкретной рискованной ситуации. Обязательным условием построения эффективной системы управления рисками является мониторинг факторов риска, способствующий выявлению новых обстоятельств возникновения рискованных ситуаций.

Обобщая вышесказанное, можно сделать несколько выводов. Управление рисками основано на постоянном исследовании внутреннего состояния и внешнего окружения предприятия, способствующем принятию оптимальных управленческих решений. Эффективная система управления рисками позволяет обеспечить непрерывную деятельность и успешное развитие организации в условиях неопределенности.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Щукин О.С.

Секция современных проблем управления организациями

Болгов А.Ю., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Инвестиции в основной капитал регионов ЦЧР: анализ и прогноз

В современной экономике одним из наиболее важных направлений выступает научно–технологическое развитие регионов. В частности, данный процесс широко распространен в субъектах Центрально–Черноземного экономического района (далее ЦЧР), в который включены Белгородская, Воронежская, Курская, Липецкая и Тамбовская области.

В целях исследования процесса реализации научно–технологического развития был рассмотрен показатель инвестиции в основной капитал, млн руб. Динамика развития индикатора НТР субъектов ЦЧР представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика развития показателя за 2018–2023 гг.

Субъект	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Белгородская область	134 551	167 093	169 508	168 772	196 748	212 210
Воронежская область	276 785	298 768	259 172	285 010	344 143	374 135
Курская область	120 735	142 669	136 893	193 790	203 145	231 243
Липецкая область	128 533	155 038	171 804	179 400	166 200	187 205
Тамбовская область	106 230	90 719	74 770	79 397	81 329	92 398

На основании представленных данных возможно отметить, что безусловным лидером по инвестициям в основной капитал выступает Воронежская область. Также возможно отметить динамику ежегодного прироста исследуемого показателя по всем субъектам ЦЧР.

В качестве метода прогнозирования динамики инвестиций в основной капитал в регионах ЦЧР был использован корреляционно–регрессионный анализ, выполненный с использованием встроенных инструментов Microsoft Excel. Для установления трендов развития каждого показателя использованы четыре наиболее распространенные в экономико–статистическом анализе функции: линейная, логарифмическая, степенная, полиномиальная (второй степени).

В построении трендов важна ошибка аппроксимации R^2 . В том случае, если значение ошибки аппроксимации попадает в диапазон от 0,5 до 1, то построенная модель подходит для прогнозирования, так как между переменными существует связь.

Во всех рассчитанных моделях трендов по всем субъектам ЦЧР значение коэффициента детерминации значительно превышает 0,5, что дает возможность построить прогноз.

Проведенный корреляционно–регрессионный анализ динамики инвестиций в основной капитал показал следующие результаты по регионам ЦЧР, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Прогноз инвестиций в основной капитал на 2024–2027 гг., млн руб.

Регион	Год	Линейная	Логарифмическая	Полиномиальная	Степенная
Белгород– ская область	2024	185865	179989	226102	179499
	2025	189638	181983	244874	181775
	2026	193411	183839	265347	183920
	2027	197183	185576	287521	185949
Регион	Год	Линейная	Логарифмическая	Полиномиальная	Степенная
Воронеж– ская область	2024	362655	328383	352855	331943
	2025	376526	332803	363072	337649
	2026	390397	336918	372875	343050
	2027	404268	340767	382264	348180
Регион	Год	Линейная	Логарифмическая	Полиномиальная	Степенная
Курская область	2024	201990	181799	263641	183741
	2025	212402	186419	297035	190960
	2026	222813	190721	333035	197935
	2027	233225	194746	371641	204690
Регион	Год	Линейная	Логарифмическая	Полиномиальная	Степенная
Липецкая область	2024	190250	174702	199706	179392
	2025	197705	177598	210687	183425
	2026	205161	180295	222067	187261
	2027	212616	182817	233847	190922
Регион	Год	Линейная	Логарифмическая	Полиномиальная	Степенная
Тамбовская область	2024	97824	91828	63352	90445
	2025	98970	91496	51648	90111
	2026	100117	91186	38486	89800
	2027	101263	90897	23868	89511

Составленные прогнозы по функциям пакета MS Excel дали возможность рассмотреть динамику показателя по трем сценариям: оптимистичный – по полиномиальной функции, нейтральный – по линейной, пессимистичный – по логарифмической и степенной.

В завершении исследования возможно сделать следующие выводы.

1 Наиболее достоверный прогноз исследуемого показателя НТР регионов ЦЧР был получен по полиномиальной функции второй степени. Оптимистичный прогноз объема инвестиций в основной капитал прослеживается по четырем регионам из пяти по полиномиальной функции.

2 Тенденцией к снижению объема инвестиций в основной капитал обладает Тамбовская область по все функциям, кроме линейной, по которой прослеживается стагнация исследуемого показателя.

3 Воронежская область как лидер по объему инвестиций в основной капитал среди регионов ЦЧР по данным официальной статистики обладает тенденцией к росту показателя по всем статистическим функциям.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Гладких М.О.

Братан О.И., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Управление рисками компании

В современной деловой среде, где наблюдаются тенденции к бурному совершенствованию и появлению новых технологий, усилению кризисных явлений, изменению в законодательстве и множестве других факторов, происходит усложнение процессов, а вместе с тем и рост неопределенности. Все эти аспекты непосредственно влияют на деятельность организации, как следствие, подобная динамика развития событий не позволяет гарантировать успешность проведения каких-либо операций. На этом фоне управление рисками становится обязательным условием эффективного функционирования организации.

Риск определяется как возможность понести ущерб или убытки, а управление рисками – это структурированный и постоянный подход к их устранению. Проще говоря, управление рисками представляет собой процесс выявления, анализа и реагирования на риски таким образом, чтобы снизить их негативное воздействие и максимизировать положительный эффект.

При разработке и внедрении системы управления рисками важно учитывать следующие принципы на всех уровнях управления. Эти принципы характеризуют особенности риск-менеджмента и помогают эффективно управлять рисками в организации:

- управление рисками играет важную роль в создании и защите ценностей;
- управление рисками не является отдельной деятельностью и не должно существовать в вакууме, оно должно быть интегрировано во все процессы;
- риск-менеджмент играет важную роль в процессе принятия решений;
- риск-менеджмент включает действия, связанные с неопределенностью;
- риск-менеджмент – это организованная (систематичная), структурированная и своевременная работа по предотвращению возможных серьезных потерь;
- риск-менеджмент основывается на доступной и что важнее наиболее надежной информации;
- риск-менеджмент должен учитывать особенности деятельности организации, в которой он функционирует;
- управление рисками должно быть прозрачным процессом, в котором учитываются интересы всех заинтересованных сторон;
- управление рисками – это итеративный и динамичный процесс, который реагирует на изменения;

- риск–менеджмент вносит вклад в непрерывное совершенствование организации;
- управление рисками основано на процессном подходе.

Управление риском – это сложный и многоуровневый процесс, который можно разделить на ряд этапов. Первый этап условно можно назвать «определение контекста риска». На данном этапе закладывается основа и фундамент всего процесса. Сущность второго этапа риск–менеджмента кроется в идентификации риска. После идентификации риска, закрепления общего контекста, а также определения причин и факторов возникновения рисков, необходимо их проанализировать, при этом должна производиться оценка сильных и слабых сторон существующей системы и функционирующих в ее рамках процессов управления рисками.

Далее проводится оценка вероятности возникновения риска и его возможных последствий. Данный этап позволяет определить уровень риска, а именно являются ли риски приемлемыми или требуют дальнейшего вмешательства. На следующем этапе определяются и реализовываются стратегии, направленные на минимизацию частоты возникновения и уменьшения негативных последствий от выявленных рисков.

Современные тенденции явно направлены на усложнение системы хозяйствования, что является естественным стимулом для развития и появления новых методов и форм управления рисками.

Однако, несмотря на появление большого числа новых методов управления рисками, все их многообразие можно глобально разделить на две группы: 1) методы, направленные на минимизацию ущерба, отличительной их чертой является то, что они носят превентивный характер; 2) методы, направленные на возмещение ущерба, которые, как следует из названия, носят пост событийный характер.

Основным различием этих двух групп методов является то, что методы минимизации ущерба направлены на непосредственное воздействие на риск, а именно на вероятность его возникновения. В свою очередь, методы возмещения ущерба никак не влияют на снижение возможного ущерба от рисков, напрямую не влияя на него. Данная группа методов осуществляет ликвидацию последствий риска, посредством поиска источников покрытия возникших потерь.

Подводя итог всему вышесказанному, важно понимать, что обозначенные методы не являются взаимоисключающими, более того они прекрасно могут дополнять друг друга. Поэтому компании должны стремиться создать такую систему риск–менеджмента, которая будет комплексно подходить к применению различных механизмов и методов управления рисками, а самое главное, будет встроена в основную деятельность компании.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Кособуцкая А.Ю.

Зотова Е.Ю., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Санкционное воздействие на развитие региона на примере Воронежской области

«Экономический кризис» – понятие, которое устойчиво вошло в повседневную жизнь человека. Данное словосочетание мы ежедневно слышим с экранов телевизоров, в магазинах, в разговорах между знакомыми или незнакомыми нам людьми, видим в новостных лентах, социальных сетях. Мировые лидеры, не скрывая, употребляют это понятие в отношении сегодняшней ситуации в рамках своих публичных выступлений. Непроизвольно складывается ощущение, что экономика XXI века существует исключительно в кризисный период, не испытывая периоды стабильности, положительного развития.

Затянувшийся кризисный период – это общемировая тенденция. Если обратиться к исследованиям, посвященным данной проблематике, например, научным работам А.А. Акаева и А.В. Коротаева, становится понятно, что «мировая экономика, начиная с 2008 года, ощущает на себе новый циклический кризис, связанный со сменой длинных волн развития Кондратьева, с процессом перехода от пятого технологического уклада к шестому». «Глобальный отчет о рисках», опубликованный в 2023 году, дал понять, что «кризисы – это не результат неудачных политических решений прошлого. Это явления, которые есть и будут с нами на постоянной основе».

Россия также испытывает не самые простые времена. Для Российской Федерации 2022 год – точка отсчета совершенно новой главы истории. Санкционное давление со стороны недружественных стран, – безусловно, риск, который реально спрогнозировать, но одновременно с этим, – это риск, с которым очень трудно бороться.

Сильнейшим фактором, провоцирующим усугубление экономической ситуации в России, является санкционное давление. То есть, существенным риском для реализации того или иного бизнес-плана в российских условиях становится не изменения рыночной конъюнктуры, ускорение, замедление или «отмирание» каких-либо процессов, а риск появления санкций. Санкционные ограничения заставляют просчитывать любые потери на несколько лет вперед, искать дополнительные возможности выйти на новый рынок, приобрести то или оборудование, существенно усложняют внедрение плана в реальную жизнь организации.

Санкционное давление оказывает негативное воздействие не только на экономику страны в целом, но и на развитие отдельных ее субъектов. Воронежская область не стала исключением. Начиная с 2022 года, развитие Воронежской области сопряжено с высокими внешними рисками, возникшими в условиях мировой экономической и политической нестабильности.

К таким внешним рискам можно отнести уход с рынка представительств иностранных компаний, потеря возможности предприятиям региона взаимодействовать с традиционными поставщиками и покупателями, массовый отток кадров и др.

В рамках экономического факультета ФГБОУ ВО «Воронежского государственного университета» было проведено комплексное исследование санкционных угроз, оказывающих негативное влияние на нормальное функционирование региона, и возможностей смягчения данных угроз, выраженных в форме мер региональной и федеральной поддержки. Для проведения такого исследования был выбран метод экспертных оценок. К анкетированию были привлечены три экспертные группы: предприниматели, работники научной сферы, представители органов исполнительной власти региона. Экспертам была предложена анкета, включающая в себя показатели, каждый из которых было необходимо оценить по четырехбалльной шкале. Репрезентативность данных оценивалась одним из принятых в статистике способов – на основе значений индексов нечёткости, рассчитанных с использованием стандартного аппарата нечёткой логики. При проведении исследования полученные результаты индексов нечеткости были задействованы при расчете интегральных (обобщающих) показателей, характеризующих влияние каждого фактора (возможности или угрозы).

Проведя анализ результатов трех групп экспертов, можно сказать, что одной из самых серьезных угроз для экономики региона все три группы экспертов считают повышение стоимости товаров/услуг у поставщиков. Кроме того, среди не менее слабых угроз были выделены: перебои с поставками товаров/услуг от поставщиков; снижение покупательной способности населения региона; ухудшение снабжения импортным сырьем, материалами, полуфабрикатами и др. Что касается самой перспективной меры смягчения ситуации, была отмечена федеральная финансовая поддержка проектов российских организаций по разработке цифровых платформ и программных продуктов.

Таким образом, была исследована экономико–политическая среда Воронежской области, в рамках которой осуществляется предпринимательская деятельность в настоящее время. Упомянутые ограничения тормозят развитие предпринимательской среды региона. Однако возможности смягчения санкционного давления, как эффективные меры поддержки для бизнеса, позволяют несколько минимизировать потери, а в некоторых случаях находить новые возможности для роста и привлечения прибыли. Различные региональные и федеральные льготы стимулируют предпринимателей не только поддерживать существующие бизнес–направления, но и реализовывать новые возможности.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Трещевская Н.Ю.

Иванова А.В., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации

Проблема оценки конкурентоспособности организации представляет собой сложную задачу, т.к. на деятельность организации оказывают влияние внутренние и внешние факторы, которые традиционно необходимо учитывать при анализе данного явления. Оказывая влияние на факторы конкурентоспособности, организация может усилить свои позиции на рынке.

Фактор конкурентоспособности – это причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности. Под влиянием фактора изменяется критерий конкурентоспособности. Критерий – признак, на основании которого производится оценка.

Факторы конкурентоспособности:

1. Внутренние факторы:
 - 1) уровень материально – технического обслуживания;
 - 2) финансово – экономический потенциал;
 - 3) кадровый потенциал;
 - 4) потенциал маркетинговых служб;
 - 5) эффективность рекламы;
 - 6) качество продукции и услуг;
 - 7) наличие эффективной стратегии маркетинга;
 - 8) уровень менеджмента и квалификации персонала;
 - 9) технологический уровень производства.
2. Внешние факторы:
 - 1) Характеристики рынка, особенности предприятия:
 - тип предприятия и ёмкость рынка;
 - наличие и возможности конкурентов;
 - обеспеченность, состав и структура трудовых ресурсов.
 - 2) Меры государственного воздействия:
 - налоговая политика;
 - финансово – кредитная политика;
 - государственная система стандартизации;
 - правовая защита интересов потребителей;
 - таможенная политика

Из этого следует, что группа внешних и внутренних факторов носят традиционный характер, но следует учитывать еще одну группу факторов, которые оказывают влияние на конкурентоспособность организации.

Факторы конкурентоспособности предприятия:

- Технологический – прямое влияние на эффективность деятельности организации оказывает влияние состав и качество средств труда, уровень

автоматизации производства, качество технологий и т.д.

- Управление – качество и методы управления приводят к действию технологической составляющей, благодаря которой организация функционирует как единый механизм.

- Организация финансов – эффективное распоряжение ресурсами организации позволяет качественно функционировать технологическим и управленческим факторам, т.к. от них зависит не только состояние производственной и мотивационной сферы, но и общее положение компании на рынке, чем эффективнее организация распоряжается финансами, тем выше ее доходность и финансовая устойчивость, что позволяет привлекать новых партнеров и инвесторов.

- Социально – психологические – здоровый климат в коллективе и мотивированный персонал позволяет подстегивать трудовые ресурсы на выполнение задач и достижение целей организации.

- Экологический – высокий статус конкурентоспособности организация может завоевать тогда, когда ее технологии не наносят ущерб экологии.

- Отраслевой – является основой деятельности организации, определяя направления развития технологий, управления производством, расходование ресурсов и т.д.

- Рыночный – открытость рынков и сбыта и поставщиков позволяет развивать производство товаров и услуг, что в свою очередь открывает путь к инновационному развитию отрасли в целом, способствуя выходу на новые рынки, повышению доходов за счет роста потребления среди новых клиентов организации, позволяя повышать конкурентоспособности организации.

- Размер компании – крупные компании при оценке конкурентоспособности могут применять портфельные методы анализа, характеризующиеся большими объемами данных, в то время как малые организации, чаще применяют более простые методы анализа, которые могут быть недостаточно информативными.

- Доступность данных – от объема и качества данных зависит результат оценки конкурентоспособности и полнота такого анализа, что в свою очередь оказывает влияние на дальнейшие решения.

- Учитывая данные факторы, следует, что они могут оказать как позитивное, так и отрицательное воздействие на состояние конкурентоспособности, но их наличие недостаточно для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности, т.к. получение преимуществ зависит от эффективности их использования конкретной организацией.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Голикова Г.В.

Кашперский Я.Э., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Стратегия развития маркетинга в компании

Проблема организации стратегии маркетинговой деятельности является весьма важной, так как большинство предприятий (государственные и частные) не имеют эффективной системы организации маркетинга. В настоящее время ни одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы на предприятии. Предприятие, имеющее эффективную систему маркетингового планирования, получает существенные преимущества перед конкурентами.

В современном бизнесе успешная стратегия маркетинга играет ключевую роль в достижении целей компании. Эффективный маркетинг не только помогает привлекать новых клиентов, но и укрепляет отношения с существующими. В этой статье мы рассмотрим основные аспекты стратегии маркетинга и ее значение для развития компании.

Маркетинг оказывает решающее влияние на все стороны деятельности фирмы: подбор персонала, оборудование, ассортимент оказываемых услуг, производимых товаров, их качество, привлекательность и многое другое.

Процесс маркетингового планирования подразумевает комплекс мероприятий по изучению и анализу микро и макросреды предприятия, постановка целей организации, выбор оптимального пути для достижения главной цели.

Стратегия маркетинга — это комплексный план действий, направленный на достижение конкретных целей в области продвижения товаров и услуг. Она включает в себя анализ рынка, целевой аудитории, конкурентной среды и определение уникальных торговых предложений. Правильно разработанная стратегия позволяет компании выделиться на фоне конкурентов и эффективно использовать доступные ресурсы.

Выделяют стратегии недифференцированного, дифференцированного и концентрированного маркетинга:

а) стратегия недифференцированного маркетинга – использует одни и те же формы маркетинговых мероприятий при работе с ценами, рекламой и т.д. (единое ценообразование, рекламные обращения, точки розничной торговли и т.д.) по всему рынку;

б) стратегия дифференцированного маркетинга использует различные инструменты маркетинга для различных сегментов рынка. (различные цены, рекламные обращения, предприятия розничной торговли и т.д.).

в) стратегия концентрированного маркетинга фокусирует усилия предприятия на определенном сегменте рынка.

Процесс формирования маркетинговой стратегии включает следующие элементы:

1) Анализ рынка: прежде чем разрабатывать стратегию, необходимо провести глубокий анализ рынка. Это включает в себя изучение потребностей клиентов, тенденций и изменений в отрасли. Понимание рыночной ситуации помогает определить, какие продукты или услуги будут наиболее востребованы по лучшей цене.

2) Определение целевой аудитории: успех маркетинга во многом зависит от того, насколько точно определена целевая аудитория. Сегментация рынка позволяет выделить группы потребителей с схожими потребностями и предпочтениями, что значительно упрощает процесс продвижения.

3) Уникальное торговое предложение: каждая компания должна иметь свое уникальное торговое предложение, которое отличает ее от конкурентов. Оно должно быть ясным и легко воспринимаемым, чтобы привлечь внимание целевой аудитории.

4) Выбор каналов продвижения: в зависимости от целевой аудитории и бюджета, компания должна выбрать наиболее эффективные каналы для продвижения своих товаров и услуг. Это могут быть как традиционные методы (реклама на телевидении, радио, в печатных изданиях), так и цифровые (социальные сети, контекстная реклама, email-маркетинг).

5) Мониторинг и анализ результатов: эффективная стратегия маркетинга требует постоянного мониторинга и анализа результатов. Это позволяет оперативно вносить изменения в стратегию и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

Стратегия маркетинга является основой для долгосрочного развития компании. Она помогает не только в привлечении клиентов, но и в формировании положительного имиджа бренда. Компании, которые инвестируют в разработку и реализацию эффективной маркетинговой стратегии, имеют больше шансов на успех и устойчивый рост.

Кроме того, стратегия маркетинга способствует оптимизации внутренних процессов и повышению эффективности работы команды. Четкое понимание целей и задач позволяет всем сотрудникам работать в одном направлении и достигать лучших результатов.

В условиях жесткой конкуренции и быстро меняющегося рынка стратегия развития маркетинга становится неотъемлемой частью успешного бизнеса. Компании, которые уделяют внимание созданию и реализации эффективной маркетинговой стратегии, способны не только выжить, но и значительно увеличить свою долю на рынке. Грамотное инвестирование в маркетинг — это инвестиция в будущее компании, которая принесет свои плоды в виде увеличения прибыли и укрепления позиций на рынке.

Научный руководитель – к.э.н. доц. Меняйло Г.В.

Клюсова Е.В., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

Влияние санкций на инвестиционную активность в агропромышленном комплексе России

Инвестиции – это вложение финансов в долгосрочной перспективе в те или иные объекты экономической деятельности, например в недвижимость, компании или другие проекты носящая инновационный характер. Главной целью инвестиций является получение прибыли от их вложения или получение других полезных благ. Инвестиции занимают основополагающее место в развитии экономик многих стран, благодаря им происходит модернизация производства, также сохранение и создание новых рабочих мест и, как следствие, повышение конкурентоспособности.

Аграрно–промышленный комплекс Российской Федерации является взаимосвязанной системой нескольких отраслей экономики страны, которые включают в себя производство, переработку сельскохозяйственной продукции, а также необходимую инфраструктуру и процессы обслуживания в этом секторе. Он включает в себя все ступени процесса производства, начиная от выращивания сельхозкультур и разведение животных, заканчивая стадиями переработки, хранения и транспортировки готовой продукции, а также её последующей реализацией. Именно АПК России играет фундаментальную роль в обеспечении продовольственной безопасности нашей страны.

В современных условиях, когда мировая экономика претерпевает значительные изменения, а наша страна ощущает на себе санкционное давление, АПК России необходимо адаптироваться к новым вызовам и угрозам для сохранения и развития внутренних производственных мощностей. Значительное изменение динамики инвестиционной активности в агропромышленном секторе России напрямую связано с введением санкций в феврале 2022 г. Основные ограничения затронули доступ отечественных компаний агропромышленного сектора к международному рынку финансов, а также зарубежным экспертным возможностям. Это, в свою очередь, создало серьезные угрозы для устойчивого развития. Для решения возникших проблем ввиду санкционного давления для обеспечения устойчивого роста и поддержания конкурентоспособности отечественного АПК необходимо применять комплексный подход, главными составляющими которого будут являться государственная поддержка и развитие импортозамещения в стране.

Санкции, введенные в 2022 году, оказали значительное влияние на инвестиции в агропромышленный комплекс (АПК) России, вызвав ряд ключевых проблем, которые существенно затруднили развитие сектора.

1. Уменьшение доступа к международным рынкам. Введенные санкции ограничили возможности российских агропромышленных предприятий по экспорту продукции. Это привело к сокращению доходов компаний, что, в свою очередь, уменьшило объем капитальных ресурсов, доступных для инвестиций в модернизацию и расширение производственных мощностей. Ограниченный доступ к международным рынкам также сужает потенциал для диверсификации бизнеса и открытия новых коммерческих возможностей, что негативно сказывается на устойчивости агропромышленного комплекса (АПК).

2. Увеличение расходов на производство. Ограничения на импорт сельскохозяйственной техники, комплектующих и удобрений из-за рубежа вызвали рост издержек на производство. Российские агропромышленные предприятия вынуждены искать альтернативные источники поставок, которые могут быть менее эффективными и более затратными. Это создает дополнительное финансовое бремя для предприятий и снижает их конкурентоспособность как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

3. Снижение доступности кредитных ресурсов. Санкции осложнили доступ российских компаний к международным кредитным линиям и иным финансовым ресурсам. Эти ограничения существенно затрудняют процессы модернизации и расширения производственных мощностей, поскольку для реализации таких проектов требуется значительное финансирование. Ограниченный доступ к капиталу также уменьшает возможности для внедрения инновационных решений и новых технологий, необходимых для повышения эффективности и продуктивности агропромышленного сектора.

4. Увеличение стоимости продуктов питания. Санкции и связанные с ними ограничения на импорт сельскохозяйственной продукции и продовольствия вызвали рост цен на пищевые товары внутри страны. Это негативно влияет на покупательскую способность населения и создает социальное напряжение. Увеличение цен также оказывает давление на производителей, которые вынуждены адаптироваться к новым экономическим условиям, что может включать повышение цен на их собственную продукцию.

Эти проблемы создают сложные условия для развития АПК РФ и требуют комплексного подхода для их преодоления. Важно разрабатывать и внедрять стратегии, направленные на снижение зависимости от импорта, развитие внутренних производственных мощностей, поиск новых рынков сбыта и укрепление финансовой устойчивости компаний. Только через целенаправленные усилия и поддержку со стороны государства и частного сектора возможно преодоление негативных последствий санкций.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Кособуцкая А.Ю.

Котова А.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Понятие и факторы, влияющие на финансовую устойчивость коммерческой организации

Финансовая устойчивость организации на сегодняшний день является одним из ключевых критериев функционирования компании, но при этом, отсутствует четкое понимание данного термина. Развитие теории привело к появлению различных подходов к пониманию сущности «финансовая устойчивость организации», рассмотрим некоторые из них:

Мингалиев К.Н. – финансовая устойчивость – это способность организации поддерживать свою деятельность в течение определенного периода времени, в том числе обслуживать полученные кредиты и обеспечивать производство качественной продукции

Шеремет А.Д. – финансовая устойчивость проявляется в платежеспособности, а именно: в способности в текущий момент удовлетворить платежные требования, предъявляемые поставщиками товаров, работ и услуг в соответствии с заключенными хозяйственными договорами; в способности погашать текущие кредитные обязательства, финансировать выплату заработной платы рабочим и служащим, исполнять налоговые и прочие финансовые обязательства публичного характера

Савицкая Г.В. – Финансовая устойчивость – это способность субъекта хозяйственной деятельности функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска

Юданов А.Ю. – Финансовая устойчивость – это внутренняя характеристика субъекта хозяйствования, сводящаяся к его способности оказаться в привилегированном, относительно менее уязвимом, положении во время кризисов, к способности удачно преодолевать длительные негативные явления в экономической жизни

Петрова Е.Ю. и Филатова Е.В. Финансовая устойчивость – это такое состояние финансовых ресурсов, при котором доходы предприятия стабильно превышают его расходы, оно гарантированно обеспечено собственными средствами, на предприятии постоянно расширяется производственный процесс

Рассматривая определение К.Н. Мингалиева и Шеремета А.Д., позволяет выделить такие факторы риска как: баланс доходов и расходов и их превышение, а также финансовая независимость организации, то есть платежеспособность.

Савицкая Г.В. позволяет выделить такие факторы как: соотношение активов и пассивов организации и его инвестиционная привлекательность.

Кроме того, определение Савицкой Г.В. позволяет выделить внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на финансовую устойчивость.

Юданов А.Ю., Петрова Е.Ю. и Филатова Е.В. позволяет выделить внутренние факторы, оказывающие влияние на финансовую устойчивость: отрасль в котором функционирует организация, ассортимент товаров и услуг, соотношение расходов постоянных и переменных, объем материальных и финансовых ресурсов, размер уставного капитала предприятия и т.д. Гармоничное соотношение внутренних факторов позволяет организации быть финансово устойчивым и обеспечить свою конкурентоспособность на рынке.

Таким образом, большинство авторов в своих определениях указывают на внутренние факторы, оказывающие воздействие на финансовую устойчивость организации, при этом на деятельность организации оказывают влияние, в том числе и внешние факторы.

Внутренние факторы, влияющие на финансовую устойчивость организации:

- 1) соотношение расходов и их величина;
- 2) объем материальных и финансовых ресурсов;
- 3) ассортимент товаров и услуг;
- 4) размер уставного капитала;
- 5) жизненный цикл организации;
- 6) отрасль.

Внешние факторы, влияющие на финансовую устойчивость организации:

- 1) экономические условия страны;
- 2) платежеспособность населения;
- 3) доступность и уровень развития технологий;
- 4) монетарная и фискальная политика;
- 5) законодательство и контроль государства;
- 6) экономический цикл экономики страны.

Понимание и оценка данных факторов позволяет организации не просто определить их влияние, но и своевременно реагировать и управлять рисками потери финансовой устойчивости.

Таким образом, исходя из сказанного следует, что финансовая устойчивость организации – это способность организации сохранять свою стабильность функционирования и развития, учитывая влияние внешних и внутренних факторов, оказывающих воздействие на организацию, и своевременно отвечая угрозам, способных повлиять на финансовое положение организации, обеспечивая тем самым платежеспособность, рентабельность, деловую активность и финансовую стабильность.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Голикова Г.В.

Папина О.Н., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Профессиональная мотивация работников в современных условиях

В современном мире человеческий ресурс является главным фактором достижения экономической эффективности организации. Фокус внимания руководителей сместился с проблемы привлечения новых работников к проблеме их удержания и повышения заинтересованности в результатах деятельности организации. В настоящее время в отечественных компаниях наблюдается снижение эффективности систем мотивации труда. Работники пассивны, безразличны к своей деятельности, у них отсутствует желание творческого решения рабочих задач, они не стремятся к развитию своих профессиональных навыков и повышению квалификации. Перечисленные явления приводят к тому, что в нынешних реалиях необходимым является формирование новой системы мотивации труда, включая обновление применяемых инструментов материального и нематериального стимулирования труда.

Путь к эффективной профессиональной деятельности работника лежит через понимание его мотивации. Только зная, что лежит в основе поведения человека, какие мотивы им движут, можно разработать эффективную систему мотивации работника. В связи с этим особенно актуальным является вопрос изучения мотивации профессиональной деятельности, выяснения конкретных явлений, которые мешают или помогают работникам профессионально продвигаться в своей трудовой деятельности.

Понимание основ профессиональной мотивации невозможно без рассмотрения базовых теорий мотивации. В научной литературе существует множество теорий мотивации, которые делятся преимущественно на содержательные и процессуальные. К сторонникам содержательных теорий мотивации относятся А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макклелланд, К. Альдерфер и другие. Они считают, что основными мотивами поведения человека, а, следовательно, и деятельности являются его потребности. Значит, понимание мотивации работника лежит через изучение его потребностей, исследование факторов, влияющих на его поведение.

К сторонникам процессуальных теорий мотивации относятся В. Врум, Л. Портер и Э. Лоулер, Д. МакГрегор, Д. Аткинсон и другие. Ученые акцентируют внимание на анализе и объяснении процессов побуждения человека к определенному поведению и его закрепления. Процессуальные теории основаны на факторах поведения людей с учетом их восприятия, познания и приобретенного опыта.

Проведя анализ множества теорий мотивации, необходимо отметить, что для руководителя важно понимание, что люди, приходя в организацию,

преследуют свои собственные цели. В свою очередь, цели организации будут достигнуты если ее сотрудники, выполняя то, что от них требуется, смогут достичь своих собственных целей. Таким образом, система профессиональной мотивации должна строиться комплексно, включая в себя различные варианты, путем подбора наиболее эффективной в конкретном коллективе и при конкретной ситуации, как во внешней, так и во внутренней среде организации.

Важно отметить, что эффективный руководитель нацелен на рабочие методы стимулирования персонала к труду, но наибольшее значение в построении системы мотивации необходимо уделять стимулированию работников к росту в профессиональной сфере. Данный процесс необходим для построения профессионального коллектива с развитыми компетенциями, что, в свою очередь, ведет к эффективной деятельности организации.

Для построения системы мотивации к профессиональному развитию необходимо сначала опросить самих сотрудников, кого они считают экспертами в отрасли, у кого им хотелось бы учиться и какие навыки они бы хотели приобрести. Далее важно сделать обучение привилегией для сотрудников. Например, лучших сотрудников, отличившихся успехами в своей работе, отправлять на интересные дорогостоящие курсы, тем самым мотивируя их обучаться и развиваться. Также нужно отметить, что обучение сотрудников должно происходить в рамках их рабочего графика, то есть не нужно нагружать их в свободное от работы время. Однако учеба в рабочее время может негативно сказаться на выполнении рабочих задач, но руководителю важно помнить, что это временно и во благо организации и самого подчиненного. На период обучения не стоит снижать зарплату, так как это может негативно сказаться на желании работников проходить регулярное обучение. Помимо этого, обучение можно не растягивать на долгий период, а например, устроить трехдневный интенсив. Руководителю стоит выбирать курсы, которые будут полезны сотрудникам. Если люди не будут ощущать пользу от обучения, им это будет даваться сложнее. Если же наоборот, обучение окажется полезным и практичным, то внутреннего сопротивления не будет, им будет легко и интересно развиваться. Самое важное – это построить систему обучения в развитие сотрудников. У них должно быть понимание, что если хотят роста и зарплаты, то должны развиваться. Причем эта система должна быть для них понятна и прозрачна, для этого важно в процессе адаптации нового сотрудника уже разъяснять, к каким должностям он может стремиться и каких успехов он может достигнуть.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Кособуцкая А.Ю.

Положенцев А.А., маг. 1 к.

Юго–Западный государственный университет

Анализ инновационной активности организаций на региональном уровне

Последние десятилетие функционирования экономических систем связано с ростом инновационной активности организаций. Увеличение темпов роста внедрения инноваций является одним из ключевых приоритетов в развитии государства, так в 2023 году Россия занимает 51 место по глобальному инновационному индексу, потеряв четыре пункта по сравнению 2022 года. Однако наблюдается ежегодное увеличение затрат на инновационную деятельность, в основном за счет вложения собственных средств организаций, они составляют более 50% от общего объема финансирования, лидером является обрабатывающая промышленность.

Анализ инновационной активности организаций на региональном уровне показывает в целом положительную динамику (табл.1). Так в 2022 году затраты на инновационную деятельность из средств бюджетов всех уровней в Курской области выросли более чем в два раза, при этом в целом по России этот показатель остался на одном уровне. Значительный рост наблюдается по кооперационному взаимодействию организаций Курской области в сфере инновационной деятельности.

Таблица 1. Динамика основных показателей инновационной активности организаций на региональном уровне

Показатели	Курская область			ЦФО			РФ		
	020	021	022	020	021	022	020	021	022
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем числе организаций, %	0	1,2	6,7	2,4	2,9	4,6	1,2	2,2	2,8
Затраты на инновационную деятельность, млрд. руб.	,74	,83	,84	90,7	038,7	115,1	134,0	379,8	662,6
Затраты на инновационную деятельность из средств бюджетов всех уровней, в % от общего объема за-	,9	,9	,4	5	6	3,1	4,9	5,9	6,1

трат на инновационную деятельность									
Объем инновационных товаров, работ, услуг, млрд. руб.	0,31	7,03	9,16	653,4	980,9	057,9	189,0	003,3	377,2
Организации, имевшие кооперационные связи в сфере инновационной деятельности, в общем числе организаций, %	,6	2,2	0,6	1,6	0,6	9,1	7,0	6,8	5,9

Анализ показателей инновационной активности организаций на региональном уровне по сравнению с общероссийскими, имеет более высокий темп роста, это говорит об эффективности существующих региональных инструментов поддержки. Проведенный анализ позволяет обобщить основные внутренние и внешние факторы в большей степени, препятствующие инновационной активности организаций (рис. 1).

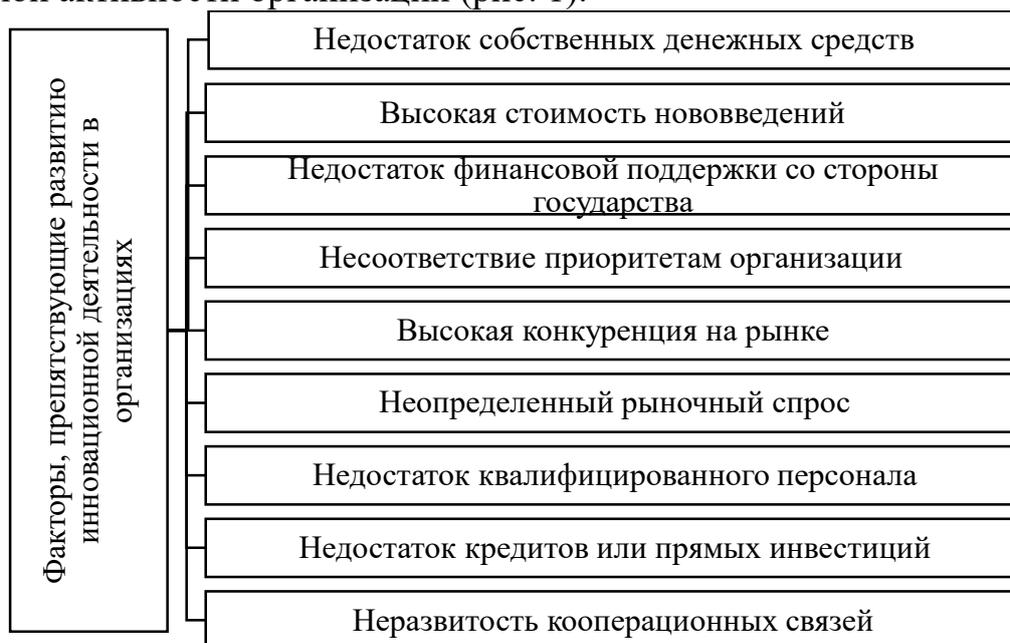


Рисунок 1. Основные факторы, препятствующие развитию инновационной деятельности в организациях

Ускорение темпов внедрения инноваций в деятельность организаций повышает значимость поддержки наиболее инновационно активных, предоставление им льгот и субсидий. Таким образом, достижение технологического суверенитета и повышения уровня технологичности отраслей должно обеспечиваться на основе развития инновационной деятельности в стране.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бабич Т.Н.

Рахманина А.Ю., маг. 3 к.

Воронежский государственный университет

**Система бюджетирования как инструмент контроля реализации стратегии развития коммерческой организации
(на примере АО «Электросигнал»)**

Многие исследователи сходятся в том, что бюджетирование – сложный технологический процесс принятия финансово обоснованных решений, в ходе которого происходит составление, исполнение и контроль за исполнением бюджетов различного уровня. При этом составляются не только бюджеты, содержащие финансовые показатели, но и количественные (например, план производства или план по персоналу).

Рассмотрим, как происходит процесс составления бюджета в АО «Электросигнал». Стоит отметить, что, поскольку АО «Электросигнал» входит в Государственную корпорацию «Ростех», то руководствуется принципами и процедурами, которые предлагаются Корпорацией. А именно, важнейшую роль при составлении и контроле исполнения бюджетов играет автоматизированная система управления финансовой и закупочной деятельностью (АС ФЗД), разработанная Корпорацией для входящих в нее организаций, что дает больше возможностей для анализа. Главным исполнителем и координатором при составлении бюджета АО «Электросигнал» на следующий год является отдел бизнес–планирования и инвестиций, среди задач которого находятся, например, доведение бюджетных ориентиров до подразделений, планирование и прогнозирование финансовых бюджетов организации, консультирование подразделений по вопросам бюджетирования. Процесс составления бюджетов в АО «Электросигнал» происходит комбинированным методом. Подразделения предоставляют в отдел бизнес–планирования и инвестиций данные по статьям затрат, которые к ним относятся. В то же время отдел бизнес–планирования и инвестиций получает от холдинговой компании бюджетные ориентиры и бюджетные предпосылки, определяющих внешнюю среду для организаций холдинговой компании на планируемый год. Отдел бизнес–планирования и инвестиций проверяет обоснованность предоставленных подразделениями затрат на основе полученных бюджетных ориентиров, бюджетных предпосылок и пояснительных записок, которые подразделения предоставляют вместе с бюджетом. В АО «Электросигнал» все бюджеты делятся на две группы: функциональные (операционные) бюджеты (планы), финансовые бюджеты (планы). Бюджетный цикл в организации проходит следующие этапы: инициирование бюджетной кампании организации – приказ о подготовке бюджета подготавливают ежегодно в августе года, предшествующего плановому; формирование функциональных бюджетов (планов/смет) по организации – по результатам анализа принимается решение утвердить в полном объеме или отправить на

доработку; формирование финансовых бюджетов, которые впоследствии подлежат утверждению со стороны госкорпорации; уведомление подразделений общества о размере согласованных расходов по статьям затрат; формирование отчетности об исполнении бюджетов и бюджетный контроль – отчетность по исполнению бюджетов формируется ежеквартально по результатам I квартала, I полугодия, 9 месяцев и года, нарастающим итогом. Выделяемые исследователями направления методики совершенствования бюджетирования на предприятии (например, повышение уровня автоматизации процесса) направлены на ускорение обмена информацией (в результате планы будут иметь большую актуальность, а управленческие решения, сделанные на основе этих планов, более эффективными), увеличение производительности труда и уменьшение трудозатрат, финансирование работ, направленных на закупку современного оборудования. Для АО «Электросигнал» также стоит проблема совершенствования системы бюджетирования, поэтому предлагается и дальше совершенствоваться в области автоматизации процесса бюджетирования. Например, уделить большее внимание работе в уже используемой на предприятии ERP–системе «Интегрированная система управления предприятием М–3.1», что позволит на 20% сократить затраты рабочего времени сотрудников, освободив его для других задач. В 2023 году началась подготовка к строительству нового производственного корпуса для перехода к выпуску средств связи шестого поколения. В 2024 году строительство началось и ввести в эксплуатацию новый корпус планируется в 2025 году. Бюджетирование является инструментом тактического планирования, которое более подробно раскрывает стратегические цели в деятельности предприятия. В АО «Электросигнал» принята следующая стратегия, сформированная с учетом стратегии организаций высшего уровня: сохранение существующих и освоение новых рынков сбыта, улучшение качества производимой продукции. Согласно матрице финансовых стратегий положение за 2021–2023 гг. ухудшилось – произошло перемещение из второго квадрата («Устойчивое равновесие») в девятый («Кризис») через восьмой («Дилемма»). В данный момент происходит финансовая поддержка предприятия со стороны государства (субсидия на техническое перевооружение производства на 2 120 000 тыс. руб.), поэтому ожидается, что предприятие не будет долгое время находиться в девятом квадрате и его положение улучшится. Таким образом, мы выяснили, что из себя представляет бюджетный цикл в АО «Электросигнал», связь бюджетирования со стратегией организации, а также рассмотрели возможные пути совершенствования системы бюджетирования на предприятии.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Голикова Н.В.

Роднин М.Н., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Использование виртуальной кластеризации для исследования социально–экономических процессов на уровне регионов

В современных условиях социально–экономические процессы в разных регионах могут значительно отличаться из–за специфики экономического развития, демографических особенностей, уровня инфраструктуры и других факторов. Для эффективного управления и принятия обоснованных решений требуется детальный анализ этих различий, социально–экономических процессов и явлений, протекающих в регионах, и выявление закономерностей, которые зачастую неочевидны при применении традиционных методов анализа.

Государственным и региональным органам управления требуется объективная информация для формирования сбалансированной социально–экономической политики. При разработке и корректировке региональных стратегий развития, оптимизации распределения ресурсов, определения приоритетных направлений инвестиций и социальной поддержки, решения широкого круга иных задач органы государственной власти и местного самоуправления могут использовать результаты кластерного анализа.

Виртуальная кластеризация позволяет группировать регионы по схожим характеристикам и выделять ключевые проблемные зоны, что способствует разработке дифференцированных стратегий управления. Метод *k*–means (*k*–средних) является одним из наиболее популярных алгоритмов кластерного анализа, позволяющим разделить множество объектов на заранее заданное число кластеров *k* на основе определенных признаков. Данный метод был разработан в 1950–х годах математиком Гуго Штейнгаузом и почти одновременно Стюартом Ллойдом. Применение этого метода становится особенно актуальным в условиях роста объемов открытой социальной и экономической информации, доступной для анализа. Использование виртуальной кластеризации позволяет перейти от традиционного описательного анализа к более глубокому пониманию скрытых взаимосвязей.

Алгоритм метода *k*–средних заключается в итеративном выполнении следующих шагов:

1. Первоначальный выбор *k* центров кластеров.
2. Отнесение каждого объекта к кластеру с ближайшим центром.
3. Пересчет центров кластеров как средних значений объектов, входящих в кластер.
4. Повторение шагов 2–3 до стабилизации центров.

При исследовании социально–экономических процессов на региональном уровне метод *k*–средних позволяет выделить группы регионов со схожими характеристиками. Для проведения кластеризации используются

самые различные показатели. Наиболее часто в анализ включают валовой региональный продукт на душу населения, объем инвестиций, уровень безработицы, среднедушевые доходы населения, показатели здравоохранения, инновационная активность и ряд других.

Использование метода k -средних в региональных исследованиях позволяет:

- сформировать группы регионов со схожими проблемами развития и потенциалами;
- выявить лидеров и аутсайдеров развития;
- определить влияние отдельных факторов на устойчивость социально-экономической системы;
- разработать дифференцированные меры поддержки для разных групп регионов;
- прогнозировать социально-экономические тренды.

Основными преимуществами данного метода являются: простота реализации и интерпретации результатов, высокая скорость работы даже на больших наборах данных, возможность применения к различным типам данных. В качестве ключевых недостатков необходимо указать на необходимость предварительного задания числа кластеров k , зависимость результатов от выбора начальных центров кластеров, чувствительность к выбросам в данных.

Для повышения эффективности использования метода k -средних рекомендуется:

1. Проводить предварительную нормализацию данных.
2. Использовать метод "локтя" для определения оптимального числа кластеров.
3. Выполнять несколько запусков алгоритма с разными начальными условиями.

Отметим, что использование виртуальной кластеризации в данном контексте находится на пересечении экономики, статистики и информационных технологий. Такой междисциплинарный подход способствует развитию новых методологических основ в экономических исследованиях и повышает их практическую значимость.

Таким образом, виртуальная кластеризация с использованием метода k -средних представляет собой современный подход к анализу данных, который может быть адаптирован и расширен с учетом специфики социально-экономических показателей. Это открывает новые возможности для проведения научных исследований и внедрения их результатов на практике.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Голикова Г.В.

Седых А.Ю., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Стратегическое влияние онлайн образования в вузах

В рамках исследования была рассмотрена роль онлайн образовательных программ в сфере высшего образования. Объектом изучения являются высшие учебные заведения России: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, НИУ ВШЭ, МФТИ, РАНХиГС, МГТУ и МИФИ.

Дистанционное обучение – это вид обучения, при котором обучающиеся и преподаватели не взаимодействуют, как это обычно принято, вживую, а используют различное программное обеспечение для предоставления процесса обучения и контакта между ними.

Ключевой вклад на формирование формата онлайн образования внесла пандемия Covid–19, в результате которой все учебные заведения были переведены на дистанционное обучение. Данный период послужил толчком для развития онлайн обучения в сфере высшего образования.

На 2024 год высшее образование в нашей стране в дистанционном формате предоставляют ведущие вузы стран, среди которых можно выделить: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, НИУ ВШЭ, МФТИ, РАНХиГС, МГТУ и МИФИ.

Среди способов оказания ВУЗаами услуг по получению дистанционного высшего образования в 2024 году можно выделить следующие тенденции:

Ведение образовательного процесса на базе ВУЗа, используя внутренний персонал и материально–техническую базу. Наиболее популярными платформами для оказания онлайн обучения являются: GetCourse, Moodle, SkillSpace, Stepik.

Сотрудничество с онлайн–платформами по предоставлению дистанционного образования. Основными компаниями, с которыми сотрудничают высшие учебные заведения являются: Нетология, SkillFactory, Connetced.

В таблице 1 рассмотрено количество образовательных онлайн программ по подготовке бакалавров и магистров в ведущих ВУЗах России.

Таблица 1. Количество онлайн программ ВУЗов России

Вуз/направление подготовки	Бакалавриат	Магистратура	Всего
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации	10	14	24
НИУ ВШЭ	4	17	21
МФТИ	0	4	4
РАНХиГС	14	5	19
МГТУ (МИТУ)	144	27	171
МИФИ	0	3	3

Исходя из данных, представленных в таблице 1, лидером на рынке образовательных онлайн программ по направлениям бакалавриата и магистратуры является Московский институт технологий и управления. Данное превосходство по формату дистанционного обучения связано с тем, что данное учебное заведение является негосударственным и было создано в период пандемии в 2020 году.

Плюсы для обучающихся:

- все привилегии, которые есть у студентов очного обучения, сохраняются, включая отсрочку от армии;
- экономия времени на дорогу до места обучения и обратно;
- возможность обучаться из любого города;
- доступ к цифровым ресурсам, которые помогают лучше усваивать материал и углублять знания;
- широкий выбор программ для обучения, что позволяет не ограничиваться программами только своего города.

Минусы для обучающихся:

- сложности с мотивацией и самодисциплиной на дистанционном обучении;
- ограниченные возможности социализации из-за отсутствия живого контакта с другими обучающимися;
- возникновение технических барьеров при обучении.

Плюсы для учебных заведений:

- повышение рейтингов учебного заведения;
- конкурентное преимущество среди других вузов;
- экономия ресурсов на содержание учебных корпусов и инфраструктуры;
- привлечение абитуриентов из других регионов страны.

Минусы для учебных заведений:

- сложности с академическим контролем;
- необходимость инвестиций в технологии и обучение преподавателей;
- потеря части доходов от традиционных программ.

Таким образом, стратегия по введению образовательных онлайн программ обучения в ВУЗах позволяет повысить рейтинги учебного заведения и привлечь новых абитуриентов и партнёров для сотрудничества, а также улучшить цифровую среду и сделать её более доступной. Но в тоже время онлайн обучение ставит новые вызовы для высших учебных заведений, которые необходимо преодолеть, чтобы данный формат стал действительно полноценной альтернативой традиционному образованию.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Гладких М.О.

Селитренникова А.С., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Понятие, сущность и методы оценки финансовой устойчивости предприятия

Финансовая устойчивость является одним из наиболее важных показателей долговременной жизнеспособности и здоровья организации. Это понятие охватывает способность предприятия эффективно управлять своими финансовыми ресурсами, покрывать обязательства и адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям, увеличивая свою инвестиционную привлекательность. В современном мире резко возрастает необходимость постоянного мониторинга финансовой устойчивости организации. Развитие предприятия невозможно без детального анализа и поэтапной оценки финансовой устойчивости.

Финансовая устойчивость позволяет минимизировать влияние негативных факторов: экономические кризисы, колебания валютных курсов или изменения в налоговой политике. Субъекты с высокой финансовой устойчивостью способны быстрее реагировать на изменения и адаптироваться к условиям внешней среды, что позволяет им стабильно функционировать на рынке.

Для более глубокого понимания термина «финансовая устойчивость предприятия» требуется анализ определений этого понятия, который поможет выявить ключевые аспекты финансовой устойчивости и прояснить, как она проявляется на уровне организации. Некоторые определения понятия «финансовая устойчивость предприятия» приведены в таблице 1.

Таблица 1. Определения понятия «финансовая устойчивость предприятия»

Источник	Содержание определения	Признаки
Бочаров В.В.	Состояние денежных ресурсов, обеспечивающее развитие предприятия преимущественно за счет собственных средств при сохранении платежеспособности и кредитоспособности и минимальном уровне предпринимательского риска.	независимость развития от внешних финансовых ресурсов, сохранение платежеспособности и кредитоспособности
Савицкая Г.В.	Способность хозяйствующего субъекта функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее ... постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.	сохранение равновесия активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, платежеспособность и инвестиционная привлекательность

Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В.	Способность предприятия поддерживать свое существование и бесперебойную работу, благодаря наличию определенных свободных средств и сбалансированности финансовых потоков.	сбалансированность финансовых потоков, бесперебойная работа предприятия
--	---	---

Анализ определений, представленных в таблице 1, позволяет отметить наиболее существенные признаки финансовой устойчивости предприятия:

- гибкость и адаптивность, то есть способность организации оперативно реагировать на изменения внешней среды, включая рыночные условия, потребительские предпочтения и экономические тенденции. Гибкость позволяет организации эффективно перестраивать свои бизнес–процессы, а адаптивность – успешно внедрять новшества и развивать направления деятельности, что способствует увеличению конкурентоспособности;

- стабильность, то есть способность сохранять непрерывность в производственных, сбытовых и финансовых операциях;

- платежеспособность и инвестиционный потенциал, то есть способность предприятия выполнять обязательства перед внешними и внутренними субъектами, а также создавать финансовую базу для будущих проектов;

Существует несколько методов оценки финансовой устойчивости:

- Анализ коэффициентов: Использование финансовых коэффициентов: ликвидность, рентабельность и оборачиваемость активов для анализа финансового состояния;

- Стресс–тестирование: Оценка воздействия негативных сценариев на финансовую устойчивость;

- Бюджетирование: Процесс планирования и управления финансовыми ресурсами организации, основанный на составлении бюджета, который представляет собой детализированный финансовый план, устанавливающий ожидаемые доходы и расходы на определенный период.

Финансовая устойчивость действительно играет ключевую роль в достижении экономического благополучия. Регулярный мониторинг финансового состояния организации, адекватное планирование и внедрение стратегий для минимизации рисков способствуют не только покрытию текущих обязательств, но и обеспечению долгосрочной стабильности. Это включает в себя целенаправленное управление ресурсами, инвестирование в прибыльные проекты и адаптацию к изменяющимся рыночным условиям, что является основой для успешного развития организации в будущем.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Кособуцкая А.Ю.

Смагин В.Д., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Возможности автоматизации при управлении рисками организации

Деятельность организаций сопровождается разнообразными рисками внутренней и внешней среды, способными снизить эффективность деятельности. Особенно остро это проявляется в современных условиях, которые характеризуются высоким уровнем инфляции, ростом налогообложения, ужесточением конкуренции, неблагоприятной геополитической и внешне-экономической ситуацией и др. Многообразие риск-факторов усложняет процесс их идентификации, оценки, выбора методов управления. В этой связи актуальным вопросом становится использование автоматизации при управлении рисками.

Управление рисками организации включает в себя следующие этапы: идентификация рисков и факторов их формирующих; оценка вероятности реализации и тяжести последствий реализации выявленных рисков; формирование карты рисков, которая в дальнейшем будет служить основой для начала работы автоматизированной системы управления рисками; выбор методов реагирования на выявленные риски; мониторинг эффективности используемых методов и инструментов риск-менеджмента. За всеми процессами риск-менеджмента, контрольными процедурами должны быть закреплены ответственные лица.

Внедрение автоматизированных систем управления рисками позволяет облегчить решение множества задач риск-менеджмента организации. К возможностям автоматизированных систем управления рисками следует отнести:

- разработку единой методологии управления рисками в организации с учетом специфики деятельности организации;
- своевременную идентификацию риск-факторов, оценку вероятности их реализации и тяжести последствий. При этом оценка рисков будет иметь большую объективность, чем экспертное суждение аналитика;
- формирование единого целостного представления не только о текущем состоянии системы риск-менеджмента, но и о будущем состоянии, то есть составление прогноза на будущее;
- передачу карты рисков от риск-менеджеров к владельцам рисков для обеспечения качественного и своевременного контроля;
- контроль исполнения принятых управленческих решений, самооценку контрольных процедур в рамках системы риск-менеджмента;
- поскольку все данные в информационной системе персонифицированы, то в случае, если регламенты нарушены, система оперативно получит обратную связь от сотрудника;
- проведение удаленного аудита без физического выезда в структурные подразделения и филиалы организации;

– автоматизированная система позволяет получить как текущие данные, так и архивные данные за прошлые периоды, что упрощает проведение внутреннего аудита и повышает его качество.

В экономической литературе представлено два основных подхода к внедрению автоматизированной системы управления рисками в организации. Во–первых, это внедрение специализированного модуля в составе действующей автоматизированной системы управления организацией. В этом случае сроки внедрения автоматизированной системы сокращаются, организация получает интегрированное решение по управлению рисками бизнес–процессов. Также сокращаются сроки на обучение сотрудников работе в автоматизированной системе, поскольку используется уже знакомый интерфейс программы.

Во–вторых, внедрение отдельной самостоятельной автоматизированной системы управления рисками. В этом случае требуется дополнительное время для интеграции системы риск–менеджмента с действующей автоматизированной системой управления организацией. Интеграция позволяет в онлайн формате переносить данные о финансовых показателях организации и изменениях в бизнес–процессах в систему риск–менеджмента. Такой подход к внедрению автоматизированной системы управления рисками чаще всего используют крупные холдинговые компании, которые в своей функциональной структуре имеют отдельные IT–подразделения и штат соответствующих специалистов.

В настоящее время на рынке представлено множество автоматизированных продуктов в сфере IT–управления рисками. К примеру, система MOSASO (Microsoft Office Solution Accelerator for Sarbanes–Oxley) предоставляет широкие возможности по управлению рисками и системой внутреннего контроля. Помимо финансовых рисков в этой системе учитываются управленческие и производственные риски. Но главное преимущество данной информационной системы в том, что она имеет возможность подключения к системе риск–менеджмента неограниченного числа сотрудников организации, так как отсутствует необходимость в приобретении пользовательских лицензий, за исключением лицензии на серверное программное обеспечение. Кроме того, система MOSASO легко интегрируется с другим программным обеспечением организации.

Изучение опыта внедрения и работы современных организаций в автоматизированных системах риск–менеджмента позволили сделать вывод, что ключевой проблемой при внедрении таких систем помимо финансовых затрат является наличие сопротивления изменениям со стороны сотрудников. В этой связи важное значение, на наш взгляд, имеет качество обучения и информирования сотрудников о возможностях и преимуществах информационных технологий в управлении рисками организации.

Научный руководитель – к.э.н., доц., Меняйло Г.В.

Степанова П.Г., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Развитие производственного потенциала организации

Производственный потенциал – это совокупность имеющихся у организации возможностей и ресурсов, направленных на обеспечение роста и стабильности производства. Основной задачей производственного потенциала является выпуск готовой продукции.

В состав производственного потенциала входят такие элементы как основные производственные фонды (ОПФ), используемые в процессе производства технологии, энергетические ресурсы, а также информация. Особым элементом потенциала можно считать промышленно–производственный персонал, от уровня квалификации и мотивации которого во многом зависит успешность функционирования предприятия. Но в силу особенностей данного элемента, при оценке производственного потенциала, мы не можем использовать стоимостные методы.

Проблема эффективности использования производственного потенциала является одной из ключевых в деятельности любого промышленного предприятия. Рассмотрим показатели величины производственного потенциала, а также оценим эффективность его использования на примере ООО «Графская кухня». Вышеуказанные данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика величины производственного потенциала, а также показателей эффективности его использования

Показатель	2021 год	2022 год	2023 год
Стоимость производственного потенциала, руб.	31 538 089,75	35 487 771,00	40 262 560,75
Коэффициент использования производственного потенциала (потенциалоотдача), руб.	2,3758	2,5428	2,4053
Эффективность использования производственного потенциала (расчетная), руб.	0,0217	0,0562	0,0185

Исходя из данных, представленных в таблице, можно сделать следующие выводы:

1) За рассматриваемый период у величины производственного потенциала наблюдается положительная динамика. Стоимость производственного потенциала ООО «Графская кухня» возросла на 8724471 рубль. Это свидетельствует о том, что предприятие наращивает свои производственные возможности и, соответственно, может изготавливать большее количество продукции. Важно отметить, что при росте производственного потенциала количество выпускаемых условных наборов в период с 2021 по 2023 год сокращается, поэтому предприятию стоит пересмотреть свою сбытовую политику и обеспечить производство новыми заказами;

2) Понятие потенциалоотдачи определяет стоимость выручки, приходящейся на 1 рубль стоимости производственного потенциала. Рост данного показателя говорит о более эффективном использовании производственного потенциала, как бы о большей его загруженности. Однако за 2021–2023 гг. наблюдается незначительное изменение коэффициента использования производственного потенциала. Поэтому можно сказать о том, что при увеличении своих возможностей предприятие не использует их;

3) Что же касается эффективности использования производственного потенциала, то сначала мы можем наблюдать небольшой рост данного показателя, а в 2023 году его стремительное падение до уровня ниже, чем в 2021 году. Данное событие является для предприятия сигналом о том, что необходимо принимать комплекс мер по увеличению эффективности использования своего производственного потенциала.

Подводя итог, можно сказать о том, что организация ООО «Графская кухня» обладает достаточно высоким производственным потенциалом, постоянно наращивая его. Однако, снижение такого показателя как эффективность использования производственного потенциала говорит о необходимости разработки комплекса мер по более результативному применению собственного потенциала.

Одним из направлений повышения эффективности использования производственного потенциала ООО «Графская кухня» можно выделить внедрение инноваций. В настоящее время искусственный интеллект проникает во все сферы жизни и деятельности человека, именно поэтому данный инструмент следует активно использовать предприятиям мебельной отрасли. Искусственный интеллект играет всё более важную роль в процессе персонализации мебели. С помощью ИИ компании могут анализировать предпочтения пользователей и предлагать им наиболее подходящие варианты кухонной мебели на основе их вкусов и поведения на сайте. При внедрении роботизированных производственных линий с ИИ предприятие сможет добиться большей точности при нарезке элементов по заданным параметрам, автоматизировать сборку, что позволит минимизировать отходы и снизить затраты на производство.

Таким образом, в современных экономических условиях развитие предприятием производственного потенциала, а также его эффективное использование является важнейшей задачей. Организации следует не только задействовать все имеющиеся у нее ресурсы с целью обеспечения роста производства, но и внедрять новые.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Булавина И.В.

Сунцов Н.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Инструмент решения проблем «Грозовая туча» и его практическое применение

Элияху Моше Голлдрат – это ученый, философ, писатель и мыслитель. Главное его произведение – книга «Цель», в которой он разбирает методы поиска и решения проблем. В своих книгах он смотрит на обыденные вещи под совершенно новым углом и обучает этому читателя. Он создал теорию ограничений системы (ТОС) – это методика, позволяющая находить ответы, которые способны решить самые сложные задачи, как личные, так и бизнес-задачи.

«Грозовая туча» или «Диаграмма разрешения конфликтов» – это инструмент, который помогает решить любой конфликт. ДРК позволяет определить ошибочные предположения, которые составляют основу конфликта, и которые необходимо оспорить. Данный метод особенно полезен в ситуациях, когда условия взаимоисключают друг друга.

Существует несколько способов построения «Грозовой тучи». Разберем способ построения «справа налево», когда есть конфликт между двумя возможными методами и необходимо найти решение. Например, разберем ситуацию, которая возникла на производственном предприятии. Суть конфликта заключается в том, что перед руководством стоит дилемма, нанимать высокооплачиваемый персонал или нет. Соответственно в верхний правый прямоугольник записываем: «Нанять высокооплачиваемый персонал», а в нижний правый: «Не нанимать высокооплачиваемый персонал». Противоречие методов обозначается двойной стрелкой.

Следующий этап – это определение необходимых условий. Для этого необходимо задать вопрос. В примере выходит следующая логическая цепочка: «Мы должны нанять высокооплачиваемый персонал, чтобы обеспечить увеличение выручки». Аналогично проделываем с нижним условием, и получается следующая связь: «Мы не должны нанимать высокооплачиваемый персонал, чтобы обеспечить экономное использование ресурсов».

Последний этап модели заключается в определении задачи. Для этого необходимо задать вопрос: «Для решения какой задачи необходимо выполнять эти условия?». В данном примере условие увеличение выручки и экономное использование ресурсов говорит о задаче «Увеличить прибыль». Теперь туча построена, и необходимо найти решение конфликта у данной модели. Диаграмма «Грозовая туча» представлена на рисунке 1.

Теперь перечислим исходные предположения – это ответы на вопросы:

– для того чтобы обеспечить (условие), мы должны использовать (метод), потому что?

– для того чтобы (задача), мы должны обеспечить (метод), потому что?

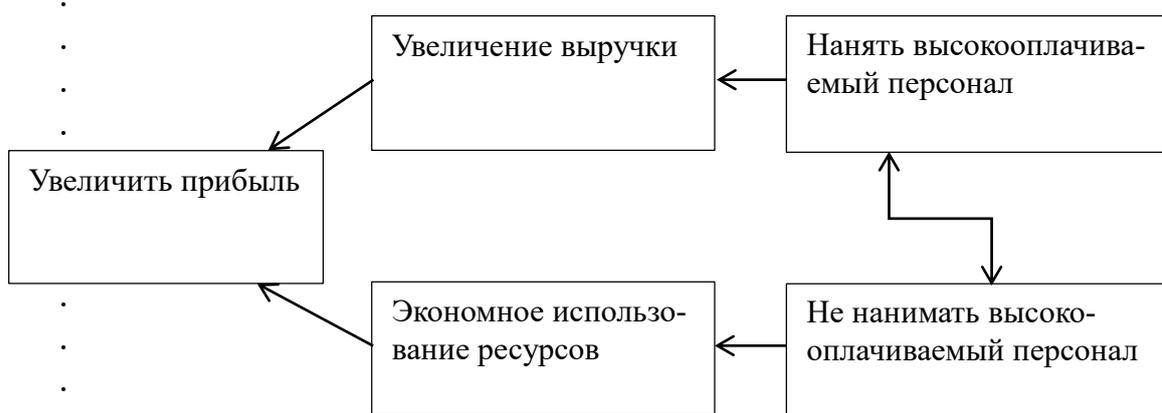


Рисунок 1 – Грозная туча

По верхней части получаются предположения:

- текущему штату не хватает компетенций для увеличения выручки;
- высокооплачиваемый персонал имеет необходимые навыки для качественного роста деятельности предприятия и увеличения выручки;
- высокооплачиваемый персонал может раскрыть потенциал текущих кадров.

По нижней части получаются предположения:

- высокооплачиваемый персонал может не оправдать высокую ЗП;
- сотрудник не сможет проявить свои способности в нашей компании по определенным причинам;
- высокая ЗП сотрудника может вызвать разлад в коллективе.

Теперь необходимо постараться опровергнуть каждую гипотезу. Первое предположение в верхней части можно оспорить, предложив отправить сотрудников на повышение квалификации или выстроить правильную систему мотивации. Следующие предположения опровергнуть сложнее.

В нижней части, 1 и 2 предположения разрушаются тем, что сотрудника необходимо взять на испытательный срок с низкой ЗП, но с условием выплаты большого бонуса, в случае успешного прохождения. Если он не оправдает своего уровня дохода, компания понесет не слишком большие потери. Для регулировки 3 предположения необходимо ввести правила конфиденциальности и запретить сотрудникам разглашать ЗП.

По итогу получается, что все предположения из нижней сетки были разрушены, значит, нижняя ветка отпадает, так как все риски связанные с ней получилось решить. Выходит, что если взять сотрудника на испытательный срок и ввести правила конфиденциальности, то имеет смысл нанимать высокооплачиваемых сотрудников.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Табачникова М.Б.

Токарева Е.А., маг. 2 к.

Воронежский государственный университет

Эффективная система материальной мотивации

Материальная система мотивации – это комплекс мер, направленный на повышение производительности труда и лояльности сотрудников путем использования финансовых стимулов. Она основывается на принципе «чем больше ты делаешь, тем больше ты получаешь» и предполагает прямую связь между усилиями сотрудника и его финансовым вознаграждением.

Материальная система мотивации должна быть прозрачной и понятной для сотрудников, гибкой и изменяться в зависимости от развития компании и рынка. Она должна быть привязана к стратегическим целям компании.

Основные элементы материальной системы мотивации:

1. Оклад – базовая часть зарплаты, которая выплачивается независимо от достигнутых результатов.

2. Премии – дополнительные выплаты за достижение определенных показателей эффективности (KPI) или выполнение дополнительных задач.

3. Бонусы – единовременные выплаты за достижение значимых результатов или выполнение сложных проектов.

4. Программы поощрения – специальные программы, которые предлагают сотрудникам возможность получить дополнительные финансовые стимулы за успешную работу в определенных областях.

5. Компенсационные выплаты – дополнительные выплаты за работу в неблагоприятных условиях, за переработки и т.д.

Важно учитывать индивидуальные потребности, ценности и цели сотрудников при выборе элемента материальной мотивации, на который делается ставка. Например, для какой-то части людей деньги – это единственный смысл и цель работы, и для них главное – как можно больше получить и поменьше поработать. А есть и те, кто воспринимает деньги как форму выражения справедливости к ним за проделанную работу, и они никогда не возьмут больше, чем заслужили. Это два принципиально разных типа людей, а значит, и система мотивации для них должна быть разной. Для первого типа правильнее будет выстроить систему с широким набором санкций, а для второго дать пространство для свободы. Если компания вознаграждает за хороший труд, сотрудники работают с большей отдачей, их производительность растет. Для сотрудников, чье количество выполненной работы нельзя точно посчитать, зачастую вводят окладную мотивацию. Интересней обстоят дела с работниками, чей результат работы имеет расчетную оценку. К ним можно отнести коммерческий персонал, занимающийся продажами, дистрибуцией и т.д. Чем больше параметром системы мотивации

у человека, тем больше у него возможностей получить более высокую заработную плату. Так, можно разработать систему мотивации, в которой бы премия зависела от выполнения целевых показателей объема продаж.

Расчет премии ($\Pi_{\text{цп}}$) в таком случае осуществлялся бы по следующей формуле:

$$\Pi_{\text{цп}} = \text{Б}\Pi_{\text{цп}} * \frac{V_{\text{факт}}}{V_{\text{план}}}, \text{ где}$$

$\text{Б}\Pi_{\text{цп}}$ – базовая премия за достижение целевого показателя по объему продаж, руб.;

$V_{\text{факт}}$ – фактический объем продаж, тн.;

$V_{\text{план}}$ – плановый объем продаж, тн.

В положении о премировании в дополнение можно прописать, что премия за выполнение целевых показателей объема продаж выплачивается пропорционально, не более 120%. И обнуляется при выполнении плана менее, чем 70%. Фактический объем продаж может быть увеличен на величину недопоставок до 100% выполнения плана, при условии, что уровень сервиса дистрибьютора менее 95% и в объеме недопоставок исключаются причины: некорректный прогноз, не пройден финансовый контроль.

При такой материальной мотивации у менеджера образ результата работы будет привязан как к материальному обогащению, так и к целям компании. У него будет стремление перевыполнить план и получить бонус сверх базовой премии, а не остановиться на 100% выполнении, оставив возможные точки сбыта на следующий отчетный период. Так же и предусмотрено наказание при провале продаж.

Подобная система премирования может быть использована не только в сфере продаж, но и в других отраслях, где существуют измеримые показатели эффективности. Важно отметить, что в ситуации, когда премию получают 10% сотрудников – система не работает: слишком мало человек может с ней справиться. Если премию получают 80–90% персонала – это тоже нерабочая система мотивации. Значит, задача поставлена неправильно и ее спокойно могут выполнить все. Процент выполнения должен составлять примерно 40–60%. Если процент колеблется в этих значениях, система мотивации работает хорошо. Система мотивации должна регулярно анализироваться и корректироваться. Сотрудники, работающие годами по одной формуле, перестанут совершенствовать свои результаты.

Вкладывая средства в мотивацию сотрудников, компании инвестируют в свое будущее.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Вахтина Н.И.

Толочко С.Г., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Проблемы стратегического развития компании

Стратегическое развитие компании в современное время – это сложный и многоэтапный процесс, требующий учета множества внешних и внутренних факторов. В условиях глобализации, технологического прогресса и усиления конкуренции компании сталкиваются с целым рядом проблем, которые могут препятствовать их успешному развитию.

Одна из главных проблем, с которой сталкиваются компании, заключается в быстрых изменениях на рынке. Технологии развиваются настолько стремительно, что компании, которые не успевают адаптироваться к этим изменениям, рискуют потерять свою конкурентоспособность. Примером можно считать развитие цифровых платформ и онлайн–торговли, которые полностью изменили многие отрасли, включая ритейл и медиа. Как отмечает Питер Друкер, стратегическое развитие требует гибкости и способности к постоянному переосмыслению своего бизнеса.

В связи с этим компаниям приходится не только отслеживать изменения, но и опережать их, что далеко не всегда удается из–за нехватки ресурсов или устаревших бизнес–моделей. Однако проблема заключается не только в устаревших бизнес–моделях, но и в невозможности или нежелании компании производить качественную продукцию или услугу с высокой ценностью для клиента.

Глобализация открыла множество новых возможностей для бизнеса, но также усилила конкуренцию на международных рынках. Сегодня компании конкурируют не только с локальными игроками, но и с международными корпорациями, которые могут предложить товары и услуги по более низким ценам за счет экономии на масштабах производства. В условиях глобальной конкуренции компании вынуждены искать новые рынки, внедрять инновации и улучшать качество продукции?. Однако с каждым годом всё сложнее искать новые рынки сбыта и интенсивное развитие компании будет выходить на первый план и передвинет на второй экстенсивное развитие.

Современные компании сталкиваются с давлением со стороны общества и государства в вопросах устойчивого развития и экологии. Экологическая ответственность стала неотъемлемой частью бизнес–стратегий, и компании вынуждены пересматривать свои производственные процессы в сторону более экологичных решений. Это требует значительных инвестиций в новые технологии и процессы, что может быть затруднительно для малых и средних предприятий. Более того, игнорирование экологических стандартов может привести к репутационным потерям и даже финансовым санкциям. К сожалению, данная экологическая повестка при своей благой направленности по защите природы ведет экономику к стагнированию. А давление со

стороны государства будет только усугублять ситуацию и приведет к закрытию компаний или бессмысленности в ведении какой-либо деятельности. Но также не стоит забывать и то, что при введении жестких экологических норм компании уйдут в те страны, где можно спокойно вести свою деятельность. И в мировом масштабе это будет больше похоже на сокрытие проблемы под ковром.

Еще одной серьезной проблемой для стратегического развития является дефицит квалифицированных кадров. В условиях стремительного развития технологий потребность в высококвалифицированных специалистах растет, но не все компании могут предложить конкурентные условия труда. Это особенно актуально для IT-сектора, где профессионалы могут выбирать между множеством предложений. Компании вынуждены разрабатывать стратегии по удержанию и развитию кадров, что требует дополнительных усилий и затрат. Так, компании даже начинают проводить стажировки для привлечения и формирования новых специалистов.

Цифровая трансформация стала обязательным элементом стратегического развития большинства компаний. Компании, которые игнорируют этот тренд, рискуют остаться позади конкурентов. В то же время успешная цифровая трансформация требует значительных инвестиций и культурных изменений внутри компании. Руководству приходится внедрять новые технологии, перестраивать процессы и обучать персонал, что не всегда проходит гладко. Кроме того, цифровизация требует постоянного обновления технологий и инфраструктуры, что также является серьезной финансовой нагрузкой. Однако, если компания ведет широкую деятельность, то вливание денежных средств в цифровые технологии максимально автоматизирует, ускорит процессы и высвободит многие как денежные, так и прочие ресурсы.

Геополитическая нестабильность и санкции могут оказывать значительное влияние на стратегическое развитие компаний. Например, санкции, введенные против ряда стран, привели к разрыву цепочек поставок и необходимости поиска новых партнеров. Это требует быстрой адаптации и поиска альтернативных решений, что далеко не всегда возможно без значительных потерь для бизнеса. Чтобы нивелировать воздействие от возможных санкций менеджменту компании следует заранее продумывать стратегию реагирования на возможный риск и прорабатывать возможные варианты выхода на новые рынки и поиск новых контактов в странах.

Компании, которые смогут адаптироваться к происходящим изменениям, имеют больше шансов на долгосрочный успех. Успешная стратегия должна быть не статичной, а постоянно обновляющейся, чтобы соответствовать вызовам времени.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Меняйло Г.В.

Тучкова А.Н., маг. 1 к.

Воронежский государственный университет

Совершенствование системы управления проектами

Управление проектами – это комплексная система методов и инструментов, предназначенных для достижения поставленных целей в рамках заданных сроков, бюджета и ресурсов. Эффективная система управления проектами играет ключевую роль в успешной реализации проектов любой организации. В современных условиях развития технологий, глобализации и возрастающей конкуренции необходимость совершенствования системы управления проектами становится очевидной.

Традиционные методы управления проектами часто сталкиваются с рядом трудностей. Во–первых, это неэффективное планирование, которое приводит к задержкам и перерасходу ресурсов. Во–вторых, недостаточное взаимодействие между участниками проекта, что снижает эффективность коммуникации и приводит к недопониманиям. В–третьих, сложность учета всех рисков на начальном этапе приводит к тому, что проект может быть невыполним в рамках изначальных предположений.

Современные проекты становятся все более сложными и многоуровневыми. Увеличивается количество заинтересованных сторон, меняются требования к качеству и скорости выполнения задач. Основные вызовы, с которыми сталкиваются компании в процессе управления проектами, включают:

1. Рынок становится все более подверженным неожиданным изменениям – экономические кризисы, изменения в законодательстве, технологические прорывы или природные катастрофы могут серьезно повлиять на проектные сроки и бюджеты.

2. Компании часто сталкиваются с недостатком специалистов, обладающих навыками управления проектами на высоком уровне. В результате многие проекты испытывают трудности с реализацией из–за недостаточного опыта менеджеров или членов команды.

3. С увеличением популярности удаленной работы и международных проектов возникает проблема координации и взаимодействия распределенных команд, что может приводить к недопониманиям, задержкам и низкой эффективности выполнения задач.

4. Многие компании все еще не в полной мере используют цифровые инструменты для автоматизации процессов управления проектами, что приводит к неэффективному использованию ресурсов и низкой прозрачности процессов.

Для успешного решения перечисленных вызовов компании могут использовать различные стратегии и подходы, направленные на оптимизацию системы управления проектами. Одним из основных способов повышения

эффективности управления проектами является внедрение гибких методологий, таких как Agile и Scrum. Эти подходы ориентированы на многократное выполнение задач, что позволяет быстрее реагировать на изменения, вносить корректировки в план проекта на любом этапе его реализации и сохранять гибкость в отношении конечных сроков.

Сегодня на рынке существует множество инструментов, которые могут помочь управлять проектами более эффективно. Такие системы, как Asana, Basecamp, Jira, Microsoft Project и другие, позволяют автоматизировать значительную часть рутинных процессов, улучшить контроль над выполнением задач, а также упростить коммуникацию внутри команды. Важно не только внедрять эти инструменты, но и адаптировать их под специфику компании и конкретного проекта.

Ключевую роль в успешной реализации проектов играет квалификация команды. Регулярное обучение сотрудников, повышение их профессиональных навыков в области проектного менеджмента и применение современных методологий управления помогают существенно повысить результативность проекта. Мотивация команды также играет важную роль в успешном выполнении задач, поэтому создание систем мотивации и удержания ценных сотрудников необходимо учитывать в рамках совершенствования системы управления проектами.

Четкие и регулярные коммуникации между всеми участниками проекта – важнейший аспект успешного управления. Прозрачность информации, возможность быстрого обмена данными и регулярные совещания позволяют избежать недопониманий и задержек в реализации проекта. Для этого могут быть использованы как цифровые платформы (Slack, Microsoft Teams), так и хорошо организованные процессы регулярных встреч и отчетности.

Кроме того, одним из наиболее важных аспектов успешного управления проектами является качественная оценка рисков на каждом этапе проекта и планирование мероприятий по их минимизации. Современные методы управления проектами предлагают инструменты для управления рисками, которые помогают предвидеть потенциальные проблемы и разрабатывать планы по их предотвращению.

Совершенствование системы управления проектами – это непрерывный процесс, требующий от организаций гибкости, инноваций и постоянного развития. Внедрение гибких методологий, цифровых инструментов, развитие компетенций команды и улучшение коммуникаций позволяют организациям адаптироваться к современным условиям и добиваться успеха в управлении проектами. Эти изменения помогают не только улучшить результаты конкретных проектов, но и повысить общую конкурентоспособность компании на рынке.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Голикова Г.В.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

**Тезисы докладов XII Всероссийской научно–практической
конференции для магистрантов**

ТОМ I

7 декабря 2024 г.

Заказ № _____ от 06 декабря 2024 г.

Тираж 40 экз.

**Отпечатано на множительной технике
экономического факультета ВГУ
394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 42в**

Для заметок
