

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»



ИНЖЕНЕРНЫЕ КАДРЫ – БУДУЩЕЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Материалы V Всероссийской
студенческой конференции

Йошкар-Ола, 5-8 ноября 2019 г.

Часть 8

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: НАУЧНЫЕ ПАРАДИГМЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

VII Всероссийский молодежный научный форум «Гранит науки – 2019:
Молодежь. Инновации. Менеджмент»

Йошкар-Ола
2019

УДК 378:62
ББК 74.48:30
И 62

Руководитель проекта
Андреанов Ю. С., начальник Управления
научной и инновационной деятельности ПГТУ

Редакционная коллегия:

Ларионова Н.И., д-р экон. наук, профессор, декан факультета
управления и права ПГТУ (председатель);

Двоеглазов В.В., канд. техн. наук, доцент, заведующий кафедрой
менеджмента и бизнеса ПГТУ;

Ялялиева Т.В., канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой
управления и права ПГТУ;

Судакова Н.Ю., канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и
бизнеса ПГТУ

И 62

Инженерные кадры – будущее инновационной экономики России:
материалы V Всероссийской студенческой конференции (Йошкар-Ола,
5-8 ноября 2019 г.): в 8 ч. *Часть 8. Актуальные вопросы современного
управления: научные парадигмы и практические аспекты (VII
Всероссийский молодежный научный форум «Гранит науки – 2019:
Молодежь. Инновации. Менеджмент»).* – Йошкар-Ола: Поволжский
государственный технологический университет, 2019. – 188 с. (Часть 8)
ISBN 978-5-8158-2133-0
ISBN 978-5-8158-2141-5 (Ч. 8)

Сборник подготовлен по результатам Всероссийского конкурса научно-исследовательских работ в рамках V Всероссийской студенческой конференции (Йошкар-Ола, 5-8 ноября 2019 г.) VII и Всероссийского молодежного форума «Гранит науки – 2019: Молодежь. Инновации. Менеджмент». Включает в себя четыре тематических раздела: «Государственное и муниципальное управление», «Менеджмент и маркетинг», «Управление инновациями» и «Управление качеством».

УДК 378:62
ББК 74.48:30

ISBN 978-5-8158-2141-5 (Ч. 8)
ISBN 978-5-8158-2133-0

© Поволжский государственный
технологический университет, 2019

ПРЕДИСЛОВИЕ

5-7 ноября 2019 года на базе факультета управления и права Поволжского государственного технологического университета состоялся VII Всероссийский молодежный научный форум «Гранит науки – 2019: Молодежь. Инновации. Менеджмент» в рамках Всероссийского студенческого форума «Инженерные кадры – будущее инновационной экономики России. Форум «Гранит науки: Молодежь. Инновации. Менеджмент» проводится на ежегодной основе в целях выявления способностей студентов, молодых исследователей к научно-исследовательской деятельности, интеграции студенческой научной и деловой активности в области управленческих наук и инноваций, формирования проектных инициатив, активной жизненной позиции молодежи и студенчества как кадрового резерва управления и экономики страны.

В мероприятиях Форума приняли участие 50 студентов из вузов четырех федеральных округов Российской Федерации (ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет», ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный технический университет», ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»), представители предприятий и организаций реального сектора экономики Республики Марий Эл.

В сборник вошли результаты научно-исследовательских работ участников форума, представленные во всероссийском конкурсе научно-исследовательских работ «Актуальные вопросы современного управления: научные парадигмы и практические аспекты» и заочном всероссийском конкурсе «Управленческая экономика в XXI веке». Содержание работ отражает достаточно высокий уровень подготовки студентов, разносторонность их интересов в области современного управления и инновационной экономики как на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, так и на уровне региона и государства.

Желаем всем участникам форума успехов в освоении вершин управленческой науки!

*С уважением, доктор экономических наук, профессор,
декан факультета управления и права ПГТУ
Н.И. Ларионова*

СЕКЦИЯ 1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

УДК 351

Бачина Оксана Николаевна

направление Государственное и муниципальное управление (магистратура),
гр.7М38 АУ-21

Научный руководитель Подолькина Елена Валерьевна

Канд. техн. наук, доцент кафедры управления
ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», г. Вологда

РАБОТА В СФЕРЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Цель работы – анализ молодежной политики в регионе и разработка направлений ее совершенствования. Участие молодежи в жизни общества в современном мире является актуальной проблемой, так как именно молодежи предстоит обеспечивать дальнейшее развитие России. Поэтому важно знать, как молодые люди оценивают современную социальную и политическую ситуацию страны. Однако они более позитивно, по сравнению с остальным населением, оценивают деятельность действующих органов власти и общественных институтов.

Актуальность исследования. По результатам анализа многих статистических данных и показателей возможно определить как положительные, так и негативные тенденции, характерные для поведения молодых людей в различных сферах жизни. Вот некоторые из них. Положительные – это, например, рост экономической активности, снижение уровня безработицы, что характерно для молодых людей в возрасте 25-29 лет. Среди негативных тенденций наблюдается, напротив, снижение уровня экономической активности, и это характерно преимущественно для молодых людей в возрасте 15-19 лет.

Одним из факторов, влияющих на степень вовлеченности молодежи в общественно-политические процессы и формирование взглядов ее представителей на политическую ситуацию, выступают средства массовой информации. Здесь преимущество по популярности имеют социальные сети по сравнению с печатными источниками информации.

В целях сохранения численного и качественного состава молодого населения на территории Вологодской области Правительством области разрабатывается и реализуется ряд программ. Например, это областные

программы: «Семья», «Ступени», «ПроАктив», «Развитие добровольчества в Вологодской области», «Во славу Отечества», «Содействие профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних», а также федеральная программа «Ты – предприниматель» в Вологодской области.

Некоторые программы развития молодежи рассчитаны на долгий срок (как правило, это 2014 – 2020 годы). Молодежные организации, функционирующие на территории Вологодской области и курирующие деятельность молодежи («Областной центр молодежных и гражданских инициатив «Содружество», «Молодежный центр «ГОР.СОМ 35») считают основной своей целью поддержку работающей молодежи и студенчества, защиту прав и отстаивание их интересов.

Также важным показателем участия молодежи в общественной жизни страны является такой показатель, как избирательная активность молодежи Вологодской области. На территории области живет порядка 410 тысяч человек в возрасте до 30 лет, из которых свыше 300 тысяч (75,5 %) находятся в городах и 100 тысяч человек (24,5 %) – в сельской местности. Общее число молодых людей, обладающих активным избирательным правом, составляет 192 800 человек. Одним из результатов организации работы с молодежью является положительная динамика ее участия в выборах. За последние четыре года возможно проследить явную положительную динамику. Если в 2014 году на выборы пришло 16,24 % молодых избирателей, включенных в списки избирателей, то в 2015 году – 21,93 %, а в 2016 и 2017 годах цифра стала выше 22 %.

Многие мероприятия, касающиеся развития деловых качеств молодежи в Вологодской области, реализуются в рамках региональной составляющей федерального проекта «Популяризация предпринимательства» национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». В рамках реализации проекта предусматривается:

- проведение информационной кампании, направленной на формирование положительного образа предпринимателя, разработанной Министерством экономического развития Российской Федерации;
- реализация обучающих программ, направленных на развитие надпрофессиональных компетенций у населения;
- проведение мероприятий, направленных на выявление у участников проекта предрасположенностей к профессиональным навыкам и компетенциям;

- проведение обучающих мероприятий, направленных на развитие предпринимательских и иных компетенций у участников проекта;
- реализация программ и проектов, направленных на вовлечение в предпринимательскую деятельность молодежи в возрасте 14 - 17 лет;
- проведение региональных этапов всероссийских мероприятий (конкурсов, премий и т. д.);
- реализация программы по наставничеству для начинающих предпринимателей;
- обеспечение участия в межрегиональных, общероссийских и международных мероприятиях, направленных на поддержку и развитие предпринимательства, участников федерального проекта «Популяризация предпринимательства».

Существует и другой, не менее интересный проект, действующий на территории области — это «Реализация и поддержка мероприятий, направленных на профилактику асоциальных проявлений в молодежной среде. Развитие молодежного добровольческого движения». Все мероприятия направлены на:

- формирование у молодежи здорового образа жизни и навыка сохранения здоровья, профилактику негативных явлений в молодежной среде;
- развитие добровольческого движения;
- создание условий для социализации молодежи, находящейся в трудной жизненной ситуации.

Предусматривается также:

- комплекс мероприятий по развитию добровольческой деятельности, включая образовательные слеты, форумы, сборы, семинары для участников добровольческого движения;
- проведение слетов, сборов для молодых людей, находящихся в трудной жизненной ситуации, и для несовершеннолетних, находящихся на учете в комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав;
- проведение научно-практической конференции по вопросам профилактики негативных явлений;
- организация социологических исследований, мониторингов среди различных групп молодежи по темам:
 - противодействие экстремизму и результативность его профилактики;
 - мониторинг молодежных сообществ.

Выводы. Молодежь – главный ресурс общества, его будущее. Но свое предназначение она выполнить не может, если ей не будут предоставлены определенные гарантии со стороны общества. Прежде

всего, она нуждается в необходимости приобретения знаний, которые будут соответствовать направлениям развития современности. Успешное сотрудничество молодежи и государства – залог эффективной работы различных сфер жизни общества в целом.

Список литературы

1. Девятловский, Д.Н. Социальная работа с молодежью / Д.Н. Девятловский. – Красноярск: СибГТУ, 2013 – 128 с.
2. Концепция государственной молодежной политики Российской Федерации. – Москва, 2005.
3. ФЗ от 29 ноября 2005 года N 1376-ОЗ «О государственной молодежной политике на территории Вологодской области»

УДК 351

Грачева Ирина Александровна

направление Государственное и муниципальное управление
(магистратура), гр.7М38 АУ-21

Научный руководитель **Игнатьевский Валерий Анатольевич**

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления

ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», г. Вологда

**АКТУАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

Цель работы – определение актуальных механизмов для реализации государственно-частного партнерства на территории России.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) является новым и модным выражением в современной системе управленческой практики. Его содержание и способы эффективного применения в современном российском государственном управлении изучены недостаточно глубоко. **Актуальность проекта** вызвана повышенным интересом к данной политике в органах государственной области. Данная тема подробно рассматривалась в рамках Совета по конкурентоспособности, наибольший акцент был сделан на транспортную инфраструктуру.

Развитию ГЧП уделяется много внимания на государственном уровне, на ГЧП возлагаются большие надежды. ГЧП позиционируют как «новая технология развития экономики» [1]. При этом отношение к проблеме неоднозначное. Существует даже мнение, что ГЧП может стать удобной формулой для реинкарнации «промышленной политики»,

подразумевающей под этим государственное субсидирование. Программа социально-экономического развития России на среднесрочную перспективу в рамках развития механизмов частно-государственного партнерства предполагает, что необходима разработка концепций развития специализированных государственных банков; разработка концепции развития государственных финансовых институтов развития.

На сегодняшний день государство и бизнес на сегодняшний день заинтересованы в развитии и модернизации всей инфраструктуры на федеральном и региональном уровне. Предполагается, что, мобилизация усилий всех участников позволит сделать новый качественный прорыв в данном направлении. На данный момент отношения между государством и бизнесом (частным партнерством) строятся на основе личного авторитета конкретного чиновника – губернатора, министра. Вследствие этого такие отношения не могут иметь длительную перспективу и очень подвержены коррупционным и монополистическим рискам. Поэтому, для улучшения этого партнерства и, действительно, его реализации, необходимо выработать принципы, на которых будут построены отношения данных двух субъектов, и создать четкую правовую основу, позволяющую защитить бизнес.

В данной время существования ГЧП законопроектом регулируются основные условия и порядок заключения соглашений о государственно-частном партнерстве между публичными образованиями, то есть Российской Федерацией, субъектами РФ и муниципальными образованиями, с одной стороны, и российскими и иностранными юридическими лицами, с другой стороны.

Проект Федерального закона предусматривает возможность передачи в собственность частному партнеру земельных участков, иных объектов недвижимого и движимого имущества, которые необходимы для реализации соглашения, и, наоборот, передачи частным партнером прав собственности на объект соглашения публичному партнеру. Частный партнер обязан выполнять две и более из следующих функций: проектирование, финансирование, строительство, реконструкцию, модернизацию, эксплуатацию, техническое обслуживание. Частные партнеры для участия и реализации государственных проектов отбираются по конкурсу, за исключением случаев, когда объект соглашения о государственно-частном партнерстве является земельным участком, на котором будет в дальнейшем размещен этот объект, а также находящаяся во владении, пользовании или собственности частного партнера. Публичным партнерам гарантируется возможность

осуществления контроля за деятельностью частных партнеров и ходом реализации проектов.

Законопроектом обязательно устанавливаются полномочия различных публичных образований по подготовке проектов государственно-частного партнерства и принятию решений об их реализации и регулируются соответствующие процедуры, в том числе предусматривается необходимость обоснования сравнительного преимущества реализации проекта государственно-частного партнерства над выполнением публичным партнером возложенных на него законодательством публичных функций путем размещения госзаказа. Большинство принятых в регионах законов о ГЧП носят декларативный характер. Они не содержат достаточного количества правовых норм, которые могли бы обеспечить надежную защиту интересов государственного и частного партнеров. Но, их наличие уже является положительным моментом, так как это указывает на стремление создания благоприятной среды для частных инвесторов, населения, а также позволяет региональному правительству направить свои возможности на привлечение инвестиций.

Принятие региональных законов также свидетельствует о понимании администрациями выгод от реализации ГЧП-проектов, которые не просто способствуют развитию местного бизнеса, созданию новых рабочих мест и увеличению налоговых поступлений, но и придают импульс развитию всей хозяйственно-экономической системы регионов. При принятии региональных законов, была утеряна возможность осуществления контроля и координации процесса развития ГЧП в России. Федеральный закон призван разрешить данный вопрос, а именно: сформировать единое правовое поле и четкое понимание того, что такое государственно-частное партнерство и как оно действует.

Федеральный закон должен быть максимально гибким и содержать широкое толкование форм государственно-частного партнерства. Это связано с тем, что структура каждого ГЧП-проекта требует индивидуального подхода и творческого отношения к нему, как со стороны государства, так и со стороны бизнеса. Предназначение Федерального закона – задавать вектор развития.

Основным направлением развития федерального законодательства о государственно-частном партнерстве должно стать формирование механизмов планирования и учета долгосрочных бюджетных расходов, исполнения обязательств по контрактам ГЧП, создания своей методологии оценки взаимосвязи предполагаемых результатов

реализации проектов и долгосрочных бюджетных расходов, расчета изменения будущей налогооблагаемой базы при реализации проекта. Реализация предлагаемых правовых механизмов государственно-частного партнерства позволит решить несколько задач: повысить эффективность взаимодействия государства и бизнеса, эффективность использования государственных ресурсов, исполнения государственных полномочий и инвестиционную привлекательность российской экономики и отдельных регионов.

Список литературы

1. Варнавский В.Г. Процессы институциональной адаптации частно-государственного партнерства к реальной экономике очень сложны // URL: http://www.opec.ru/point_doc.asp?tmpl=point_doc_print&d_no=50580#33
2. Варнавский В.Г. Частно-государственное партнерство // Сайт «Экспертный канал “Открытая экономика” // URL: http://www.opec.ru/article_doc.asp?d_no=50578
3. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект // URL: rusrand.ru/public/public_7.html
4. Regional management of district heating / N Sovetova, A Sinitsyn, E Tritenko, O Derevianko, L Mukhametova, A Fedukhin, S Makoev and A Kalyutik // N Sovetova et al 2019 IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 288 012121

УДК 342.5

Долганова Анастасия Николаевна

направление Государственное и муниципальное управление, гр. ГМУ-41

Научный руководитель **Букатина Екатерина Геннадьевна**

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления и права
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА В СФЕРЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

В статье рассмотрены нормативно-правовые основы реализации политики государства (международный, федеральный, региональный и местный уровни) в сфере противодействия коррупции в РФ.

Ключевые слова: коррупция; антикоррупционное законодательство; нормативные правовые акты; орган государственной власти; противодействие коррупции; федеральный закон.

С 90-х годов наблюдаются тенденция становления обновленной государственности современной России, основная цель - навести порядок во всех сферах жизнедеятельности общества и обеспечить безопасность проведения реформ на благо государства. Но страна столкнулась с рядом многолетних и укоренившихся проблем коррупционных явлений, когда государственный механизм работает не эффективно.

Таким образом, в настоящее время в российской правовой системе не отражено единой отрасли законодательства по борьбе с коррупцией. Существующее антикоррупционное законодательство РФ располагается в различных отраслях права и находится в нормативных правовых актах различного уровня.

Так федеральный закон «О противодействии коррупции», предлагает несколько уровней источников права, содержащих нормы по противодействию коррупции: Конституция РФ, ФКЗ РФ, международные договоры РФ, ФЗ РФ, НПА Президента РФ, НПА Правительства РФ, акты иных федеральных органов государственной власти, акты органов государственной власти субъектов РФ, МПА [3]. Влияние этих источников права в борьбе с коррупционными проявлениями не равносильно. Это взаимосвязано с методами правового регулирования, которые предусмотрены в правовом акте (рис. 1).

Коррупция имеет большой спектр, который она пронизывает: органы власти, общественные организации, предпринимателей, государство в целом. Влияние коррупции негативно отражается на всех слоях общества. Как регулярно говорит Президент России В.В. Путин на ежегодных посланиях к Федеральному собранию [2] «Ни должности, ни былые заслуги не могут быть прикрытием для нечистых на руку представителей власти». «Борьба с коррупцией - это не шоу, она требует ответственности и профессионализма».

К примеру, по данным Генпрокуратуры РФ [1] в 2018г. благодаря принятым мерам прокурорского реагирования, было выявлено 231 тыс. нарушений законодательства о противодействии коррупции. Наиболее существенная часть выявленных прокурорами нарушений (74,7 тыс.), связана с неисполнением государственными и муниципальными служащими, иными должностными лицами обязанностей, несоблюдением запретов и ограничений, установленных в целях противодействия коррупции. Основную массу (67,2 тыс.) случаев из них, составляют представления неполных или недостоверных сведений о доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера.

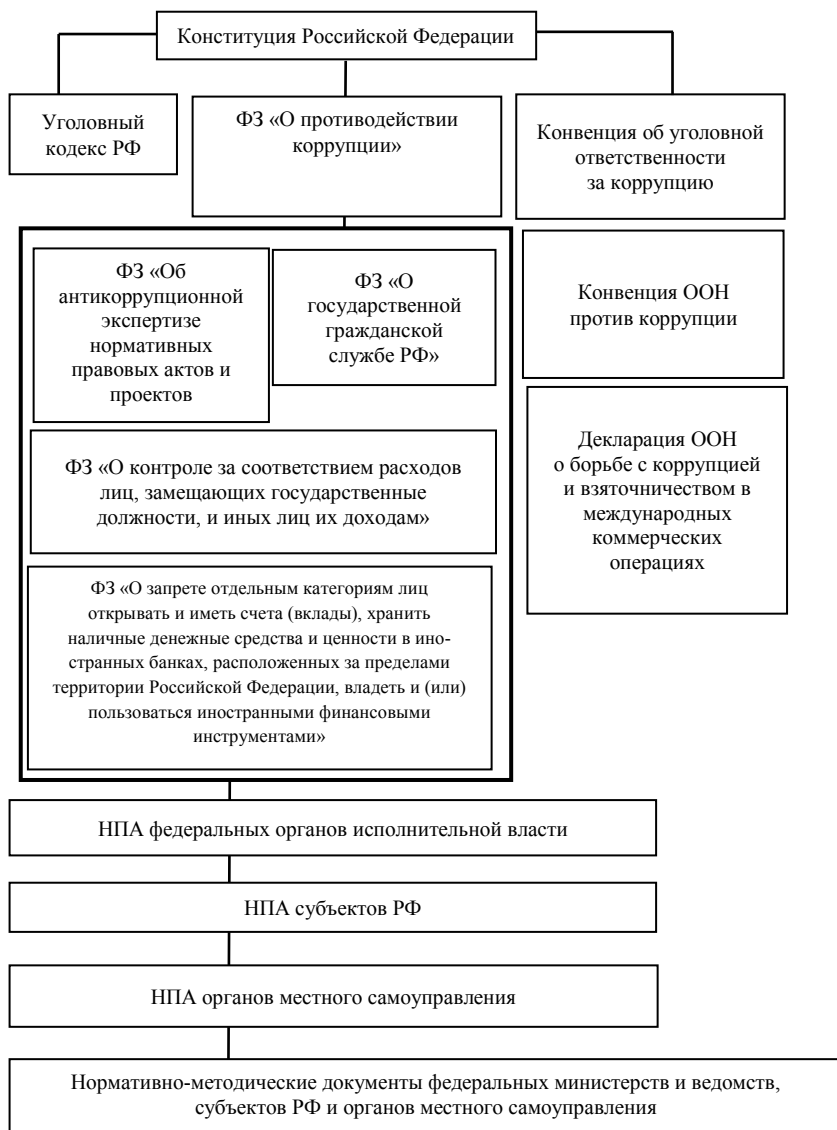


Рисунок 1. НПА в сфере противодействия коррупции

I. Среди основных нормативных правовых актов (НПА) федерального уровня следует назвать:

- Федеральный закон РФ от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» (с изм. от 26 июля 2019 г.);

- Указ Президента РФ от 8 июля 2013 г. № 613 «Вопросы противодействия коррупции» (с изм. от 15 июля 2015 г.);

- Указ Президента РФ от 19 мая 2008 г. № 815 «О мерах по противодействию коррупции» (с изм. от 13 мая 2019 г.);

- Указ Президента РФ от 8 марта 2015 № 120 «О некоторых вопросах противодействия коррупции» (с изм. от 15 июля 2015 г.);

- Указ Президента РФ от 21 июля 2010 г. № 925 «О мерах по реализации отдельных положений ФЗ «О противодействии коррупции».

С целью объединения усилий органов различного уровня, а также институтов гражданского общества, организаций и физических лиц, ориентированных на противодействие коррупции в РФ, был утвержден Указ Президента РФ от 29.06.2018 № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018 - 2020 годы» [4], основная цель которого направлена в будущем на антикоррупционную деятельность.

II. Международные нормативные правовые акты. Основными международными актами, нацеленными на борьбу с коррупцией, являются Конвенция об уголовной ответственности за коррупцию от 27 января 1999 г., Конвенция ООН против коррупции от 31 октября 2003 г. и Декларация ООН о борьбе с коррупцией и взяточничеством в международных коммерческих операциях от 16 декабря 1996 г.

Конвенция об уголовной ответственности за коррупцию от 27 января 1999 г. устанавливает, что коррупция угрожает верховенству закона, демократии и правам человека, при этом подрывая принципы надлежащего государственного управления, равенства и социальной справедливости, препятствует развитию конкурентных преимуществ, затрудняет экономическое развитие и угрожает стабильности демократических институтов.

Правовую основу противодействия коррупции составляют НПА национального законодательства, устанавливающие поведение в качестве противоправного, речь идет об уголовном законодательстве [5].

III. Законодательство субъектов РФ, НПА органов МСУ. Органы государственной власти субъектов РФ играют определяющую роль в реализации антикоррупционной политики, поэтому правовое регулирование деятельности по противодействию коррупции на

региональном уровне имеет важное значение для повышения эффективности противодействия коррупции в государстве в целом.

То, что Россия занимает нижние позиции в рейтинге противодействия коррупции, крайне отрицательно сказывается как на перспективах экономического роста и повышении инвестиционной привлекательности нашего государства, так и на общем доверии граждан к серьёзности усилий власти по противодействию коррупции. К сожалению, данное явление искоренить полностью невозможно, так как коррупция имеет прочное основание в социально-экономическом и политическом устройстве общества, но есть возможность снизить ее масштабы.

Список литературы

1. Генеральная прокуратура РФ. Главное управление правовой статистики и информационных технологий. Состояние преступности в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://genproc.gov.ru/>
2. Ежегодное Послание Президента РФ В.В. Путина Федеральному Собранию 2019г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
3. О противодействии коррупции [Электронный ресурс]: ФЗ от 25 дек. 2008 г. № 273-ФЗ (ред. от 26.07.2019) // КонсультантПлюс: справ. правовая система.
4. О Национальном плане противодействия коррупции на 2018 - 2020 годы [Электронный ресурс]: указ Президента РФ от 29.06.2018 № 378// КонсультантПлюс: справ. правовая система.
5. Уголовный кодекс РФ от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 02.08.2019) // Собрание законодательства РФ. - 1996 - № 25.

УДК 377.17

Клдиашвили Кристина Роландиевна,

направление Государственное и муниципальное управление, гр. ГМУ-31

Научный руководитель Букатина Екатерина Геннадьевна

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления и права
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

В статье рассмотрены нормативно-правовые основы реализации политики государства по формированию здорового образа жизни у молодого поколения.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, здоровье, спорт, профилактика здоровья, молодежь.

В современном мире существенно нарастает осознание роли физической культуры как фактора совершенствования природы человека и общества. Одним из социальных феноменов является здоровый образ жизни населения в целом, т.к. объединяет людей, способствует развитию национальных идей, здорового общества и сильного государства.

Актуальность данного исследования вызвана тем, что ежегодно вопросы формирования здорового образа жизни молодого поколения поднимаются на разных уровнях власти, и в решении проблем в этой сфере заинтересованы все, как государство, так и граждане. Однако НПА не в полной мере раскрывают сущность здорового образа жизни, как необходимого компонента жизнедеятельности человека. Это создает трудности в его понимании и правовом обеспечении, однако нормативно-правовая база по формированию здорового образа жизни с каждым годом совершенствуется.

Законодательство о физической культуре и спорте – комплексная по своему характеру и значительная по объему часть законодательства РФ, включающая нормы конституционного, гражданского, трудового, международного права.

Основы реализации политики государства по формированию здорового образа жизни среди молодежи закреплены в ряде международных и российских НПА (рис.1).

Так, к примеру, в Европейском манифесте «Молодые люди и спорт» говорится о том, что спорт должен быть доступен всем молодым людям. По биологическим особенностям для молодых людей физическая активность является естественной формой движения, основанной на элементах игры. Занятия спортом должны быть направлены на развитие физических, психических и социальных качеств, должны обучать этическим нормам справедливости и дисциплины, воспитывать уважение к себе и другим людям, обучать терпимости и ответственности для жизни в демократическом обществе, воспитывать самоконтроль, пропагандировать здоровый образ жизни.

На уровне же РФ положения международного законодательства нашли отражение в Конституции РФ, Гражданском и Трудовом кодексах и иных федеральных законах и указах Президента, а также законах субъектов РФ о физической культуре и спорте.



Рисунок 1. Нормативно-правовая основа деятельности органов государственной власти по формированию здорового образа жизни среди молодежи

В ст.41 Конституции РФ закреплено право граждан на охрану здоровья и бесплатную медицинскую помощь в государственной и муниципальной системе здравоохранения. Государство предоставляет гражданам защиту от любых форм дискриминации, обусловленной наличием у них каких-либо заболеваний[1].

Основным НПА, регулирующим отношения в сфере охраны здоровья, является федеральный закон РФ «Об основах охраны здоровья граждан в РФ». Суть заключается в принципах охраны здоровья, полномочиях всех уровней власти в сфере охраны здоровья, правах и обязанностях граждан в сфере охраны здоровья. Рассматриваются программные мероприятия государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи, финансовое обеспечение в сфере охраны здоровья, а также организация контроля и ответственность в сфере охраны здоровья [4].

Также в п. 3 ст. 30 данного закона закреплены основные аспекты формирования здорового образа жизни у граждан путем обеспечения проведения мероприятий, основная цель которых получение достоверной информации гражданами о факторах риска для их здоровья; создания условий для ведения здорового образа жизни, в том

числе для занятий физической культурой и спортом и формирования мотивации к ведению здорового образа жизни. Ведение здорового образа жизни не должно сводиться только к занятиям спортом и отсутствию вредных привычек, здесь необходимо делать акцент на правильное питание, оптимальное сочетание режима труда и отдыха, хороший и долгий сон. Основная цель этих мероприятий – это профилактика, сохранение и укрепление здоровья человека[4].

Также ряд федеральных законов имеют значение сточки зрения правового регулирования в сфере обеспечения здорового образа жизни, такие как: «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения РФ» [2], «О физической культуре и спорте в РФ»[3] и др. На уровне субъектов РФ также принимаются НПА, региональные программы, направленные на формирование у населения здорового образа жизни и профилактику заболеваний.

Так в Республике Марий Эл действуют следующие локальные нормативные акты, необходимые для обеспечения здорового образа жизни среди молодежи: Закон Республики Марий Эл «О физической культуре и спорте в Республике Марий Эл» [3], Постановление Правительства Республики Марий Эл "О государственной программе Республики Марий Эл "Развитие физической культуры, спорта, туризма и молодежной политики в Республике Марий Эл" на 2013 - 2025 гг." [5] и др.

Каждый человек может быть уверен в своих правах и может обратиться в соответствующий орган в случае их нарушения. Система законодательства должна совершенствоваться, т.к. все больше появляется новых видов спорта, спортивных секций, сооружений. Формирование здорового образа жизни должно стать национальной идеей нашего государства и воплощаться в действительность посредством семьи, школы, средств массовой информации.

Все вышеперечисленные нормативные акты содержат информацию о том, что занятие спортом является необходимым условием для хорошего самочувствия, настроения, а самое главное - долголетия.

Таким образом, важными элементами здорового образа жизни являются следующие моменты: режим труда и отдыха; оптимальный режим движения; добросовестный труд; избегание вредных привычек; занятия личной гигиеной, закаливанием, рациональным питанием и т.д.

Быть здоровым в наше время – это огромный труд над собой и каждодневные усилия, тренировки, правильное питание. Если не учитывать хотя бы один из вышеперечисленных компонентов, то будет сложно добиться идеального физического и морального состояния и

покоя. Нужно помнить, что здоровый человек не тот, кто отказался от алкоголя и сигарет, а кто готов изменить свои приоритеты и начать думать о своем состоянии здоровья. Жить без вреда для своего здоровья в современном мире это, к сожалению, сложная, но достижимая цель, к которой должны стремиться все больше и больше молодых людей.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2009. – № 4.
2. О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения. - Федеральный закон РФ от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ.
3. О физической культуре и спорте в Республике Марий Эл. - Закон РМЭ от 30 декабря 2008 г. № 81-З.
4. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации Федеральный закон РФ от 21 ноября 2011 г. №323-ФЗ.
5. О государственной программе Республики Марий Эл "Развитие физической культуры, спорта, туризма и молодежной политики в Республике Марий Эл на 2013 – 2025 годы". - Постановление Правительство Республики Марий Эл от 30 ноября 2012 г.

УДК 93

Краснощёкова Надежда Игоревна,

направление Государственное и муниципальное управление, гр. ГМУ-21

Научный руководитель **Букатина Екатерина Геннадьевна**

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ВОВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В ВОЛОНТЕРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В статье рассмотрены сущность, содержание и направления волонтерской деятельности как социокультурного феномена развития российского общества на современном этапе и рассмотрена роль молодежи в этом.

Ключевые слова: волонтерская деятельность, молодежь, Декларация Добровольчества, молодежная политика.

Волонтерская деятельность зародилась еще в первые века Христианства. Основным принципом любой эпохи является помощь другим людям, зачастую более слабым, чем ты. В СССР волонтерство набирает обороты в 80-х гг., связано это было, безусловно, с ростом проблем в обществе, в решении которых при современной экономической ситуации волонтеры стали незаменимым элементом. Также популярность волонтерства выросла при подготовке к Олимпийским играм 1980 и 2014 гг. в г. Москва и г. Сочи, т.к. роль в организации ряда мероприятий легла на их плечи.

С исторических времен русскому народу присуще добровольно помогать ближним, так, например, у нас были сёстры милосердия, тимуровское движение, общества охраны природы и памятников и т.д. Какой бы ни был общественный строй для человека важна идея добровольной и бескорыстной помощи и это никогда не будет забыто и отвергнуто.

Волонтерская деятельность – это инструмент культурного, социально-экономического, экологического развития, способствующий реализации основных нравственных потребностей человечества и осуществляющийся в рамках разного рода ассоциаций, являющийся добровольным выбором каждого человека и отражающим личные взгляды и позиции.

В современной России развитию волонтерской деятельности уделяется огромное внимание, а также решению проблем, связанных с этим. Основными направлениями добровольческой (волонтерской) деятельности являются (рис. 1). Кроме того, развиваются такие направления, как добровольчество в чрезвычайных ситуациях и культурное добровольчество.

Для общества необходимо четко осознавать значимость волонтерства, какой вклад оно может преподнести в развитии страны, и это во многом предопределяет будущее, поэтому назрела необходимость в принятии ряда документов.

Так в 2001 г. была принята Декларация Добровольчества, и этот год стал считаться Годом Добровольцев. В документе дается понятие добровольчества, что это «фундамент гражданского общества, оно привносит в жизнь потребность в мире, свободе, безопасности и справедливости». В тоже время – это способ хранения, упрочения и преумножения человеческих ценностей, реализации прав и обязанностей людей, их стремления к личностному росту, через осознание человеческого потенциала. Любой человек, независимо от его пола, возраста, культурных и этнических особенностей, религии имеет

право свободно посвящать время, талант, энергию, другим людям, не ожидая за это вознаграждения.

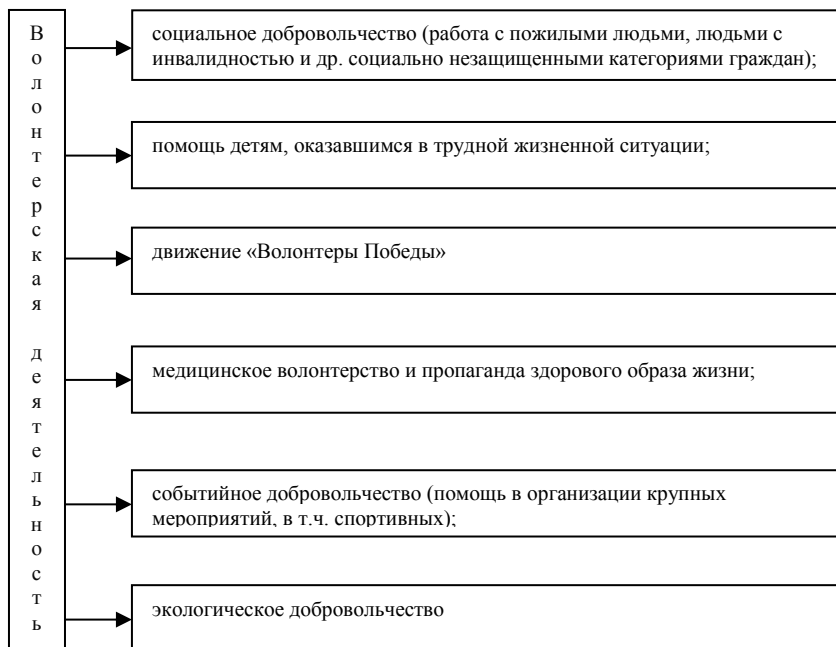


Рисунок 1. Направления волонтерской деятельности

В декабре 2017 г. президент России В. Путин объявил 2018 год Годом добровольца (волонтера), где он сказал: «это должно стать «признанием заслуг [волонтеров] перед людьми, перед самыми простыми гражданами, которым волонтеры оказывают помощь и поддержку», а также оценкой их «колоссального вклада в развитие страны» [3], а 5 декабря стал национальным Днем волонтера - эта дата совпадает с Международным днем волонтера, который был установлен решением Генассамблеи ООН в 1985 г.

За 2018 г. выросло в 2 раза (с 7 млн. до 14 млн. чел.) волонтеров в многочисленных мероприятиях и акциях [1]. По данным Росстата чаще всех безвозмездно помогают женщины, особенно пожилого возраста, так в возрастной группе 50–59 лет их число в 2,1 раза выше, чем мужчин. Самый активный возраст – это граждане 30-39 лет.

Молодежь, как видим, наиболее социально активная демографическая группа, которая может стать (и в частных случаях является сейчас) основой крупномасштабного волонтерского движения, поэтому важно ее привлекать к волонтерской деятельности. Какие плюсы дает работа волонтером:

- возможность получения уникального опыта и новых знаний;
- расширение кругозора;
- встреча с единомышленниками, которых волнуют те же проблемы;
- вовлечение в деятельность, о которой раньше и не задумывался;
- развитие навыков общественной деятельности;
- формирование нравственных, духовных ценностей и активной гражданской позиции;
- приобретение дружеских отношений, которые могут перерасти в долгосрочные партнерские отношения и др.

По данным Росстата в среднем около 9 часов в месяц граждане тратят на волонтерскую деятельность. Помощь в основном заключается в виде озеленения в своем населенном пункте, сбора средств на благотворительность, бесплатной медицинской или юридической консультации, животным [1]. Помогают детям, старикам и инвалидам.

В республике Марий Эл также складывается определенная инфраструктура по формированию опорных площадок по развитию добровольчества во всех муниципальных районах. Например, в центре развития волонтерской деятельности во Дворце молодежи Республики Марий Эл, который в 2017 г. вошел в состав Ассоциации волонтерских центров России организуются обучающие семинары, республиканские добровольческие и благотворительные акции, конкурсы добровольческих проектов. К началу 2018 г. число граждан, принимающих участие в добровольческой (волонтерской) деятельности увеличилось до 35 тыс. чел. В задачи опорных площадок входит пропаганда добровольчества, координация добровольческих действий, тиражирование успешного опыта и оказание методической поддержки добровольческих объединений.

Активно развивается в Республике Марий Эл добровольческое (волонтерское) движение – одно из приоритетных направлений государственной молодежной политики. В настоящее время в республике насчитывается 11 297 добровольцев (волонтеров) [2].

В органах исполнительной власти Республики Марий Эл в соответствии с приказами указанных органов власти назначены ответственные лица из числа заместителей руководителей органов исполнительной власти Республики Марий Эл, координирующие

взаимодействие с добровольческими (волонтерскими) организациями, реализующими добровольческие (волонтерские) проекты в рамках курируемой отрасли, а также несущие персональную ответственность за работу с добровольцами (волонтерами) в рамках своей компетенции.

Таким образом, можно сделать следующий вывод, что волонтерская деятельность, безусловно, способствует улучшению качества жизни, развитию солидарности между людьми, более уравновешенному экономическому и социальному развитию и в дальнейшем дает возможность создавать новые профессии и открывать новые рабочие места.

Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/>
2. Официальный сайт территориального органа федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maristat.gks.ru/>
3. Официальный сайт ТАСС (ведущее государственное информационное агентство России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/5876263>

УДК 351.853

Кулькова Дина Николаевна

направление Государственное и муниципальное управление
(магистратура), гр.7Б38 ГМУ-41

Научный руководитель Советова Надежда Павловна,

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления
ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», г. Вологда

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Цель работы – анализ региональной системы социальной защиты населения и выявление направлений ее совершенствования.

Одним из индикаторов роста социально-экономического уровня развития регионов выступает численность населения, особенно трудоспособного возраста, соответственно и социальная защита населения выступает одной из форм развития общества. В регионах расчет число целевых программ по поддержке социально незащищённых слоев населения, проводятся научные конференции по вопросам социальной защиты населения. Мы считаем, что от активной гражданской позиции лидеров молодежи, пожилых людей, лиц с

ограниченными возможностями зависит исход реализации многочисленных программ поддержки. **Актуальность данного исследования** вызвана необходимостью расширения сфер социальной защиты населения и привлечения большего числа молодых людей к данной сфере деятельности на условиях волонтерства.

Социальной защитой является система законодательных, социально-экономических и морально-психологических гарантий, средств и мер, которые обеспечивают приемлемое качество жизни человека в стране. В Вологодской области одной из важнейших и первоочередных задач в сфере социальной защиты является поддержка многодетных семей. Семьям и одиноко проживающим гражданам, нуждающимся в социальной поддержке в связи с низкими доходами, предоставляются выплаты, назначаемые адресно – это субсидии на оплату жилого помещения и коммунальных услуг, а также государственная социальная помощь. Кроме оказания материальной помощи жителям осуществляется и социальное программное обеспечение. Например, программами социальной адаптации семей с детьми предусмотрены мероприятия по полноценному воспитанию, обеспечению интересов всестороннему развитию детей, созданию благоприятных комфортных условий проживания, повышению уровня психологической комфортности в семьях, ведению родителями здорового образа жизни, трудоустройству родителей, осуществлению ухода за земельными участками, придомовой территории, развитию домашнего животноводства (птицеводства).

Основными задачами социальной защиты выступают реализация социальных прав и гарантий, установленных законом, гражданам; приспособление системы социальной защиты к изменениям социально-экономических условий; развитие учреждений социального обслуживания, расширение существующего перечня социальных услуг; поддержка негосударственных форм социальной поддержки; подготовка кадров социальных работников. Так, в регионе наблюдается ежегодный рост количества семей, получающих выплаты в связи с рождением третьего и последующего ребенка «областной материнский капитал», к уровню 2012г. число данных семей возросло в 5,5 раз. 7,5% семей в общей численности семей региона получают субсидии на оплату жилого помещения и коммунальных услуг.

Для совершенствования деятельности по социальной защите населения в Вологодской области предлагаем расширить перечень оказываемых социальных услуг путем введения услуг психологической помощи. При успешном внедрении данной услуги и активном его

использовании ожидается тенденция на сокращение негативного состояния жителей Вологодской области и снижение уровня заболеваемости.

Вторым мероприятием по совершенствованию деятельности по социальной защите населения в Вологодской области считаем целесообразным привлечение волонтеров для оказания помощи гражданам, нуждающимся в помощи социальной поддержки, т.к. численность данной категории людей составляет более 90 тысяч человек. Оказание помощи будет осуществляться в течение недели, без графиков, обязательных посещений, лишь по необходимости договоренности граждан с волонтерами по следующим видам услуг: помощь по хозяйству (поход в магазин, аптеку, уборка в доме, настройка цифрового ТВ, приготовление пищи, прогулка с гражданином, чтение книг, стрика белья и т.д.), помощь детям в выполнении уроков, времяпрепровождение с детьми. В качестве волонтеров рекомендуются студенты очной формы, обучающиеся на направлениях подготовки психология, социальная помощь, государственное и муниципальное управление, физическая культура и спорт и других.

Выводы. На основе проведенного анализа и полученных результатов считаем, что система социальной защиты населения в регионе эффективна, но требует совершенствования в части расширения спектра оказываемых услуг и использования волонтерства. Преимуществами волонтерства является в первую очередь гуманное отношение к людям, что всегда было очень ценным моментом, с которым в настоящее время имеются трудности. Во-вторых, волонтерство учит взаимовыручке, умению налаживать контакты с людьми и быть бескорыстным, т.е. волонтерство является необходимой деятельностью в обществе, которая положительно сказывается на обеих сторонах.

УДК 377.17

Павлюткин Максим Владимирович

направление Государственное и муниципальное управление, гр. ГМУ-41

Научный руководитель Букатина Екатерина Геннадьевна

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА В СФЕРЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ

В статье рассмотрены нормативно-правовые основы реализации политики государства в сфере патриотического воспитания молодежи, как на уровне Российской Федерации, так и Республики Марий Эл.

Ключевые слова: патриотизм, патриотическое воспитание, молодежь, государственная молодежная политика.

Актуальность данного исследования вызвана тем, что в современных условиях модернизации российского общества встают проблемные вопросы формирования у молодого поколения представлений о патриотизме как духовных и культурных ценностях. Безусловно, в условиях трансформирующегося общества, патриотическое воспитание - это ориентир для молодёжи и если его недооценивать, то результат будет плачевный. Правовая база, как на международном уровне, так и в России содержит мало информации о военно-патриотическом развитии молодежных организаций, что говорит о том, что данный вопрос не является приоритетным в ряде государств. Таким образом, назревает необходимость внедрения новых нормативно-правовых актов (НПА) для поддержания значимости патриотических тенденций среди молодого поколения.

Основы патриотического воспитания молодежи имеют закрепление в международных и российских НПА. Некоторые из них представлены в таблице. Так, например, в Декларации о распространении среди молодежи идеалов мира, взаимного уважения и взаимопонимания между народами сказано, что молодежь должна воспитываться в духе мира, свободы, справедливости, взаимного уважения и взаимопонимания, что поспособствует установлению правил для равноправия людей и в целом народов, социально-экономическому прогрессу, разоружению и поддержанию международного мира и безопасности. Все эти, безусловно, сформирует патриотические чувства у молодого поколения, так как патриотизм начинается именно со справедливости, взаимопонимания и уважения.

Важным НПА патриотического воспитания граждан является Конституция РФ. Так, в ст. 59 отмечается, что защита Отечества является долгом и обязанностью гражданина РФ [1]. Для усиления эффективности гражданско-патриотического воспитания молодежи Правительством РФ была разработана и принята ФЦП «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2016-2020 гг.». Основные цели и задачи программы предполагают дальнейший рост патриотизма в стране и ориентированы на все социальные слои и возрастные группы граждан.

Таблица - Нормативно-правовая структура управления молодежной политикой в сфере патриотического воспитания молодежи

НПА	Конституция РФ
	Международные соглашения
	- Декларация о распространении среди молодежи идеалов мира, взаимного уважения и взаимопонимания между народами
	- Об участии молодежи в общественной жизни на местном и региональном уровне
	- Декларация о руководящих принципах сокращения спроса на наркотики
	Федеральные законы РФ
	- Об общественных объединениях
	- О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений
	- Об основных гарантиях прав ребенка в
	Указы Президента РФ
	- О дне российского студенчества
	- О мерах государственной поддержки талантливой молодежи
	- О Стратегии государственной национальной политики РФ на период до 2025 г.
	- О мерах государственной поддержки лиц, проявивших выдающиеся способности
	Законы субъектов РФ
	- Постановление Правительства РМЭ «О государственной программе РМЭ «Патриотическое воспитание граждан и допризывная подготовка молодежи к военной службе» на 2016 - 2020 гг.
	- Постановление Правительства РМЭ «О государственной программе РМЭ «Развитие образования и молодежной политики» на 2013 - 2020 гг., подпрограмма «Государственная молодежная политика и вовлечение молодежи в социальную практику»
	НПА органов местного самоуправления
	Нормативно-методические документы федеральных министерств и ведомств, субъектов РФ и органов местного самоуправления
	- документы министерства образования и науки РМЭ (до 31.12.2018 г.); министерства молодежной политики, спорта и туризма РМЭ; органов МСУ, осуществляющих управление в сфере образования, спорта, патриотического воспитания и работы педагогическими коллективами образовательных организаций

Для усиления эффективности гражданско-патриотического воспитания молодежи Правительством РФ была разработана и принята ФЦП «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2016-2020 гг.». Основные цели и задачи программы предполагают дальнейший рост патриотизма в стране и ориентированы на все социальные слои и возрастные группы граждан.

Благодаря данной программе ожидается значительное повышение уровня военно-патриотического воспитания граждан, направленного на обеспечение их готовности к защите Родины, укрепление престижа службы в Вооруженных Силах РФ и правоохранительных органах РФ, а также повышение уровня социальных коммуникаций между российским обществом и Вооруженными Силами РФ, правоохранительными органами и организациями [4].

Подготовлены ряд документов Российского государственного военного историко-культурного центра при Правительстве РФ

(Росвоенцентр) для воспитания молодого поколения патриотическим тенденциям. Также зафиксированы протоколы заседания рабочей группы Российского организационного комитета «Победа» по координации работы патриотического воспитания граждан.

Реализация государственных программ Республики Марий Эл «Развитие образования и молодежной политики» на 2013 - 2020 гг., подпрограмма «Государственная молодежная политика и вовлечение молодежи в социальную практику», и «Патриотическое воспитание граждан и допризывная подготовка молодежи к военной службе» на 2016-2020 гг. позволили в целом создать систему патриотического воспитания на республиканском уровне, в муниципальных образованиях и обеспечить ее устойчивое функционирование. Итогом реализации программ стало углубление в массовом сознании граждан понимания российского патриотизма как духовного ориентира и важного ресурса развития современного российского общества [4,5].

Также, большую роль в формировании патриотизма среди молодежи играет Федеральный закон "О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений" [2]. Государственная поддержка молодежных и детских объединений осуществляется в соответствии с рядом принципов:

- равенство прав на поддержку молодежных и детских объединений;
- приоритет общих гуманистических и патриотических ценностей в деятельности молодежных и детских объединений;
- признание самостоятельности молодежных и детских объединений и их прав на участие в определении мер поддержки.

В распоряжении Правительства РФ «Об утверждении основ государственной молодежной политики на период до 2025 г.» важным направлением является воспитание патриотично настроенной молодежи с независимым мышлением, которые обладают профессиональными знаниями, созидательным мировоззрением, демонстрируют высокую культуру, в том числе культуру межнационального общения, ответственность и способность принимать самостоятельные решения, цель которых повысить благосостояние нашей Родины, населения и своей семьи [3]. Ежегодно утверждается план основных республиканских мероприятий по гражданскому и патриотическому воспитанию молодежи в Республике, составленный на основании предложений органов исполнительной власти, осуществляющих деятельность в сфере патриотического воспитания молодежи, ветеранских общественных организаций. По плану проводятся тематические и памятные мероприятия с обучающимися, приуроченные к ключевым историческим датам, военно-патриотические лагеря и сборы, военно-спортивные игры, массовые патриотические акции. Работа ведется постоянно – с января по декабрь – с охватом более 120 тысяч подростков и молодежи.

Формирование патриотического сознания у молодежи, её патриотическое воспитание могут стать одним из приоритетных направлений внутренней политики государства, так как патриотизм может стать важнейшим фактором консолидации и политической стабилизации современного российского общества.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что деятельность всех молодежных отрядов и объединений в сфере патриотического воспитания, имеет законодательное закрепление на всех уровнях власти, включая, федеральный, региональный и местный, а также международный. Государство создает базу для развития личности, начиная с детского возраста, поэтому молодежь может проявлять себя и не бояться своих стремлений.

Список литературы

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993г.) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008г. - № 6-ФКЗ, от 30.12.2008г. - № 7-ФКЗ, от 05.02.2014г. - № 2-ФКЗ).
2. О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений. - Федеральный закон РФ от 28.06.1995 г. №98-ФЗ
3. Об утверждении основ государственной молодежной политики РФ на период до 2025 года. - Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 г. №2403-р.
4. О государственной программе «Развитие образования и молодежной политики» на 2013 - 2020 гг., подпрограмма «Государственная молодежная политика и вовлечение молодежи в социальную практику». - Постановление Правительства РФ от 30.11.2012 г. № 452
5. Патриотическое воспитание граждан и допризывная подготовка молодежи к военной службе на 2016-2025 годы. - Постановление Правительства РФ от 10.10.2016 г. №440

УДК 351.853

Скворцова Алина Олеговна

направление Государственное и муниципальное управление
(магистратура), гр.7Б38 ГМУ-41

Научный руководитель **Советова Надежда Павловна,**

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления
ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», г. Вологда

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Цель работы – оценка потенциала муниципального образования и разработка направлений по созданию условий для активного и культурно-познавательного отдыха и туризма на территории муниципального

образования посредством формирования ландшафтного парка активного отдыха.

В современных условиях информационного общества невозможно жить без места для культурного отдыха. Парк - это самое демократичное и экологически чистое место для досуга. В настоящее время все большее значение приобретают мероприятия по улучшению окружающей среды, озеленению, благоустройству городов и населенных мест. Возрастает значение естественной природы в озеленении города, формировании его внешнего облика. Все более актуальным становится создание новых парков, скверов, бульваров, лесопарков. В современном городе открытые пространства, отдельные участки и садово-парковые комплексы объединяются в динамически взаимосвязанную систему. Расширение городов автоматически влечет за собой катастрофическое уменьшение лесных ресурсов. **Актуальность данного проекта** обусловлена тем, что формирование ландшафтного парка активного отдыха является важнейшей сферой деятельности и направлением развития малых городов и сельских поселений. Именно в этой сфере создаются те условия для населения, которые обеспечивают высокий уровень жизни. Тем самым, создаются условия для здоровой, комфортной, удобной жизни для отдельного человека по месту проживания. Эффект активного отдыха проявляется не только в снятии утомления, но и в улучшении функционального состояния центральной нервной системы, координации движений, функций сердечно-сосудистой, дыхательной и других систем, что способствует улучшению физического развития, укреплению здоровья и снижению заболеваемости.

Исследование зарубежного опыта строительства ландшафтных парков подчеркивает их острую необходимость и популярность, масштабность посещения. Среди известных парков следует выделить спортивный парк Open Camp в Барселоне, Парк Ла Виллетт в Париже и современный в Нью-Йорке «висячий» линейный парк Высокий путь (High Line).

В качестве объекта исследования выбран Харовский муниципальный район, который расположен на севере Вологодской области, занимает площадь 3,6 тыс. кв. км. В состав Харовского муниципального района входят 1 городское муниципальное образование г. Харовск и 5 сельских поселений – Ильинское, Кубенское, Семигородное, Шапшинское, Харовское. По территории района проходит железная дорога Москва - Архангельск, автомобильная дорога областного значения Сокол – Харовск – Вожега, в 55-ти километрах проходит федеральная трасса М-8. Харовский район расположен в зоне умеренно-континентального климата с продолжительной холодной зимой и относительно коротким летом.

В промышленности доминирующее положение занимают деревообрабатывающие предприятия, на долю которых приходится 90% общего объема отгруженной продукции. Инвестиции в основной капитал в расчёте на 1 жителя в 2018 году составили 10,2 тыс. руб.

На территории Харовского района существует достаточное количество объектов, территориальное расположение которых позволяет формировать культурно-ландшафтные коридоры, а также историко-культурные зоны и центры. Помимо природно-ресурсного потенциала территория Харовского района обладает и определенными возможностями с точки зрения развития культурно-познавательного туризма.

Рост туристического потока на 24 % в 2018 г. относительно 2016 г. подтверждает спрос на туристические услуги и интерес к району со стороны предпринимательских структур.

Особым спросом пользуется литературный туризм. Харовский муниципальный район связан с именами писателя Василия Белова, художников Алексея Пахомова и Генриетты Бурмагиной, поэта Нины Груздевой, богат мастерами, творящими яркое самобытное искусство. Возрождаются народные промыслы и ремёсла, такие как харовская роспись, кружевоплетение. В сёлах и деревнях района не угасло искусство ткачества половиков, вышивки полотенец, плетение из бересты и ивы, кружевоплетение, местные умельцы занимаются резьбой по дереву и пчеловодством.

Вторым по полярности туристов выступает посещаемость природного заказника «Азлецкий лес», памятников природы «Бор Бережок», Пустораменский бор, «Нижне-Кубенский заказник», «Машковское урочище». На территории района действует 11 туристических маршрутов и экскурсионных программ.

За последние годы набирают популярность и мероприятия событийного туризма: «Ягодный фестиваль» (Михайловское с/п), «Ильинская ярмарка в Центре Вологодской области» (Ильинское с/п), «Праздник Кубенской ухи» (Кубенское с/п), межрегиональная выставка – ярмарка «Мастера Прикубенья».

На территории Харовского района зарегистрированы редкие виды растений Красной книги Российской Федерации и Красной книги Вологодской области. Таким образом, в Харовском районе есть все предпосылки для развития научного и экологического туризма, но в данное время они не используются. На территории Харовского района находится 28 ООПТ, из них 3 заказника и 25 памятников природы, которые созданы для сохранения типичных и уникальных природных ландшафтов, разнообразия животного и растительного мира, охраны объектов природного и культурного наследия.

Благодаря своей уникальной растительности территория района приурочена к двум геоботаническим округам - Харовско-Вожегодскому - и почти полностью входит в состав Харовского геоботанического района. Разнообразие природно-ландшафтных объектов, памятников истории и культуры позволяет позиционировать Харовский район, как имеющий все предпосылки для становления и развития всех форм туризма.

Харовский муниципальный район обладает большим историко-культурным и природно-рекреационным потенциалом, составляющим основу туристских ресурсов местности. Это, прежде всего, уникальное природное, историческое и культурное наследие, поэтому для дальнейшего развития района, повышения его туристского потенциала предлагаем к реализации проект по формированию ландшафтного парка активного отдыха «DREVEPARK».

Выводы. На основе анализа показателей и оценки потенциала, а также проблем туристской отрасли на территории Харовского муниципального района для повышения эффективного функционирования туризма предлагаем рекомендации по формированию ландшафтного парка активного отдыха. По опросам находящихся на территории Харовского муниципального района туристов была выявлена потребность в наличии ландшафтного парка, позволяющая туристам оставаться на территории района еще на несколько дней. Опросы предпринимателей района подтвердили желание вкладывать средства в проект по созданию ландшафтного парка.

Главной целью проекта является создание на территории Харовского района парка, в котором можно отдохнуть и активно провести время на природе круглый год и обеспечить разнообразный досуг как жителям, так и гостям города, так же выход на рынок индустрии развлечения, качественное оказание услуг, получение прибыли.

УДК 336.2

Смирнова Наталья Андреевна

направление Государственное и муниципальное управление, гр. ГМУ-41

Научный руководитель **Букатина Екатерина Геннадьевна**

Канд. экон. наук, доцент кафедры управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИФНС РОССИИ ПО Г. ЙОШКАР-ОЛА В ОБЛАСТИ НАЛОГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

В статье представлена деятельность инспекции Федеральной налоговой службы России по городу Йошкар-Ола в области налогового регулирования, приведены статистические данные.

Ключевые слова: налоги и налогообложение, налоговые органы, налоговое администрирование, выездные и камеральные проверки.

Налоговая система в РФ имеет важное значение для социально-экономического развития страны, регионов, отдельных муниципальных

образований. При этом деятельность налоговых органов связана не только с функцией сбора налоговых платежей, но и с функцией налогового администрирования, направленной на своевременное погашение налоговых обязательств налогоплательщиков, соблюдение норм налогового законодательства. Работа по налоговому администрированию также имеет важное значение в части обеспечения повышения сбора налоговых платежей, и тем самым оказывает значительное положительное влияние на доходную часть территориальных бюджетов [1].

В рамках исследования была рассмотрена деятельность ИФНС России по г. Йошкар-Ола. Так процесс регистрации бизнеса сопровождается внесением соответствующих записей в ЕГРИП и ЕГРЮЛ Республике Марий Эл. В ЕГРЮЛ по Республике Марий Эл на 10 августа 2019 г. содержится примерно 40 тыс. записей. Рост предпринимательской активности в городе и регионе оказывает положительное влияние на величину налоговых сборов и платежей.

По данным Управления ИФНС по г. Йошкар-Ола в 2018 г. уменьшилось количество ИП, осуществляющих деятельность в республике, по сравнению с прошлым годом на 156 чел. или 1,3% (рис.1) [2]. Видно, что рост числа ИП был в 2017 году +4,4 % (518 чел.), а это косвенно свидетельствует о потенциале предпринимательской активности.

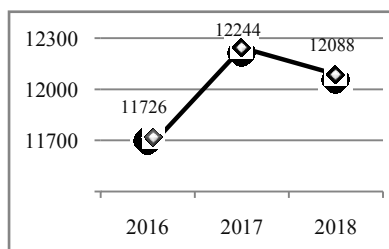


Рисунок 1. Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность в РМЭ, чел.

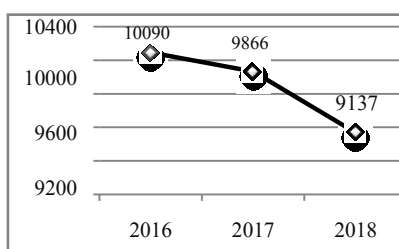


Рисунок 2. Количество юридических лиц, зарегистрированных в ИФНС по РМЭ

Динамика количества действующих организаций с образованием юридического лица имеет стабильную тенденцию сокращения (рис.2). Негативных причин довольно много - это и конкурентное давление со стороны крупнейших производителей и ритейлеров, и ухудшающиеся

условия деятельности, например, рост налогового бремени. С другой стороны, есть влияние и положительных факторов — это снижение регистрации фирм-однодневок.

Нововведения благоприятно повлияли на общее качество обслуживания в ИФНС по г. Йошкар-Ола, в частности практически решена проблема очередей в учреждении. В рамках оптимизации деятельности налогового органа частично реализована реализация работы по принципу «одного окна», а именно одновременно происходят следующие процедуры, связанные с регистрацией бизнеса:

1. Регистрация бизнеса, постановка на учет в налоговом органе;
2. Постановка юридического лица на учет в органах государственных внебюджетных фондов РМЭ;
3. Присваивание кодов региональным комитетом по статистике.

В целях совершенствования налогового процесса, а также минимизации правонарушений со стороны налогоплательщиков, производится большая работа по информированию налогоплательщиков.

На официальном сайте ИФНС России по г. Йошкар-Ола есть раздел «Мероприятия для налогоплательщиков», где размещена информация о планируемых мероприятиях в налоговом органе, посвященных освещению актуальных вопросов, связанных с регистрацией, ликвидацией бизнеса, уплатой налогов, предоставлением налоговых вычетов и пр. Также происходит информирование налогоплательщиков по важным вопросам налогообложения и ведения бизнеса через сеть «Интернет».

В последние годы работа налоговых органов по проведению проверок хозяйствующих субъектов в корне меняет свой принцип: от внеплановых неожиданных проверок к плановым открытым проверкам, принцип которых понятен для организаций и предпринимателей. В 2007 году в Российской Федерации обнародована Концепция планирования выездных налоговых проверок. В рамках исследования проблемы налоговой дисциплины акцентируется вопрос предпроверочного анализа. В рамках реализации указанных принципов налоговых проверок, качество этих проверок неуклонно растет, вместе с этим растут и доначисленные суммы по налогам и сборам, как в абсолютном выражении, так и в относительном - на одну налоговую проверку.

По данным Управления ФНС по РМЭ, число юридических и физических лиц, имеющих доходы, подлежащие декларированию, и сумма подоходного налога, уплаченная ими, снижается. Сумма деклараций, поданных в 2018 г., уменьшилась по сравнению с 2017 г. (2

077 322 тыс. руб.) на 11% и составило 1 864 557 тыс. руб. В табл. 1 представлена информация о результатах проведения выездных и камеральных проверок ИФНС России по г. Йошкар-Ола в 2016-2018 гг.

Количество выявленных в результате проведения выездных проверок нарушений увеличилось практически по всем видам налогов. Так, по одному из основных налогов - налогу на прибыль организаций - рост количества выявленных нарушений составил более 35%.

Таблица 1 – Динамика нарушений, выявленных в ходе проведения выездных и камеральных проверок, шт. [2]

Виды налогов	Вид проверки	Годы					
		2016		2017		2018	
		Проведено проверок	Выявлено нарушений	Проведено проверок	Выявлено нарушений	Проведено проверок	Выявлено нарушений
Налог на прибыль организаций	выездная	76	51	85	40	55	25
	камеральная	23018	193	23308	185	21257	157
Налог с доходов физических лиц от организаций	выездная	92	72	90	54	64	36
	камеральная	1207	467	64271	10717	78907	7945
Налог с доходов ИП	выездная	34	28	18	12	5	2
	камеральная	13783	2401	4	11705	1303	704
НДС	выездная	113	84	107	435	63	45
	камеральная	25515	2774	78	25447	26361	3063
Налог на имущество организаций	выездная	75	10	83	8	52	5
	камеральная	13672	95	12154	108	12775	79
Единый социальный налог	выездная	81	12	51	3	33	3
	камеральная	30 708	1 403	30 883	1 416	32 631	1 706

Всего доначисления по налогу на прибыль составили в 2018 году почти 915 млн. руб. (из них более 407 млн. руб. – по результатам выездных проверок). Этот показатель на 7,3% превышает показатель 2016 года (835 млн. руб., из них более 206 млн. руб. – по результатам выездных проверок, т.е. больше почти в 2 раза).

Количество нарушений, выявленных в ходе камеральных проверок, по основным видам налогов также возросло. Особенно большой рост

выявленных нарушений наблюдается по налогу с доходов физических лиц от организации.

Таким образом, деятельность ИФНС России по г. Йошкар-Ола ежегодно совершенствуется, проводятся мероприятия, направленные не только на обеспечение налоговой дисциплины, но и на информирование граждан и организаций с целью решения их проблем по уплате налогов, получению налоговых вычетов, регистрации и ликвидации бизнеса и прочим вопросам, входящим в компетенцию налогового органа.

Список литературы

1. Благов, Ю.В. Деятельность налоговых органов по администрированию местных налогов: проблемы и перспективы / Ю.В. Благов. - [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/v/deyatelnost-nalogovyh-organov-po-administrirovaniyu-mestnyh-nalogov-problemy-i-perspektivy>

2. Официальный сайт ИФНС России по г. Йошкар-Ола. - [Электронный ресурс]. Режим доступа https://www.nalog.ru/rn12/ifns/imns12_15_12/

СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 331.546

Альжанова Диана Агыбаевна

направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-93

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,

Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента

*ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск*

РОЛЬ ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ КОМПЕТЕНЦИЙ У ВЫПУСКНИКОВ ИНЖЕНЕРНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ ВУЗОВ

В настоящее время на рынке вакансий в связи с имеющимся трендом поддержки активной подготовки инженерных кадров, наблюдается тенденция смены требований к компетенциям и направлению подготовки менеджеров по продажам.

Цель настоящего исследования - выявить возможности и влияние организации внеучебной деятельности в вузе на формирование дополнительных компетенций у студентов инженерных направлений подготовки. Для достижения поставленной целью были сформулированы следующие задачи: 1) анализ текущего рынка вакансий менеджеров по продажам, 2) выявление соответствие компетенций, которые хотят видеть работодатели у потенциальных соискателей компетенциям подготовки инженеров в вузе; 3) формирование предложений по использованию инструментов внеучебной деятельности для формирования недостающих компетенций у выпускников инженерных специальностей в соответствии с требованиями рынка. Объектом настоящей работы является внеучебная работа студентов. Предмет – рассмотрение внеучебной работы как инструмента для формирования дополнительных компетенций у студентов инженерных специальностей.

При анализе вакансий менеджеров продаж можно говорить о новой тенденции: при отборе менеджеров все чаще требуется инженерное либо техническое высшее образование. Но при этом дисциплины учебных планов, а также личностные характеристики студентов, выбравших инженерные направления, затрудняют формирование компетенций необходимых для эффективных менеджеров продаж. По опыту работы в студенческом совете можно выдвинуть предположение, что одним из инструментов, позволяющих готовить кадры в

соответствии с требованиями рынка и запросами работодателей является внеучебная деятельность. Результаты анализа, проведённого на основании данных сайта headhunter.ru, были размещены в таблице 1. Анализ проводился по вакансиям, размещенным в период со 2 августа по 22 сентября 2019 года.

Таблица 1 - Анализ требований к компетенциям соискателя на вакансии менеджера по продажам

Менеджер по продажам (г. Новосибирск)	
Всего вакансий	1346
Требования (общее для всех менеджеров по продажам)	высшее образование (желательно), опыт работы в продажах, в продажах B2B, опытный пользователь ПК, ведение переговоров, знание 1С, стрессоустойчивость, коммуникабельность.
Требования (с указанием высшего технического образования)	высшее полное/неполное техническое либо инженерное образование, знание 1С (обязательно), опыт работы с технической продукцией.
В т.ч вакансии, с требованием технического либо инженерного образования	116
Ключевые навыки (общие)	B2B продажи, активные/холодные продажи, управление продажами; ведение переговоров, деловое общение, грамотная речь, знание английского языка (редко)

Новые тенденции, заключающиеся в требовании инженерного/технического образования при отборе на вакансии, классически предусматривающих кандидатов с профессиональной подготовкой, а значит и компетенций по направлению Менеджмент в 8,62 % случаях.

Трудности, связанные с отсутствием у претендентов на работу необходимых компетенций, могут возникнуть, во-первых, из-за отсутствия опыта в продажах, работе в команде, организации мероприятия, а также отсутствия базовых знаний в теории менеджмента и теории продаж. Во-вторых, нельзя не указать на психологический аспект, который вызывает затруднение при адаптации на работе. Для эффективной работы человека на той или иной должности важным является темперамент, психотип.

При желании самого студента, отдельные навыки можно развивать, в том числе, в период становления личности в процессе обучения в университете. Чтобы получить опыт хотя бы в ведении переговоров, организации продаж и грамотной речи (а это одни из требований и важных ключевых навыков) можно использовать возможности, которые предоставляет активное участие во внеучебной деятельности.

Обычно внеучебная активность подразделяется на 4 вида (научная, общественная, художественная и спортивная), где каждый студент может проявить/обнаружить способности и таланты, а также познакомиться с интересными людьми и научиться находить компромиссы. Кураторство над студентами младших курсов, организация мероприятий, проведение и участие в конференциях и даже общие «вечеринки», позволяют формировать коммуникативные навыки и навыки руководства у будущего потенциального кандидата на работу.

Наличие у соискателя высшего инженерного/технического образования позволяет разбираться в сложной технической продукции и её характеристиках, а способность к построению коммуникаций позволяет быть эффективным в продажах.

В рамках проводимого исследования проанализированы учебные планы инженерных направлений на предмет наличия и объемов учебной нагрузки по дисциплинам, которые знакомят будущих инженеров - потенциальных соискателей вакансий - с теорией продаж, базовыми экономическими понятиями, теорией менеджмента, формируя у них соответствующие коммуникативные навыки.

В качестве примера, в данной работе разберем учебный план подготовки по направлению «Самолетостроение». К предметам, формирующих коммуникационные, управленческие и экономические знания и навыки, отнесем следующие: на 1 курсе - основы личностной и коммуникативной культуры - 108 часов, на 2 курсе - психология и технологии социального взаимодействия - 108 часов, на 3 и 4 курсе - основы экономических знаний - 108 часов, на последнем курсе обучения вводится такой предмет, как основы управления инженерными проектами и персоналом - 108 часов.

Таким образом, из 4320 часов общего обучения на направлении самолетостроения, только 14,63 % отводится на дисциплины, которые могут способствовать формированию компетенций, которые относятся в разряд востребованных рынком.

Другой причиной трудностей является целый список факторов, которые можно объединить в один - личностный: темперамент, характер и всё что связано с психотипом. Для успешной трудовой деятельности решающими факторами являются не только знания, усердие и трудолюбие, но и наличие природных склонностей и талантов к той или иной деятельности. Обычно это выражается в следующем: одним сотрудникам, выполнение возложенного функционала дается легко, а другие вкладывая, возможно, даже больше усилий, достигают меньшей результативности. Распространен шаблон, согласно которому

люди по типу мышления делятся на 2 группы: те, кто наделен гуманитарным складом ума, и те, кто имеет склонность решать самые трудные задачи математики и не только – «технари». На данный фактор влияют другие соционические группы и разделения, свойства и признаки которых закладываются и развиваются вместе с человеком с рождения и играют немаловажную роль при выборе вида деятельности, профессии. В статье Т.Н. Прокофьевой «Психологические типы и способности к профессии» определено, что «...соционика выделяет у каждого человека такие признаки, определяющие его принадлежность к одному из соционических типов: логика – этика; интуиция – сенсорика; экстраверсия – интроверсия; рациональность – иррациональность.

Разное сочетание типов имеет свою характеристику и значение психологического типа человека и его predispositions.

Навыки обычно приобретаются за счет или посредством опыта, как знания и умения у студентов. При поступлении в университет перед студентами открывается множество возможностей в части раскрытия способностей и талантов, а также приобретения новых знаний и навыков, в том числе, и через участие во внеучебной деятельности. Происходит работа над собой, личностный рост, взросление посредством вовлечения во все направления деятельности своего университета. Прежде всего, происходит знакомство с людьми, приобретается возможность перенять их опыт, найти единомышленников, приобрести связи, которые в дальнейшем могут оказать помощь в профессиональном росте.

Даже минимальная помощь в организации мероприятий позволяет сформировать коммуникативные компетенции, включая поиск компромиссов и выхода из форс-мажорных и стрессовых ситуаций. Внеучебная деятельность предлагает широкий спектр и разную направленность таких мероприятий, что отражено в таблице 2.

Таблица 2 - Список внеучебных мероприятий студентов

Название мероприятий	Краткая характеристика возможностей для участия	Направление внеучебной работы	Приобретаемые компетенции
Школа кураторов; Первый день новой жизни; Парад Студенчества	«Школа кураторства» - старшекурсники вводят в студенческую жизнь первокурсников	Воспитательное	Лидерство; ведение переговоров, знание английского языка (редко), коммуникации

Окончание табл. 2 - Список внеучебных мероприятий студентов

Название мероприятий	Краткая характеристика возможностей для участия	Направление внеучебной работы	Приобретаемые компетенции
Набор в актив факультета бизнеса; День первокурсника; Студенческая осень / Студенческая весна; День Рождение факультета	Участие в студенческом активе	Творческое	Организаторские, ведение переговоров, общение, знание английского языка (редко), коммуникации стрессоустойчивость, креативность
Проектная деятельность; Участие в мастер-классах и тренингах	Работа в бизнес-инкубаторе (создание start up)	Научное-исследовательское	Лидерство; организаторские, ведение переговоров, знание английского языка (редко), коммуникации стрессоустойчивость, креативность

Таким образом, как видно из таблицы, участие во внеучебной деятельности позволяет формировать компетенции, наличие которых расширяет для выпускника выбор позиций на рынке труда, формируя у него дополнительные (менеджерские) компетенции.

УДК 332.1

Беляева Ольга Игоревна, Горская Ольга Алексеевна
направление Менеджмент (бакалавриат), гр. МТ-41

Научный руководитель **Луговнина Светлана Михайловна**
Канд.экон.наук доцент, каф. менеджмента и бизнеса
*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

Туризм, являясь экономической составляющей субъектов Российской Федерации, оказывает большое влияние на развитие регионов, муниципальные образования, а также на гражданское общество. Динамичное развитие туристской сферы в последние годы привело к активизации работ по формированию туристско-

рекреационных комплексов. Цель исследования – изучить туристский потенциал Республики Марий Эл и определить пути для его эффективного развития. Планирование туризма территории начинается с процесса стратегического планирования – разработка стратегических планов, программ. Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи: 1) оценить текущее состояние туризма в Республике Марий Эл; 2) ознакомиться с государственной программой «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы»; 3) выявить сильные и слабые стороны в развитии туризма в Республике Марий Эл.

Всемирная туристская организация ООН (UNWTO – United Nations World Tourism Organization) зарегистрировала 901 миллион международных туристских прибытий по всему миру в период с января по август 2017 года. В предыдущий год данный показатель был на 56 миллионов больше. По данным ЮНВТО Российская Федерация в 2016 году занимала 9-е место в рейтинге наиболее популярных туристских направлений. Их результаты анализа и прогнозные оценки мировых тенденций развития туризма указывают на положительные предпосылки развития данной сферы в Российской Федерации. Мировые тенденции значительно влияют на формирование спроса на туристские продукты на территории России, а они в свою очередь являются определяющими для развития отрасли в Республике Марий Эл. Поэтому план развития туризма в регионе необходимо формировать с учетом мировых и российских тенденций.

На данный момент в республике реализуется государственная программа «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы», утвержденная постановлением Правительства Республики Марий Эл от 31 декабря 2013 года № 450. Ее основная цель состоит в обеспечении стабильного развития туризма в регионе и интеграции туристских товаров республики на внутренний и мировой туристский рынок. Среди основных мероприятий данной Госпрограммы можно выделить следующие: во-первых, поддержание и совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей сферу туризма; во-вторых, развитие инфраструктуры; в-третьих, информационное обеспечение развития туризма в Республике Марий Эл; в-четвертых, продвижение туристских ресурсов республики; в-пятых, научное и кадровое обеспечение сферы туризма в Республике Марий Эл. Главным фактором развития туризма в республике является высокий историко-культурный и природно-рекреационный потенциал, формирующий туристскую отрасль Марий Эл. Однако, неблагоустроенные объекты, неразвитая инфраструктура туризма в муниципальных образованиях

нередко служат препятствием для реализации всех турпродуктов республики, включая туристские маршруты и программы. Данный фактор заметно уменьшает привлекательность территорий, способных задержать туристов в республике на длительный срок. Турпродукт Республики Марий Эл представлен потребительским комплексом, объединяющим в себе услуги по размещению, питанию, туристическо-экскурсионные и другие услуги. Для обеспечения и поддержания конкурентоспособности туристские организации республики нередко предлагают такие продукты, которые раньше не имели прямого отношения к туризму. Не смотря на это они постепенно интегрируются в туристский рынок и начинают пользоваться спросом у жителей и гостей республики. Официальный реестр, который формируется Комитетом Республики Марий Эл по туризму, включает 170 турмаршрутов и экскурсионных программ, реализуемых туристскими организациями республики. Маршруты и экскурсионные программы в основном охватывают этнографический, сельский и экологический виды туризма. Эти направления являются наиболее развитыми в республике, их соотношение представлено на рисунке 1.

Для наиболее эффективной организации турмаршрутов и экскурсионных программ следует обращать внимание на следующие критерии: главные объекты посещения, цели путешествия, места проведения экскурсий, виды туристической деятельности, продолжительность пребывания экскурсантов и туристов на каждой остановке, виды используемого транспорта, возраст участников экскурсии, численность группы, состояние здоровья туристов и экскурсантов.

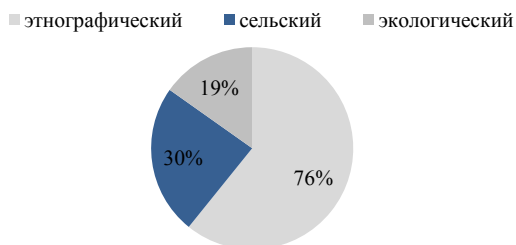


Рисунок 1. Соотношение маршрутов и экскурсий по видам туризма

Основную часть въездного потока формируют гости из таких городов как Чебоксары, Казань, Нижний Новгород, Киров. При этом, доля иностранных гостей, ежегодно пребывающих в республику,

составляет до 2% от общего туристского потока. Самым посещаемым местом в республике является ее столица – Йошкар-Ола. Этот город часто выступает отправной точкой во многих турмаршрутах и экскурсиях. Второй по значимости город для туристской сферы – Козьмодемьянск, он принимает гостей по речному пути. Среди сильных сторон туристской деятельности Республики Марий Эл можно выделить следующие: рост туристского потока, рост числа событийных мероприятий, интересных для потенциальных гостей, активное развитие внутрирегионального детского и молодежного туризма, повышение степени узнаваемости Республики Марий Эл в туристской среде. К слабым сторонам в развитии туризма республики относятся: усиление позиций регионов ПФО в сфере туризма, низкие темпы развития инфраструктуры, низкая доля иностранных туристов в общей структуре туристского потока и низкий уровень качества предоставляемых услуг из-за недостатка профессиональных кадров.

В перспективе для сохранения тенденции динамического роста такой молодой отрасли, как туризм, в Республике Марий Эл необходимо закреплять полученные результаты, достигнутые на предыдущих этапах развития отрасли, с последующим совершенствованием и развитием имеющихся информационных и материальных ресурсов сферы. Рост основных показателей сферы отразится в совершенствовании и повышении качества туристских и других сопутствующих услуг в целом. Рост основных показателей развития туризма отразится в совершенствовании и повышении качества посредством решения актуальных проблем отрасли и консолидации усилий всех участников сферы - органы государственной и муниципальной власти, бизнеса, институтов гражданского общества, смежных отраслей экономики региона.

Не стоит забывать о рисках, с которыми может столкнуться туристическая отрасль Республики Марий Эл в силу особенностей ее расположения и экономического положения, а именно дефицитом республиканского бюджета. Здесь важную роль может сыграть планирование деятельности рассматриваемой отрасли, то есть проведение систематического процесса качественного, количественного и временного определения целей, средств и методов формирования и развития отрасли.

Список литературы

1. Проект Стратегии развития туризма в Республике Марий Эл. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtur/SiteAssets/Pages/Проект-Стратегии-развития-туризма-в->

Республике-Марий-Эл-вынесен-на-общественное-обсуждение-/ Дата обращения (16.09.2019)

2. Официальный сайт Всемирной туристской организации ООН. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://media.unwto.org/ru> Дата обращения (16.09.2019)

3. Официальный сайт министерства молодежной политики спорта и туризма Республики Марий Эл. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/minsport/Pages/main.aspx> Дата обращения (16.09.2019)

УДК 005.962.13:332.1-057.177.2

Бирюк Дмитрий Викторович

направление Инноватика (бакалавриат), гр. 3Н91

Научный руководитель **Древаль Анатолий Николаевич**

Канд.техн.наук, доцент отделения социально-гуманитарных наук

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», г. Томск

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПОЕДИНКИ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВЫХ КАЧЕСТВ РУКОВОДИТЕЛЯ

Интернет и, в частности, социальные сети все больше вытесняют живое общение, заменяя его на виртуальное – современному человеку легче общаться через почту и социальные сети, нежели в реальной жизни через живое общение. Следовательно, теряются или не приобретаются необходимые навыки живого общения, которые необходимы любому человеку в различных ситуациях, независимо от его социального положения, будь то конфликт кондуктора с пассажиром или переговоры в крупной международной компании.

К сожалению, практическим навыкам эффективной коммуникации не учат ни в школе, ни в университете. В лучшем случае в университете могут даваться лишь теоретические положения по методам ведения переговоров, которых недостаточно для эффективного управления.

Проблема заключается в том, что выпускник вуза не приобретает нужных практических компетенций в области управления, таких как эффективное ведение переговоров, публичное выступление, деловая коммуникация, клиентоориентированность, умение критически мыслить и комплексно подходить к решению проблемы.

Актуальность данной проблемы прослеживается в низкой компетенции будущего руководителя вследствие недополученных практических навыков, необходимой в этой области.

Несмотря на это, после окончания высшего учебного заведения большинство студентов все же занимают руководящие должности, на которых требуются эти компетенции, сталкиваясь при этом с большим количеством проблем (проблемы найма, мотивации персонала, внутренней и внешней коммуникации, чрезмерного контроля, а также проблемы связанные с постановкой стратегии, целей и задач). Таким образом, чтобы избежать данных проблем, развивать эти качества необходимо уже с первого курса университета, или, лучше всего, уже с 10-11 класса, а не во взрослой жизни.

Одним из самых успешных способов развития деловых качеств руководителя является участие в управленческих поединках, являющиеся социальной технологией, разработанной Владимиром Тарасовым – директором Таллиннской школы менеджеров (ТШМ). Управленческий поединок представляет собой переговоры двух участников, которые задаются какой-либо управленческой ситуацией конфликтного характера, содержащей указания на основных действующих лиц и на их действия, приведшие к данному конфликту. Каждое действующее лицо(роль) имеет свою цель(интерес), которые кратко описаны в конце ситуации, и они должны быть в ходе поединка достигнуты. В процессе поединка участники применяют различные приемы и стратагемы для достижения желаемого результата. Либо наоборот защиты своих интересов, влияния, финансовых ресурсов и т.п.

Наиболее популярными технологиями, позволяющими перехватывать и удерживать управление в поединках, служат технологии, разработанные и сформулированные Владимиром Тарасовым, например, такие как «Фокусник», «Твердое и пустое», «Приближение через другого», «Опора на чужую картину мира» и другие [4].

Это позволяет участнику примерить различные социальные и профессиональные роли и скорректировать свою картину мира, расширить кругозор, понять основные управленческие механизмы и принципы переговорного процесса.

Также, участвуя в управленческих поединках, его участники могут получить: обратную связь от экспертов-судей; навыки создания собственных технологий подготовки к переговорам; умение прогнозирования поведения оппонента; понимание стереотипов поведения.

На данный момент в России существует и функционирует Федерация управленческой борьбы, целью которой является повышение культуры управления всех уровней.

Во многих городах России открываются региональные отделения Федерации. Так в городе Томске с 2014 функционирует Клуб Управленческой Борьбы, участниками которого являются действующие предприниматели, руководители разных уровней и эксперты в области менеджмента. За прошедшие 5 лет Клуб работал более чем на 25 разных городских площадках, участие в поединках приняли более 500 человек, которые собрали около 10.000 зрителей.

Эксперты Клуба отмечают значительное развитие деловых качеств и усиление персонального управленческого мастерства у постоянных участников поединков. Получая бесценный опыт и обратную связь от судей-экспертов высокого уровня, участники совершенствуют свои навыки деловой коммуникации.

Томск является одним из признанных образовательных центров России и мира. Количество студентов в Томске более 80 тыс. человек. Таким образом, Томск является благоприятной средой для развития технологии управленческих поединков среди молодежи – студентов и школьников.

Именно поэтому, в ближайшее время, в Томске на базе Томского политехнического университета планируется создание Школьной и Студенческой Лиг управленческой борьбы для развития деловых качеств у школьников и студентов – будущих руководителей и управленцев. Для этого необходимо адаптировать вышеизложенную технологию управленческих поединков под студентов и школьников, учитывая уровень юридической и социальной осведомленности и подбирая для них такие ситуации конфликтного характера, в которых они смогли бы найти опорные точки ведения поединка, на которые в силу своего мировоззрения и уровня образования они могут опереться.

Выводы. Создавая такую структуру на базе Томского политехнического университета, мы сможем повысить компетентности студентов города Томск, а также дать молодежи дополнительную возможность повысить свою конкурентоспособность на современном рынке труда и стать эффективными управленцами и руководителями на разных уровнях.

Список литературы

1. Ланских М.В. Педагогические технологии развития творческого мышления у современного руководителя // Проблемы современного педагогического образования. 2016. №51-4. С. 220-227.
2. Тарасов, В.К. Технология проведения управленческих поединков [Электронный ресурс] / В.К. Тарасов. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <http://www.poedinki.ru/skill/technology/>, свободный

3. Управленческие поединки — технология обучения менеджеров, инструмент оценки и спорт [Электронный ресурс] / Александр Садовский. — Электрон. текстовые дан. — 2014. — Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/yandex/blog/219013/>, свободный

4. Тарасов, В.К. Искусство управленческой борьбы. Технологии перехвата и удержания управления /В.К. Тарасов. — 5-е изд. — Москва: Добрая книга, 2018. — 432с.

УДК 332.1

Брезицкий Сергей Богданович

Направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-93

Научный руководитель **Семакина Галина Анатольевна**

Канд.экон.наук., доцент кафедры производственного менеджмента
и экономики энергетики

*ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный технический университет»,
г. Новосибирск*

ОСОБЕННОСТИ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

Особенности функционирования электроэнергетического комплекса Республики Саха (Якутия) обусловлены ее природно-климатическими и географическими особенностями:

- большой площадью обслуживания - 3 млн. кв. км;
- экстремальными климатическими условиями с большой сезонной разницей температур от + 35°С летом и - 50°С зимой;
- низкой плотностью населения - в среднем 1 человек на 3 кв. км;
- отсутствием на большинстве территории республики круглогодичных дорог, что приводит к сезонности завоза топлива и материально-технических ресурсов и т.д.

Энергосистема Республики Саха (Якутия) включает в себя зону централизованного и децентрализованного энергоснабжения. Централизованным электроснабжением охвачено 36% территории республики, где проживает 85% населения.

Зона децентрализованного электроснабжения включает в себя обширную территорию республики с большим количеством автономных электростанций, которые снабжают отдельные поселки и горнодобывающие предприятия. Зона действия автономной энергетики охватывает площадь 2,2 млн. км² (64%) с 15% проживающего в республике населения. [1]

В целом на работу энергосистемы республики оказывают влияние следующие факторы:

- наличие большого количества энергоисточников (изолированных в рамках одной энергосистемы) и ДЭС малой мощности;
- эксплуатация энергооборудования осуществляется в сложных климатических условиях, что ведет к ускоренному износу и дополнительным затратам на ремонт и восстановление;
- наблюдаются значительные потери электроэнергии в распределительных электрических сетях вследствие их большой протяженности, а также несоответствия класса напряжения линий их протяженности и пропускной способности (16,93% в электрических сетях ПАО "Якутскэнерго" в 2018г.);
- существуют ограничения в возможности осуществления технологического присоединения новых потребителей;
- неразвитость сетевой инфраструктуры, низкий территориальный охват, несоответствие пропускной способности сетей потребностям в электрической мощности вновь подключаемых объектов и потенциальных, перспективных потребителей.

Анализ особенностей регионального рынка энергии в республике позволил выявить следующие проблемы в его функционировании и развитии:

- в энергосистеме Якутии очень высокая степень износа оборудования и электрических сетей. Высокий износ зданий, сооружений и оборудования. Износ объектов электроэнергетики в среднем составляет более 50%, в том числе износ линий электропередачи - 75%, тепловых сетей - 51%, силового и прочего оборудования - 61%, подстанций - 81%, машин и оборудования - 62%. В связи с этим, функционирование электростанций характеризуется низкой эффективностью. Деятельность электросетевых компаний по реконструкции и техническому перевооружению направлена на поддержание работоспособности действующего оборудования, на продление его ресурса;
- сложные климатические условия Республики усложняют эксплуатацию электросетевого хозяйства и приводят к увеличению затрат на ремонт и восстановление;
- обширная территория, много труднодоступных населённых пунктов. В некоторых из них стоимость 1кВт ч электроэнергии составляет порядка 5-6 долларов;
- неразвитая инфраструктура электрических сетей в регионе, энергорайоны значительно удалены друг от друга, энергетический

комплекс Якутии в целом не используется эффективно, из-за чего снижается надёжность обеспечения потребителей электрической энергии, а также становится невозможным создание в регионе конкурентной среды выработки электроэнергии;

- сложные схемы перевозки топлива обуславливают высокие показатели стоимости топлива и, как следствие, себестоимости производства электроэнергии. [2]

Для выявления направлений совершенствования деятельности исследуемого предприятия в контексте основных тенденций развития внешней среды на региональном рынке был проведен его SWOT-анализ, результаты представлены в таблице 1.

Также предлагаются следующие рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия:

- предприятие может уменьшить дефицит денежных средств путем продажи неиспользуемых основных средств или сдачи их в аренду;
- организовать долгосрочное планирование деятельности на основе разработки бизнес-планов. При освоении новых направлений развития обязательно необходимо проводить оценку эффективности проектов по их реализации на основе бизнес-планирования;
- оптимизация установившихся режимов электрических сетей по реактивной мощности;
- отключение в режимах малых нагрузок линий электропередач в замкнутых электрических сетях и двухцепных линиях;
- отключение в режимах малых нагрузок трансформаторов на подстанциях с двумя и более трансформаторами;

Таблица 1 - SWOT- анализ регионального рынка энергетики Республики Саха (Якутия)

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1. Наличие крупных потенциальных потребителей электрической энергии. 2. Обновление основных фондов генерации с завершением строительства первой очереди Якутской ГРЭС-2. 3. Отлаженная работа энергосистемы Республики Саха (Якутия). 4. Наличие значительных резервов генерирующих мощностей. 5. Выравнивание тарифов на электрическую энергию до базового уровня.	1. Значительный износ и истощение пропускной способности распределительных сетей 10-110 кВ. 2. Недостаточность тарифных источников финансирования для полноценного обновления основных фондов и реализации проектов развития. 3. Значительная доля дизельной энергетики обуславливающее значительные затраты на топливо и содержание. 4. Сложная транспортная схема доставки топлива и сезонность завоза.

Окончание табл. 1 - SWOT- анализ регионального рынка энергетики Республики Саха (Якутия)

Возможности (О)	Угрозы (Т)
1. Увеличение рынка сбыта за счет присоединения крупных промышленных потребителей.	1. Неопределенность источников выравнивания тарифов на электрическую энергию после 2019 года.
2. Увеличение надежности электроснабжения за счет формирования единой энергосистемы республики с присоединением к ОЭС Восток и ОЭС Сибири	2. Недостаточность источников финансирования реализации программы оптимизации локальной энергетики
4. Развитие альтернативной энергетики	

- отключение трансформаторов на подстанциях с сезонной нагрузкой;
- оптимизация рабочих напряжений в центрах питания;
- выявление неучтенной электроэнергии в результате проведения рейдов;
- замена проводов на перегруженных линиях, в т.ч. на СИП;
- оптимизация расхода электроэнергии на собственные нужды подстанций.

Список литературы

1. Информационное Агентство Якутия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yakutia24.ru/>
2. УКАЗ от 27 ноября 2017 года N 2231 О государственной программе Республики Саха (Якутия) "Развитие энергетики Республики Саха (Якутия) на 2018 - 2022 годы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/543709071>

УДК 338.242.2

Голомидова Екатерина Дмитриевна, Кузнецова Александра Михайловна
направление Менеджмент (бакалавриат), гр. МТ-21

Научный руководитель **Цветкова Галина Сергеевна**
Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола

ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПРАКТИКЕ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ КИНОКОМПАНИЙ

Актуальность антикризисного управления. В нашем современном мире, наполненной конкуренцией и научно-технологическими

новшествами, любой компании сложно избежать всепоглощающего кризиса и банкротства, даже таким компаниям как киностудии. Что касается интегральных показателей сектора в мировом масштабе, можно сказать, что их темпы роста постепенно замедляются. По данным Ассоциации американского кино на 2016 год мировой объем кассовых сборов вырос лишь на 1% к уровню 2015 года и достиг 38,6 млрд. долл. При этом драйвером роста являются азиатские страны (Япония, Индия, Китай). По оценкам исследовательских агентств на 2017 год, в России насчитывается около 30 действующих киностудий, в которых расположено более 100 съемочных павильонов. Кинопроизводители утверждают, что основным источником доходов является кинотеатральный прокат (70% всех доходов). Оставшиеся 30% прибыли приносит показ фильмов по телевидению, международные продажи кинопродуктов и реализация Интернет-прав на видеоконтент [2].

Цель исследования: анализ инструментов антикризисного управления в практике российских и зарубежных кинокомпаний.

В рамках нашего исследования были изучены истории двух известных кинокомпаний России и США. Marvel – американская кинокомпания, издатель комиксов, а в последнее время и фильмов по собственной лицензии. Кинокомпания известна такими сериями, как Человек-паук, Железный человек, Халк, Мстители и многими другими. История компании началась в далеком в 1939 году, когда издатель Мартин Гудмен решил объединить группу своих дочерних компаний под названием Timely Comics. Основным продуктом его издательской компании на тот момент были pulp-журналы – ориентированная на массового читателя бульварная литература, многочисленные однодневные детективы, ужасы, мистика, приключения, фантастика и друга беллетристика. Успех пришел к компании в 1957 году, когда редактор Marvel создает Фантастическую Четверку она отличалась тем, что персонажи ругались друг с другом и испытывали повседневные трудности [4].

В середине 90-х годов двадцатого века в компании наступил спад, в декабре 1996 Marvel Comics воспользовались главой 11 Кодекса США о банкротстве. Для начала рассмотрения дела о банкротстве в американском законодательстве у должника должно быть не менее двенадцати кредиторов, и сумма требований без обеспечения должна превышать пять тысяч долларов. Банкротом может быть гражданин, товарищество или организация, а также муниципалитет, относительно которого было возбуждено дело о несостоятельности [5].

В России существует компания с похожей историей, которая, несмотря на государственную поддержку едва не оказалась в списке обанкротившихся компаний. В последние годы киностудия продолжает работать в убыток, в 2017 году он составил 500 669 тыс. руб., динамика показателей рентабельности свидетельствуют о наличии серьезных финансовых проблем (рис.1)

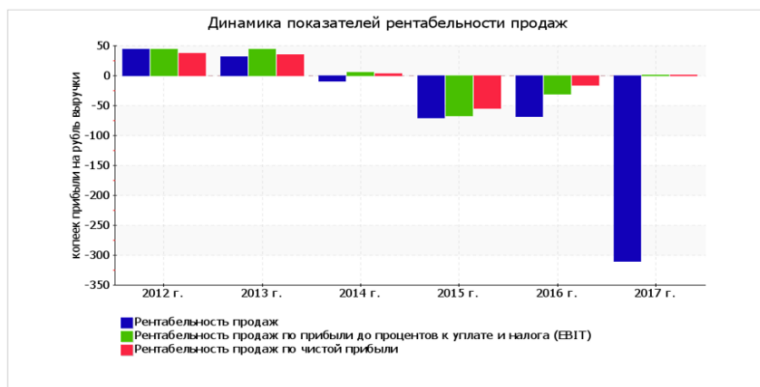


Рисунок 1. Динамика показателей рентабельности продаж

Формирование стратегий антикризисного управления основано на анализе внешних и внутренних факторов, определении причины кризиса, изучении финансового состояния организации, а также пересмотре миссии и системы целей организации [1]. В соответствии с данным подходом был проведен анализ российской кинокомпании.

Созданная еще в СССР известная киностудия «Союзмультфильм» сразу полюбилась зрителям и оставалась прибыльным вложением государства вплоть до 1980-х годов. К концу 80-х годов двадцатого века студия переживает сразу несколько кризисов — кадровый, производственный и творческий. Студия переживает кадровые перестановки, возрождение и переезд в новые помещения, и даже перевыпускает известные мультфильмы. К сожалению, но до сих пор «Союзмультфильм» не может добиться тех высот, с которых киностудия начинала свой старт. [3] В рамках исследования был проведён сравнительный анализ компаний «Marvel» и «Союзмультфильм» по основным параметрам киностудий (таблица 1).

Таблица 1 - Сравнительный анализ кинокомпаний*

Параметры	Marvel Comics	Союзмультфильм
Страна	США	СССР, Россия
Год создания	1939	1936
Главные герои	Человек Паук	Чебурашка
Стадии развития	Создание и выпуск комиксов – Производство мультфильмов, сериалов и кинофильмов	Короткометражные фильмы для детей, дубляж иностранных мультфильмов.
Главные лица	Стен Ли, Стив Дитко и Джек Кирби, Ави Арад, Братья Руссо.	Эдуард Успенский, Владимира Сутеева, Иван Иванов-Вано.
Технологии в производстве	Создание комиксов писателями, дизайнерами и иллюстраторами. Также создание фильмов, мультсериалов и сериалов на основе комиксов.	Создание мультфильмов в разных жанрах и художественных техниках: кукольной, пластилиновой и рисованной.
Партнеры	20th Century Fox, Sony	Японская студия Ghibli
Конкуренты	DCc, Metro-Goldwyn-Mayer	«Мельница», «Петербург».

*Составлено на основе: <https://souzmult.ru/>; <https://marvel.com.ru/news>.

В качестве основных факторов, повлиявших на спад и банкротство кинокомпаний, выступили: усиление конкуренции на рынке киноиндустрии, творческий кризис, потеря ключевых творческих сотрудников, управленческий кризис. История банкротства компании Marvel интересна своими уроками для российского кинобизнеса, в частности киностудии «Союзмультфильм».

Результаты и выводы. Основные инструменты антикризисного управления для российской кинокомпаний:

1. Лицензирование: с помощью доходов от лицензирования DVD, телевидения, тематических парков, одежды и других потребительских товаров можно добиться расширения ассортимента выпускаемой продукции, получить дополнительные доходы.

2. Сотрудничество: Кинокомпаниям необходимо развиваться посредством интеграции с популярными российскими брендами. Например, заключение договора с такими крупными компаниями как McDonalds Russia, магазин «ТВОЁ», розничная сеть «Магнит» и другие организации, которые готовы запустить программы продвижения, лимитированных коллекции под брендом «Союзмультфильм».

3. Дополнительный бизнес: Популярность основному виду деятельности кинокомпаний можно вернуть с помощью качественных игрушек в образе главных героев, настольных игр, бытовых вещей и одежды с символикой бренда, а также увеличить количество видеоигр с известными персонажами.

4. Менеджмент: Компания должна избавиться от сотрудников, погрузивших компанию в хаос банкротства, и заменила их людьми, ставящими интересы компании выше личных.

5. Персонал всё решает: киностудии стоить уделить большое подбору кадров и их обучению на базе студии, внедрить систему управления человеческими ресурсами.

Таким образом, изучение истории банкротства ведущего игрока – Marvel позволило сформулировать основные рекомендации по стратегиям антикризисного управления российской кинокомпании.

Список литературы

1. Антикризисное управление: учеб. /сост. Г.С. Цветкова, О.В. Полякова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2012. - 152с.
2. Седых И.А Киноиндустрия России. НИУ «Высшая школа экономики», 2017. - 68 с.
3. «Союзмультфильм» URL. – Режим доступа: <https://souzmult.ru/>
4. Sean Howe Marvel Comics: The Untold Story. - New York City: Harper Collins, 2012. - 485 с.
5. United States Code, U.S.C. от June 22, 1874

УДК 005.963.2

Дяченко Оксана Алексеевна,

направление Менеджмент строительных организаций (бакалавриат), гр. БМСО-161

Комышов Николай Сергеевич,

направление Строительство уникальных зданий и сооружений (специалитет),
гр. СУЗ-182

Стародубцева Евгения Сергеевна,

направление Строительство автомобильных дорог и мостов (бакалавриат),
гр. БСТР 181

Научные руководители **Воротынцева Анна Вениаминовна**

Канд.экон.наук, доцент каф. экономики и основ предпринимательства

Комышова Людмила Николаевна

Ст. преподаватель каф. Цифровой экономики

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»,

г. Воронеж

ПРОЕКТ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ "HASKILLS" НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ СТУДЕНЧЕСКОГО МЕНТОРИНГА

В рамках решения задач профориентации, на базе центра развития талантливой молодежи создан центр по профориентационной работе со школьниками и студентами – проект «HaSkills»

Основная цель – формирование кадровой элиты общества, благодаря созданию условий для современной молодежи в вопросах свободного развития личности, обеспечения профессиональной и социальной мобильности, а также формирование положительного имиджа университета и, в частности, факультета.

Исходя из отрицательной тенденции, заключающейся в росте доли безработных студентов, можно сделать вывод о существующей действующей проблеме, связанной с профориентацией студентов. В связи с чем целесообразно создание программы по профориентации студентов в дальнейшем именуемой, как «HaSskills».

Участники программы:

1. Университет
 - осуществляет организационное сопровождение профориентационной программы;
 - аккумулирует лучшие практики наставничества;
 - собирает и анализирует обратную связь по программе.
2. Преподаватель-тьютор
 - делится профессиональным и лидерским опытом и знаниями;
 - организует необходимое обучение;
 - консультирует в сложных ситуациях;
 - оказывает информационную и методологическую поддержку наставников (студентов) и подопечных(абитуриентов) на всех этапах работы;
 - помогает сформировать пары «наставник – подопечный»;
 - делится профессиональным и лидерским опытом и знаниями;
 - формирует индивидуальную траекторию развития
3. Наставник (представитель предприятия)-ментор
 - консультирует в сложных рабочих ситуациях;
 - является носителем ценностей и культуры компании, демонстрируя ролевую модель поведения в реальных производственных условиях;
 - оказывает информационной поддержку в период работы с подопечным(наставляемым),
 - берет на себя обязательство способствовать развитию подопечного в рамках программы наставничества;
 - делится профессиональным и лидерским опытом и знаниями;
4. Студент-тьютор (студенты 1-2 курсов являются тьюторами над школьниками и обучающимися СПО, студенты старших 3-4 курсов и магистранты над студентами младших курсов ВПО)

- поддерживает подопечного в достижении значимых для него целей;
- поддерживает в реализации инициатив и идей подопечного;
- задает развивающие задания и предоставляет регулярную обратную связь;
- делится профессиональным и лидерским опытом и знаниями;
- подталкивает к выходу из зоны комфорта и поддерживает уверенность в своих силах;
- расширяет сеть контактов подопечного, способствует нетворкингу.

5. Подопечный (студенты 1-2 курса ВПО, обучающиеся СПО и школьники):

- проявляет инициативу в собственном развитии;
- открыто обозначает свои вызовы и трудности, демонстрирует мотивацию к получению нового опыта и знаний;
- ставит персональные цели развития и участвует в формировании план их достижения;
- согласовывает с тьютором и ментором цели и план развития;
- готовится к каждой встрече с наставником и формирует вопросы для обсуждения;
- реализует план развития и исполняет взятые на себя обязательства перед наставником.

Таблица 1 - Основные цели, которые планируется достигнуть в ходе реализации программы

Для университета	Для тьюторов и менторов	Для студентов, обучающихся и школьников
Системный подход к созданию преемственности знаний Развитие корпоративной культуры Формирование команды высококвалифицированных замотивированных сотрудников	Передача управленческого и профессионального опыта Совершенствование навыков управления Участие в формировании профессиональной команды Открытие новых путей решения различного рода управленческих задач	Развитие профессиональных навыков Анализ своих сил Подготовка к реальным, сложным управленческим задачам

Основными направлениями профориентационной работы являются:

- создание благоприятных отношений между студентами/школьниками/обучающимися;
- создание оптимальных условий для реализации личностного

потенциала и развития способностей (коммуникативных, организаторских, аналитических);

- содействие трудоустройству, внедрение результатов научно-исследовательской деятельности в практику
- развитие общекультурных и профессиональной компетенций;
- формирование профессионально важных качеств и soft skills.

При определении направлений профориентационной работы учитывались следующие факторы, влияющие на выбор профессии абитуриента: 1) наличие тех или иных компетенций у студента/обучающегося/школьника; 2) наличие определённых склонностей и интересов студента/обучающегося/школьника; 3) знание области/профессии; 4) мнение семьи и друзей.

Поддержка наставника осуществляется в форме регулярных встреч с абитуриентом, в поддержании контакта, консультативной помощи, а также определенном руководстве в вопросах обучения и другой вузовской деятельности.

Это возможно при использовании активных форм работы: тренинговых занятий, деловых игр, групповых дискуссий.

Основным этапом реализации программы является определение перечня участников и формирование групп. Группы:

- «тьютор (преподаватель) – ментор – подопечный(ые)»,
- «тьютор (преподаватель) – тьютор (студент) – подопечный(ые) »,
- «тьютор (преподаватель) – подопечный(ые)»
- «тьютор (студент) – подопечный(ые)»,

Группы формируются по обоюдному согласию участников, при этом подопечный не должен находиться в прямом подчинении наставника.

Список литературы

1. Сергеева С.И., Комышов Н.С. Анализ развития метода проектирования, как необходимого элемента инновационного образовательного процесса. Исторические предпосылки/ Научный вестник воронежского государственного архитектурно-строительного университета/ Серия: Инновации в строительстве-2016-№2-С. 57-60

2. Уварова С.С., Воротынцева А.В., Беляева С.В., Рогачева Я.А. Развитие механизма наставничества в университете с точки зрения проектного подхода. ФЭС: Финансы. Экономика. 2018. Т. 15. № 5. С. 24-29.

3. Sergeeva S.I., Komysheva L.N. Modern education: content, technology and quality В сборнике: Environmental, Engineering and Legal Aspects for Sustainable Living Programm Abstracts. 2015. С. 93-94.

Звягина Анастасия Васильевна

направление Менеджмент (магистратура), гр. МТм-110з

Научный руководитель Судакова Наталья Юрьевна

Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Переход российской экономики на инновационный путь развития связан прежде всего с необходимостью активизации процессов коммерциализации инновационных технологий. Успешный ход процесса коммерциализации зависит от того, насколько технически и экономически грамотно подготовлен этот процесс и как рынок адаптирован к инновационной технологии, так как процесс коммерциализации – это в первую очередь формирование новых рынков. Отсюда возникает необходимость «включения» в него маркетинга. Причем не только путем вывода на рынок инновационной технологии, как это обычно представляется, но и путем использования ряда инструментов маркетинга – прежде всего коммуникационных (а не только маркетинговых исследований и тестирования инноваций) на дорыночном этапе коммерциализации.

Для реализации необходимо наличие методик, позволяющих оценивать эффективность маркетинга. Однако, несмотря на наличие ряда разработок в этой области, сказать об их полноте, достаточности и возможности с их помощью реально оценивать эффективность маркетинга пока нельзя.

В этом и состоит одна из основных проблем маркетинга – проблема оценки эффективности маркетинговых мероприятий. Она носит концептуальный характер и связана с определением двух важных аспектов: природы маркетинговых издержек, особенно связанных с коммерциализацией, и методов расчета экономической эффективности. Длительное время существовала точка зрения, что издержки на реализацию маркетинговых кампаний носят затратный характер. Сегодня стараниями многих зарубежных и отечественных маркетологов такой подход стал считаться заблуждением и в большинстве литературных источников приведены доказательства того, что издержки на маркетинговые кампании имеют инвестиционный характер.

Вопрос еще больше усложняется, когда речь идет о том, чтобы рассчитать эффективность маркетинговых мероприятий при коммерциализации инновационных технологий.

Рассмотрим методы оценки эффективности маркетинга. Качественные методы предполагают использование маркетингового аудита, в ходе которого осуществляется всесторонний анализ внешней среды организации, а также всех угроз и возможностей. При этом можно выделить две области маркетингового контроля: маркетинговый контроль, ориентированный на результаты, и маркетинг-аудит, т.е. анализ качественных сторон деятельности организации. Эта концепция включает в себя следующие моменты:

- контроль основных гипотез и прогнозов о закономерностях и структурах развития маркетинговой макро- и микросреды;
- контроль целей и стратегических направлений деятельности фирмы, их адекватности требованиям рынка и маркетинговой среды, с одной стороны, и возможностям и особенностям самой фирмы, с другой стороны;
- контроль эффективности маркетинговой деятельности фирмы, маркетинга-микс, маркетингового бюджета;
- контроль организации (организационных структур фирмы и правил их построения), а также систем и эффективности методов получения маркетинговой информации.

Количественные методы оценки эффективности маркетинга требуют сравнения затрат на маркетинг с полученной валовой прибылью и затрат на рекламу к объему продаж; они характеризуют конечные финансовые результаты деятельности организации. Анализ маркетинговых затрат может осуществляться в три этапа:

1. Изучение обычной бухгалтерской отчетности, сравнение поступлений от продаж и валовой прибыли с текущими статьями расходов (зарплатой, арендной платой, рекламой, транспортировкой, страхованием и т.д.).
2. Пересчет расходов по функциям маркетинга (расходы на маркетинговые исследования, маркетинговое планирование и контроль, рекламу и персональные продажи, хранение и транспортировку).
3. Разбивка функциональных расходов маркетинга по отдельным товарам, методам и формам реализации, сбытовым территориям и рыночным сегментам, каналам сбыта, потребителям и т.д.

В отечественной и зарубежной литературе сложились различные точки зрения на выбор и обоснование методов оценки эффективности маркетинговых мероприятий (табл.).

Коммуникационный эффект также имеет коммерческую природу (по крайней мере для фирмы, принимающей участие в коммерциализации), но основным отличием является период его реализации. В таком случае то, что называют коммерческим эффектом, есть операционный результат конкретной маркетинговой кампании, получаемый в ограниченный промежуток времени, а коммуникационная эффективность – результат от маркетинговых коммуникаций фирмы в целом за длительный период.

Рассмотрение вопроса о методиках исследования эффективности маркетинга позволяет сделать несколько важных выводов.

1. В маркетинге чаще всего используют показатель коммерческой эффективности, который не может в полной мере отражать эффективность затрат на маркетинг, поскольку существует еще и коммуникационный эффект.

Таблица 1 - Характеристика основных подходов к оценке эффективности маркетинговых мероприятий

Автор	Метод оценки	Сущность метода
Хруцкий В.Е., Корнеева В.И.	Качественный, маркетинговый аудит	Использование маркетингового аудита, в ходе которого осуществляется всесторонний анализ внешней хозяйственной среды предприятия, а также всех угроз и возможностей предприятия
Хершген Х.	Качественный, количественный, маркетинговый аудит	Маркетинговый контроль, направленный на результаты. Анализ качественных сторон деятельности предприятия (маркетинг-аудит). Оценка эффективности маркетинга через показатели сбыта.
Голубков Е.П.	Социологический	Использование инструментов прикладной социологии Разработка программы социологического исследования и его проведение
Бернет Дж., Мориарти С.	Количественный, социологический,	Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций (т.е эффективности рекламы, ФОССТИС, PR, личных продаж, прямого маркетинга и др.) с применением инструментов прикладной социологии

2. Определить эффективность маркетинговых мероприятий в краткосрочном периоде невозможно в связи с тем, что за этот отрезок времени очень сложно измерить ряд переменных, характеризующих как полученный эффект от маркетинговых мероприятий, так и затраты на его проведение.

3. Расчет эффективности затрат на маркетинг никогда не будет точным в краткосрочном периоде, так как сложный в измерении коммуникационный эффект имеет долгосрочный и сверхдолгосрочный стратегический характер,

его специфика состоит в возможности приносить эффекты в ряде последующих краткосрочных периодов. Таким образом, эффективность маркетинговых мероприятий является показателем эффективности стратегий фирмы как таковой (а не только сбытовых и рекламных тактик)

Иными словами, эффективность маркетинговых коммуникаций – это долгосрочная коммерческая эффективность маркетинга фирмы и ее отдельных мероприятий. Эти выводы вновь заставляют задуматься не только об эффективности маркетинговых мероприятий, но и о результативности существующих методик расчета эффективности маркетинговых мероприятий.

Таким образом, определить с достаточной степенью точности эффективность маркетинга, в том числе маркетинга инновационных технологий при их коммерциализации, сложно, но возможно. Для расчета главное состоит в том, чтобы иметь возможность проанализировать все примененные при коммерциализации маркетинговые инструменты и иметь в распоряжении достаточно временных и денежных ресурсов.

Список литературы

1. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации: пер. с англ. М.: ООО «И. Д. Вильямс». 2007. 432 с.
2. Ленсколд Дж. Рентабельность инвестиций в маркетинг. Методы повышения прибыльности маркетинговых кампаний: пер. с англ. / под ред. В. Б. Колчанова и М. А. Карлика. СПб.: Питер. 2005. 272 с.
3. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. М.: Экономика. 2000.
4. Саттон Д., Кляйн Т. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием: пер. с англ. СПб.: Питер. 2004. 240 с.

УДК 658.8

Иванова Ксения Владимировна

направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-93

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,

Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента

*ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск*

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях постоянного меняющейся бизнес-среды, для повышения эффективности бизнеса собственникам целесообразно на регулярной

основе анализировать соответствие бизнес-процессов на предприятии текущим трендам и рыночной ситуации.

В качестве объекта наблюдения выступило производственное предприятие города Новосибирска - ООО «СИСТЕМЫ ПРОМАВТОМАТИКИ». Объектом исследования выбран один из основных процессов на предприятии – «Сбыт произведенной продукции». Этот процесс обеспечивает достижение основной цели любого коммерческого предприятия – получение прибыли. Предметом исследования является разработка и перепроектирование процесса сбыта, исходя из выявленных при анализе проблем. Целью работы является такое перепроектирование процесса сбыта, которое позволило бы увеличить объем выручки от продаж за счет повышения лояльности действующих и вновь привлеченных клиентов. Поставленная цель определяет следующие задачи: 1) анализ бизнес-процесса сбыта «Как есть»; 2) перепланирование «Как должно быть»; 3) разработка комплекса мероприятий для перехода от существующей системы к желаемой; 4) оценка экономической эффективности результатов проведения реинжиниринга.

Для определения эффективности организации сбыта готовой продукции на предприятии и выявления возможных проблемных мест, был проведен анализ внешней и внутренней сред организации. Для описания внутренней среды проведен анализ бухгалтерской и оперативной отчетности о деятельности предприятия в части показателей доходности и прибыли, объемов сбыта продукции. Бизнес - процессы предприятия были построены с применением методологии ARIS. На рисунке 1 отражена модель основного бизнес-процесса «Сбыт произведенной продукции» в состоянии «Как есть».

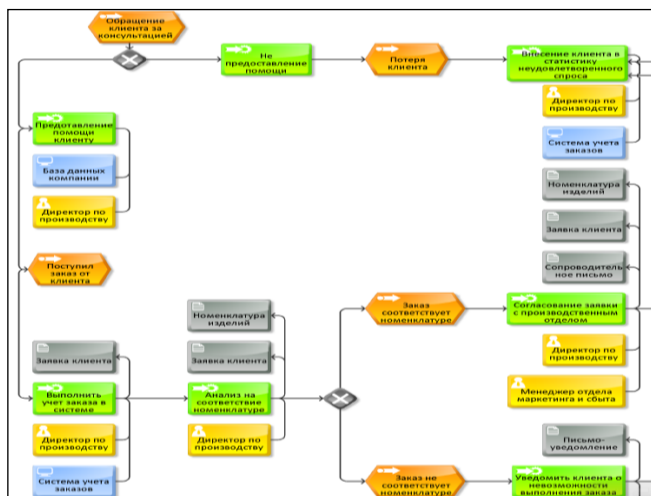


Рисунок 1 – Модель основного бизнес-процесса «Как есть»

В результате построения бизнес-процесса наиболее проблемной областью стало взаимодействие с клиентами организации. Существует перегруженность отдельных сотрудников, что значительно снижает их эффективность. Наблюдается очень низкий уровень взаимодействия с клиентами, проявлением которого является отсутствие помощи клиенту на этапе обращения за консультацией и, как следствие, потеря клиентов.

По полученным итогам анализа процесса сбыта были сделаны выводы о необходимости перепроектирования процесса сбыта.

Выявлены следующие «узкие» места: в штате сотрудников числится менеджер по маркетингу и сбыту продукции, однако он работает на полставки и имеет низкую квалификацию. У менеджера отсутствует заинтересованность в работе, он не справляется со всеми поставленными задачами. По этой причине многие обязанности менеджера в результате выполняются Директором по производству.

Для устранения существующей проблемы необходимо создание отдела маркетинга и сбыта. Предполагается создание отдела, состоящего из 2 сотрудников, обладающих опытом работы в данной сфере, а также, необходимыми знаниями для работы с клиентами по продаже электротехнического оборудования. Построена модель основного бизнес-процесса «Как должно быть», представленная на рисунке 2.

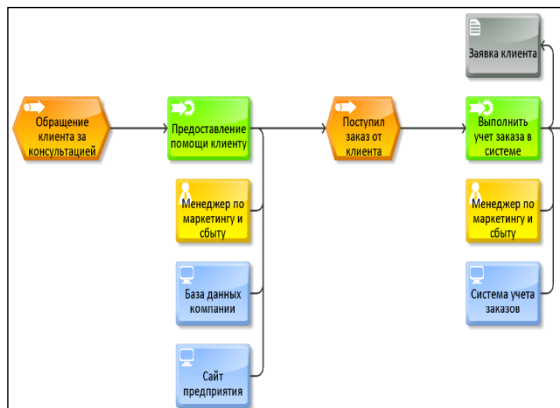


Рисунок 2 – Модель основного бизнес-процесса «Как должно быть»

Создание отдела позволит снизить нагрузку на Директора по производству и должно способствовать повышению эффективности его работы и работы производственного отдела в целом.

Для перехода от существующей системы к вновь спроектированной необходимо проведение комплекса мероприятий из 4 этапов. Первый этап – это постановка первоочередных задач перепроектирования бизнес-процессов сбыта. Второй этап – разработка плана и реализация мероприятий по организации отдела маркетинга и сбыта на предприятии. Третий этап – это мероприятия по подготовке персонала предприятия к проведению перепланирования бизнес-процесса сбыта. Четвертый этап – формирование системы управления изменениями на предприятии.

Для оценки экономической эффективности проведения реинжиниринга основного бизнес-процесса предприятия необходимо произвести сравнение величины убытков, которые несет организация при потере клиентов с величиной затрат на создание и функционирование отдела маркетинга и сбыта.

В результате проведения расчетов было выявлено, что затраты на функционирование отдела маркетинга и сбыта в год составят 1 484 500 р. Произведен расчет величины убытков предприятия при потере клиентов. Для расчета были использованы данные о средней сумме заказа на предприятии, количестве потерянных клиентов. В месяц на предприятии уходит порядка 10% клиентов по причине не предоставления должного уровня обслуживания. Таким образом, потери

предприятия в год составят 100 000 руб.*20 клиентов*12 мес.=24 000 000 р.

Произведен расчет дополнительной прибыли, которую предприятие получит при отсутствии потерь клиентов. Дополнительная прибыль = (24 000 000 р.*0,147) – 1 484 500 р. = 2 043 500 р.

В результате формирования и функционирования отдела маркетинга и сбыта, несмотря на затраты, необходимые для реализации проекта, предприятие сможет выйти на новые рынки сбыта и расширить клиентскую базу.

Список литературы

1. Организационное проектирование: реорганизация, реинжиниринг, гармонизация [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.А. Лочан, Л.М. Альбитер, Ф.З. Семенова, Д.С. Петросян; под ред. Д.С. Петросяна. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 196 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/969592> (дата обращения: 20.09.2019)
2. Бизнес-процессы: регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 319 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/1020015> (дата обращения: 21.10.2019)
3. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии: мировая и российская практика [Электронный ресурс] URL: <http://finuni.ru/reinzhiniring-biznes-processov-na-predpriyatii/> (дата обращения: 21.04.2019)
4. Теория процессного управления [Электронный ресурс]: монография / Ю.В. Ляндау, Д.И. Стасевич. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 118 с. — (Научная мысль). - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1023242> (дата обращения: 23.10.2019)

УДК 334.72

Кузнецова Мария Станиславовна
направление Менеджмент, гр. МТ-21

Научный руководитель **Цветкова Галина Сергеевна**
Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса
*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

МЕССЕНДЖЕРЫ – ЭЛЕКТРОННЫЕ ЗАМЕСТИТЕЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ БУДУЩЕГО

В исследовании рассматривается проблема развития цифровых технологий в сфере бизнеса и предпринимательства, создание мессенджера для набора персонала в организации.

Цели исследования:

1. Раскрыть понятие «мессенджер»;

2. Провести анализ рынка информационных технологий в сфере бизнеса и предпринимательства;

3. Разработать концепт нового продукта.

Технологическое развитие в наше время позволяет пользоваться мощными инструментами с мобильных платформ. Умный календарь, профессиональный текстовый редактор, доступ к документам из любой точки мира и многие другие возможности мобильных приложений существенно облегчают жизнь современным предпринимателям.

Популярность мессенджеров с каждым годом набирает обороты. Что такое «мессенджер»? Мессенджер – это программа (приложение) для мгновенного обмена сообщениями через интернет. В качестве сообщений мессенджеры могут использовать текст, картинки, видео, некоторые приложения поддерживают передачу файлов любого формата [1]. В основном, это приложения, направленные на определенные виды деятельности: общение, развлечение, творчество и т.д.

На сегодня существуют приложения, которые помогут распределить распорядок дня (тайм-менеджмент), организовать деятельность всей организации, внутренние чаты, поиск новых сотрудников и т.д.

Мессенджеры по поиску работы уже созданы, они с огромной скоростью вливаются в обыденную жизнь.

Приложение для поиска сотрудников должно, на наш взгляд, состоять из блоков и тестов к ним. Каждый потенциальный работник сможет скачать его и пройти те тесты, на какую должность он хочет претендовать. Например, соискатель хочет устроиться на должность маркетолога. В блоке «МАРКЕТИНГ» он проходит определенные тесты на знания и компетенцию. Все данные, полученные в ходе работы, будут зафиксированы в личном кабинете. Работодателю при определенных сомнениях нужно будет только посмотреть результаты тестов и (или) попросить пройти какой-то дополнительный.

Что дает нам это приложение:

1. Удобный способ для оценки качества профессиональной пригодности;

2. Мобильность;

3. Поиск тех кадров, которые нужны именно вашей фирме;

4. Обновление знаний по определенным видам деятельности;

5. Возможность качественно обработать информацию;

6. Нет больших затрат на время;

7. «Всегда с собой».

Но кроме положительных сторон использования подобного мессенджера существуют риски, с которыми может столкнуться работодатель:

1. Не всегда работник может отвечать честно. Вопросы, которые даются в тестах, можно легко найти на интернет-пространстве. Выход из этой ситуации: 1) тесты должны составляться с учетом навыков опрашиваемого, а не на теоретических знаниях; 2) работодатель должен проводить тестирование непосредственно на «своей территории»; 3) составлять более сложные тесты, ответы на которые нельзя найти в Интернете.

2. Сбой в системе. Как многие знают, техника также имеет свойства «подводить» и все данные стираются из учета. Выход из ситуации: автоматическое сохранение в «Облако».

3. Оценка не соответствует кандидату на прием на работу. В жизни случаются ситуации, когда человек на время прохождения теста сильно переволновался, и результат не соответствует его знаниям. Выход из ситуации: данный мессенджер, как говорилось ранее, заместитель предпринимателя. Работник вправе указать, что не доволен результатом теста, что он желает его пройти заново. Последнее слово всегда остается за работодателем.

Таким образом, можно сказать, что в век информационных технологий необходимо пользоваться услугами мессенджеров. Это не только экономит время на поиск новых кадров для компаний, но и возможность выбрать тех, кто идет в ногу со временем. В сфере бизнеса невозможны устаревшие знания. Данное приложение дает возможность принять более правильное решение по отбору кадров.

Список литературы

1. Что такое мессенджер, как он работает. Какой мессенджер выбрать? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biznesssystem.ru/chto-takoe-messendzher-kak-on-rabotaet-kakoj-messendzher-vybrat/>

Лау Иван Владимирович
направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-83

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,
Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск

ВОПРОСЫ ИНТЕНСИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), производительность труда в денежном выражении России в 2017 году, по предварительной оценке, составила \$26,5 в час, то есть около 1,7 тыс. р. Этот показатель отражает объем ВВП, вырабатываемый каждым трудящимся россиянином за один час работы (в текущих ценах, по паритету покупательной способности). По показателю производительности труда Россия уступает всем странам ОЭСР, кроме Мексики, где он составляет \$21,6. Средний для ОЭСР показатель — \$54,8, а у лидеров — Ирландии и Люксембурга — на уровне \$99 в час. Целью исследования является выявление причин низких показателей РФ на примере производственного предприятия. Объект наблюдения — ООО «Комбинат полуфабрикатов Сибирский Гурман» (далее — Компания). Объект исследования — организация работы одного из подразделений компании. Предмет исследования — эффективность организации работ и потери времени.

Предприятие является одним из крупнейших производителей замороженных полуфабрикатов, имеет лидирующие позиции по продажам на рынках от Урала до Дальнего Востока [1]. Пилотное исследование проводилось в апреле-мае 2019 года в структурном подразделении предприятия — холодильно-логистическом терминале (далее - ХЛТ).

Анализ эффективности структуры управления. В качестве инструмента исследования было выбрано наблюдение, основной метод наблюдения — фотография рабочего дня. На рисунке 1 представлена организационная структура подразделения.

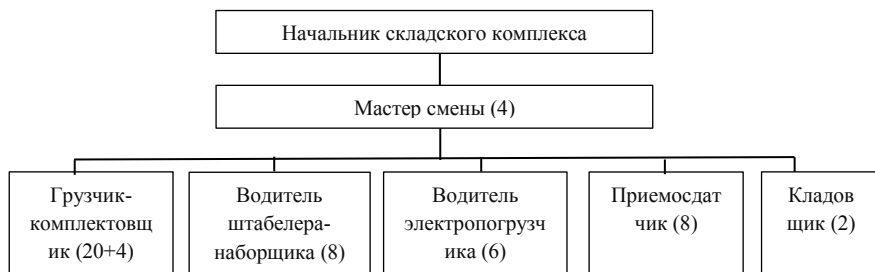


Рисунок 1 – Организационная структура холодно-логистического склада

По результатам было отмечено, что на ХЛТ фактически нет оперативного управления – не в смысле отсутствия должности, отвечающий за данный функционал, а в фактической организации деятельности подразделения. Сотрудники получают сменное задание, самостоятельно распределяют его между собой, самостоятельно регулируют темп и общее время работы. С одной стороны, можно отметить высокий уровень самоорганизации: за период наблюдения не было замечено ни одного случая простоя по причинам, связанным с организацией труда. С другой стороны, возможно именно в этой «самостоятельности» корень проблемы и конфликтной ситуации на ХЛТ. На предприятии реализуется принцип самоуправления. Сотрудники оформляют свои пожелания к организации через действующую систему обратной связи: им предоставляется возможность написать предложение или жалобу в периоды отдыха. В комнатах отдыха организованы специальные места, где есть пустые бланки, которые можно заполнить и сложить в специальный конверт. Смены значительно отличаются между собой по внутреннему климату и темпу работы, который задают сотрудники, работающие на складской технике (погрузчиках). На предприятии отсутствуют регламенты по вопросам нормирования труда. В структуре предусмотрен линейный руководитель, но фактически его функционал сводится к учету товарно-материальных ценностей.

Рекомендации: перераспределить функционал подразделения для того, чтобы вынести отдельно обязанности линейного руководителя по управленческому циклу. Повысить авторитет линейного руководителя. Считать и мониторить показатели производительности не за смену, а на килограмм переработанной продукции (перенесенной, перевезенной).

График работы. График работы сотрудников сменный с 7-00 до 19-00 и с 19-00 до 7-00. Время начала и окончания смены ХЛТ установлено

в соответствии с временем смен основного производства. Фактически передача смены происходит в разное время. Работа в ночные смены более интенсивна (за счет 100% ручной сборки – когда сотрудник вручную составляет заказ, забирая из целых паллет необходимое количество продукции), загруженность по дням недели очень неравномерна. В период наблюдения объем отгрузок в день мог различаться более чем в два раза. При этом были случаи незапланированных отгрузок (клиент просил отгрузить раньше) и случаи, когда машины не приезжали по тем заявкам, которые уже скомплектованы. По предварительной оценке, до существенного изменения системы планирования отгрузок со стороны блока продаж, перевести сотрудников на скользящий график работы не представляется возможным. Кроме этого, изменения плана отгрузки в течение смены не позволяет эффективно планировать численность необходимого персонала даже в коротком интервале времени.

На доске объявлений висит график регламентированных перерывов, фактически он не контролируется и не исполняется. Перерывы зависят от графика отгрузки. Простоев в отгрузке по причине перерывов в работе замечено не было.

Рекомендации: проанализировать реальную необходимость пересмены в 7-00 и 19-00 (в т.ч. с целью сокращения транспортных расходов и возможностью привлечения рабочих из области). Согласовать с отделом продаж возможность планирования отгрузок по дням с целью сглаживания пиков. Планировать отгрузки с учетом эффективного объема (предположительный эффективный объем дневной отгрузки на регион 70т), так как значительные отклонения существенно повлияют на показатели отгруженной продукции и потребуют дополнительного привлечения временного персонала.

Анализ результатов исследования-фотографии рабочего дня был проведен по трем функциональным единицам.

1. Грузчик – комплектовщик (фотография рабочего дня). Сбор информации проводился при сменном задании в 48т и 87,6т при этом расхождение в распределении времени не существенно. Разница в интенсивности труда сотрудников обусловлена проблемами в планировании отгрузок в принципе и несоблюдением графика и условий отгрузок со стороны клиентов (машины опаздывают, приезжают в ненадлежащем санитарном состоянии и т.п.). В настоящих условиях труда время отдыха согласно ТК РФ должно дополнительно включать в себя перерывы на обогрев (в Компании установлено 3

перерыва по 10 минут и два по 30мин = 1,5 часа в течение рабочей смены). Рабочая смена составляет 10,5 часов.

Фактическое распределение времени труда и отдыха отличается от расчетного из-за описанной выше ситуации с планированием и организацией процесса отгрузок. Злоупотреблений со стороны сотрудников, в т.ч. намеренно низкий темп работы, замечен не был. Причиной простоев грузчиков-комплектовщиков является ограничение места хранения скомплектованных заявок и неэффективное распределение работ в зоне хранения. Грузчики-комплектовщики ожидают, пока свою работу по комплектации выполнит водитель-штабелера и водитель погрузчика, которые в свою очередь могут терять рабочее время в ожидании друг друга.

Выводы по проблемным вопросам организации труда, влияющим на производительность: 1) неинформативность маркировки продукции в терминале, что приводит к потере рабочего времени сотрудников на поиск нужной продукции. Предлагаемое решение: указание точного адреса, то есть закрепление за паллетом индивидуального номера и штрих-кода, по которому в электронной базе можно отслеживать точный адрес на складе и дату производства. На данный момент такая система запущена, но работает не в полном объеме; 2) непонятен принцип формирования списка продукции в стадии комплектации. С точки зрения рационального подхода, она должна совпадать с требованиями по формированию паллет по весу (хрупкий товар в последнюю очередь и т.п.) или по логике перемещений; 3) необходимо устранить несогласованность пунктов регламента начала работ по заявке между сотрудниками во избежание простоев. Обязанности по организации процессов целесообразно возложить на мастера смены; 4) рекомендуется сделать стеллажи для временного хранения скомплектованных заявок, чтобы увеличить площадь хранения.

2. Водитель погрузчика. Интенсивность труда водителей погрузчиков значительно выше грузчиков-комплектовщиков. Простои в период наблюдения были связаны с несогласованностью действий между водителями погрузчика и водителем штабелера-наборщика во время комплектации заявок и с ошибками учета (не было отмечено перемещение паллет). Поломок, ремонтов, работ по обслуживанию оборудования, кроме плановых замен батарей в период наблюдения не зафиксировано. **Рекомендации:** согласовать регламент работ по комплектации заявок с возможностью визуального или аудио контроля.

3. Водитель штабелера-наборщика. Наибольший потенциал использования рабочего времени. Поломок, ремонтов, работ по обслуживанию оборудования, кроме плановых замен батарей в период наблюдения не зафиксировано. **Рекомендации:** возможно, что сотрудников данной должности можно привлекать на выполнение других работ, в т.ч. по учету товарно-материальных ценностей, у них наибольший потенциал времени. Необходимо регламентировать (контролировать исполнение регламента) количество сотрудников, которые могут находиться в кабине штабелера (в инструкции по технике безопасности это не зафиксировано). Во время пересчета в кабине находятся 2 или 3 человека.

Выводы. Изначально задачей проекта был точный расчет численности сотрудников, исходя из численности клиентов. Информация собрана, готова к использованию. Но ситуация с планированием отгрузок не позволяет использовать подобную схему из-за значительного числа отклонений.

Так же хотелось бы отметить самую главную проблему: отсутствие погруженности вышестоящего руководства в особенности работы предприятия. Владея принципиальным видением принципов построения работ, не учитываются конкретные критические факторы, которые влияют на всю цепочку производства. Поэтому целесообразно проводить такие исследования не только на конечных стадиях производства, но и брать во внимания весь процесс производства, начиная со стадии закупок до передачи товара потребителю. Можно рекомендовать внешний аудит и перепланирование основных и вспомогательных процессов, а также использование подходов бережливого производства.

Список литературы

1. РБК. Экономика [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/05/02/2019/5c5872889a794725eb8d815e>

Лебедев Даниил Юрьевич
направление Менеджмент, гр. МТ-11

Научный руководитель **Судакова Наталья Юрьевна**
Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса
*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ШКОЛЬНЫЕ СТАРТАПЫ КАК ПЛОЩАДКА ОБУЧЕНИЯ НАВЫКАМ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Будучи школьником, я активно начал заниматься проектной деятельностью, и уже в 10 классе у меня был первый бизнес, который приносил мне прибыль. Стало очевидно, что многие школьники уже хотят развиваться в сфере бизнеса и предпринимательства. Для внедрения в школы занятий по развитию навыков инновационного предпринимательского и проектной деятельности мной был разработан курс-проект START UP. Это образовательный курс, на котором старшеклассники в течение восьми недель при поддержке наставников создают собственные бизнес-проекты в одном из пяти направлений: медиа-предпринимательство, цифровое предпринимательство, социальное предпринимательство, образовательное предпринимательство, инновационное предпринимательство.

Курс состоит из мастер-классов, воркшопов и командно-проектной деятельности. На мастер-классах участники получают новые знания и навыки, во время командно-проектной деятельности – применяют их на 3 практике, а на воркшопах – демонстрируют экспертам результаты своей работы и получают обратную связь от отраслевых профессионалов.

Сейчас у молодых людей очень много возможностей для развития, для путешествий, для запуска собственных проектов. И чем раньше они начинают заниматься предпринимательством, тем более конкурентоспособными они становятся через несколько лет. Вы только представьте, если школьник уже в 15 лет создает собственный бизнес-проект, найдет проблему, способы её решения, создаст группу своего проекта в социальных сетях и начнет делать первые продажи, осознано подходит к своему делу и, действительно, будет развиваться в этой сфере деятельности, то к 18 годам он будет на одной ступени развития, а может и выше, с человеком, которые более 5 лет обучался в ВУЗе, а потом еще и работал несколько лет для получения практики.

И проучившись несколько месяцев в ВУЗе, я заметил, что сейчас многие студенты не знают что такое проект, а если и знают, то ничего не хотят делать, а если и хотят, то все и сразу. Очевидно, что это невозможно. Поэтому начинать заниматься проектной деятельностью, развивать у школьников предпринимательское мышление надо именно со школьной скамьи.

Основной целью курс-проекта START UP является создание среды для заинтересованных в личностном росте, стремящихся к развитию себя и своих проектов, готовых обсуждать публично свой проектный опыт, школьников. Задачи курс-проекта:

- обучить участников основам предпринимательской грамотности и бизнес-проектирования;
- привить участникам культуру ведения публичного соревнования;
- организовать просветительскую деятельность в сфере бизнес-проектирования в школах-участницах проекта;
- научить старшеклассников доводить начатое дело до логического завершения;
- интегрировать успешных участников курса в существующее профессиональное бизнес-сообщество.

Лично для себя я поставил главную задачу – сформировать у нас в городе сообщество молодых, активных, целеустремленных, ответственных ребят, которые хотят развиваться, создавать что-то свое, а не просто потреблять готовые продукты и услуги. Очень важно давать ребятам возможность реализовывать собственные идеи и помогать им на старте.

Почему мы? Потому, что у меня есть команда, вместе с которой я реализую образовательный проект START UP в Йошкар-Оле. С ними мы в течение месяца готовились. Я проводил для ребят мастер-классы на командообразование, написанию проектов, по работе с детьми. Сейчас в команде организаторов и наставников курс-проекта START UP состоит десять человек.

Каждый наставник закреплен за определенным направлением и один раз в неделю он встречается со школьниками и проводит для них мастер-класс по одной из заявленных тем, таких как: «Миссия проекта», «Нейминг», «Анализ конкурентов», «Бизнес-модель», «Целевая аудитория», «Креативная сессия», «Современные тренды дизайна», «Фирменный стиль», «Целеполагание», «SMM», «Авторворонка». Второй раз они встречаются, для того, чтобы закрепить полученные знания на практике.

Все полученные на мастер-классах знания ребята демонстрируют на воркшопе. Воркшоп – это публичная защита проектов перед экспертами и другими командами. За время курса их три. Первый прошел 20 октября 2019 года спустя две недели после запуска курса, на нем было представлено 15 проектов, разработанных школьниками. На нем команды представляли идею своего проекта, целевую аудиторию, конкурентов, планы дальнейшей реализации проекта. Второй воркшоп пройдет 10 ноября 2019 года, на нем, команды будут демонстрировать прототип своей идеи. Финальный воркшоп называется «Битва проектов». Он состоится 1 декабря 2019 года. На нем команды будут демонстрировать уже полностью готовый и действующий проект.

Эксперты, которых я как организатор приглашаю на воркшоп, – действующие предприниматели, бизнес-тренеры, люди, которые реализуют свои проекты на республиканском и федеральном уровне. Также обратную связь по проектам командам дают остальные участники курса через социальную сеть ВКонтакте.

Кроме всех официальных мероприятий мы проводим много неформальных встреч: игры в мафию, вечер легенд, креативные сессии, выходы в спортзалы, игры в лазертаг и многое другое. Так ребята знакомятся и общаются не только внутри своего направления, но и других. Ведь главная задача – сформировать команду ребят, с которыми мы в дальнейшем будем развивать бизнес-среду нашего города, нашей республики и страны, реализовывать совместные проекты и мероприятия после завершения курса. Также важно отметить, что таким образом выстраивается система «научился ты, научи других, научи учить других» за счет интегрирования участников курс-проекта START UP в дальнейшее участие в проекте в роли наставников для других команд.

Каждый молодой человек сегодня хочет путешествовать, зарабатывать на любимом деле, и проекты – это именно то, с помощью чего можно все это получить. У нас есть множество конкурсов, где надо загрузить проект, социальный, коммерческий, для физических лиц, юридических и т.д. Поучаствовав в одном конкурсе, затем в другом, ребята очень сильно прокачивают свои навыки и конкурентные преимущества своего проекта. У них появляется возможность путешествовать, ездить на финалы конкурсов проектов в другие города, а может, и страны, выигрывать различные гранты на реализацию своих идей.

Я искренне хочу, чтобы школьники, не просто сидели дома и бессмысленно тратили свою молодость. Я хочу, чтобы ребята

прославляли нашу республику, выигрывая во всероссийских, международных конкурсах, чтобы наша молодежь была активной, чтобы наша республика и страна развивались. Чтобы в этом году участников и финалистов конкурса «Мой первый бизнес», с которого началась моя история в проектной деятельности и создании бизнес-проектов, из Республики Марий Эл был не один, а минимум десять, а лучше больше!

Внедрение в школы программу по работе над созданием бизнес-проектов и участие в образовательном курсе START UP способствует развитию школьников. В рамках национального проекта по поддержке малого и среднего предпринимательства указом президента В.В. Путина 2020 год объявлен Годом предпринимательства. Считаю, что это самое время, чтобы действовать, активно нести идеи предпринимательству в среду молодежи.

УДК 005.4:658.18

Приходько Максим Михайлович, Казаков Данил Андреевич
направление Инноватика (бакалавриат), гр. 3Н71

Научный руководитель **Калашникова Татьяна Владимировна**
Канд.техн.наук, доцент школы инженерного предпринимательства
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», г. Томск

БЕРЕЖЛИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ МЕНЕДЖМЕНТА

В данной статье проводится анализ концепции бережливого управления как нового направления в развитии менеджмента, отмечаются болевые точки концепции, приводятся примеры применения методики бережливого управления офисами компаний, и выявляются тенденции развития.

Издержки присутствуют в деятельности любой компании, и их, безусловно, необходимо сводить к минимуму. Перепроизводство, ожидание, транспортировка, обработка, запасы, лишнее движение, бракованная продукция, нереализованный потенциал сотрудников – это те факторы, которые оказывают прямое влияние на экономические результаты и положение компании на рынке.

Простыми словами, бережливое управление – это система управления компанией, включающая мероприятия по устранению всех

тех факторов менеджмента, которые мешают производству и отдаляют от необходимого результата [1]. Производство должно работать как часы: качественно, быстро, недорого и согласованно настолько, насколько это возможно. Главная цель бережливого управления – производство качественного продукта, при котором затраты времени и ресурсов на создание товара снижены до возможных значений.

LEAN-менеджмент является самой популярной концепцией по улучшению показателей производительности труда в мире [3]. В разных странах доля компаний, использующих данную концепцию, различна. В основном LEAN-менеджмент широко применим за рубежом. К примеру, более 65% компаний США применяют в своей деятельности методику бережливого управления. В России же этот показатель около 10% (предприятия, которые либо начали внедрять, либо уже используют бережливое управление).

Чем же выгодно бережливое управление непосредственно для самих компаний? В основе данного типа менеджмента организационные изменения занимают около 80% от всех новаций в компании, остальные же 20% приходятся на инвестиции, что в результате приводит к минимальным затратам и к необходимым результатам. LEAN-менеджмент направлен на решение трёх главных задач, присущих любому бизнесу [2]:

- Улучшить производительность сотрудников;
- Упростить взаимодействие между работниками организации;
- Создать систему самосовершенствования компании.

Привлечение работников к процессу внедрения данной концепции является не просто важным звеном на пути к улучшениям в компании, этот процесс – один из основных источников изменений в организации [4]. Для развития в этом направлении необходимо, по нашему мнению, создать подходящую атмосферу в коллективе (например, встраивать улучшения непосредственно в те бизнес-процессы, с выполнением которых сталкивается работник). Как следствие, человек будет вынужден заниматься вопросом улучшений, так как эти улучшения затрагивают конкретно его деятельность и его условия выполнения работы. Одним из путей поиска необходимых улучшений, на наш взгляд, можно считать такой метод: после выявления проблемы собрать группу коллег (желательно с разных отделов), чтобы взгляд был более свежий на незнакомую ситуацию, и несколькими техниками разработки альтернатив для принятия решений предложить им выработать оптимальное для данной проблемы.

Для примера рассмотрим, какие правила в области бережливого управления, реализуемые непосредственно в офисе, могут привести к улучшению качества работы и взаимодействия между сотрудниками и росту показателей компании:

1. Оптимизирование документооборота внутри организации, путём создания подписанных ящиков для документов каждому работнику. Данное правило позволяет убрать лишние движения по офису и тем самым сэкономить время на подписании бумаг и их транспортировке.

2. Кластеризация. Для каждого документа (папки) своё место. Папки в открытых шкафах стоят только вертикально и только по своим цветам. Данное правило необходимо для сокращения времени на поиск необходимых документов и для развития дисциплины у персонала.

3. «Будильник для расходных материалов». Данное правило помогает наладить своевременную внутреннюю поставку расходных материалов. Когда сотрудник использует последнюю пачку бумаги или последнюю папку, то открывается информирующая карточка, и тогда сотрудник отдела поставок сможет вовремя заказать необходимый материал. Данное правило работает со всеми расходными материалами.

4. Каждый предмет на своём месте. У всего есть своё собственное место, будь то принтер или проектор. Это происходит очень просто, при помощи обозначения контура предмета и его названия, а также обозначения адреса самого предмета (номер кабинета, номер стола, номер ячейки и т.д.), наряду с инвентарным номером. Также присутствуют инструкции для сотрудников о работе с некоторой техникой (например, проектор).

5. Размещение плана комнаты сотрудника: расположение столов и их номеров, а также имён и должностей. Это правило помогает быстро найти нужного коллегу.

Основные болевые точки концепции бережливого управления проявляются в двух основных моментах: персонал и акцент на частные аспекты процесса [5]. Методика бережливого управления никогда не принесёт необходимого результата без вовлечения всего персонала, потому что основной источник изменений, как было сказано выше, – это работники и их идеи. В настоящее время система подразумевает получение разрешения на внедрение идеи, которое часто бывает трудно реализуемым. Страх ошибки перевешивает возможность оптимизации работы предприятия. Фокусировка на частных аспектах, вместо взгляда на процесс в целом, приводит к пренебрежению не менее (или, возможно, более) важной составляющей производственного механизма.

Например, некоторые компании не уделяют достаточное внимание вопросам качества. Так система «точно вовремя» выдвигается на первый план, наряду с не менее (или даже более) важной системой контроля качества и бережливым управлением.

Говоря о перспективах развития, стоит сказать, что система бережливого управления только начинает появляться в России, об этом говорят цифры [6]. На данный момент около 10% отечественных компаний внедряют или уже используют инструменты LEAN-менеджмента. Чтобы обеспечить практически 100% безотказность, 100% качество, короткие сроки производства, российским компаниям необходимо начинать активно внедрять некоторые составляющие LEAN-менеджмента. Путём проб и ошибок предприятия смогут при правильном подходе добиться желаемых результатов, занимаясь решением текущих проблем. Говоря о доступности информации такой системы, стоит сказать, что одним из основных условий дальнейшего распространения концепции бережливого управления в России является распространение информации об его составляющих и способах внедрения в компанию.

Список литературы

1. Бережливое управление: отсеять лишнее [Электронный ресурс] / www.gd.ru/ – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/10367-berejlivoe-upravlenie> (дата обращения: 25.10.19)
2. Применение LEAN в управлении [Электронный ресурс] / training.pwc.ru/ – Режим доступа: <https://training.pwc.ru/lean-for-leaders-upravlencheskiy-lean-menedzhment/> (дата обращения: 25.10.19)
3. Как работает LEAN в России и других странах [Электронный ресурс] / <http://www.up-pro.ru/> – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/lean-russia-usa.html (дата обращения: 26.10.19)
4. Как навести порядок в офисе, используя подходы бережливого производства [Электронный ресурс] / e.gd.ru/ – Режим доступа: https://e.gd.ru/338050?utm_medium=refer&utm_source=www.gd.ru&utm_term=10367&utm_content=art&utm_campaign=red_bloc_content_button (дата обращения: 26.10.19)
5. Непонимание Лин [Электронный ресурс] / www.equipnet.ru/ – Режим доступа: https://www.equipnet.ru/management/articles/articles_982.html (дата обращения: 27.10.19)
6. Применение LEAN Manufacturing на промышленных предприятиях России [Электронный ресурс] / www.myshared.ru/ – Режим доступа: <http://www.myshared.ru/slide/60976/> (дата обращения: 27.10.19)

Солодовникова Анастасия Сергеевна
направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-83

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,
Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск

ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И ФИНЛЯДИИ

Рассматривалась задача в ходе настоящей работы – определить и систематизировать влияние национальных особенностей на инновационное развитие в России и Финляндии.

При определении влияния национальных особенностей на инновационное развитие страны в качестве первоочередных задач, как правило, рассматриваются следующие:

- определение основных принципов и тенденций в организации инновационного бизнеса в России;
- определение основных принципов и тенденций в организации инновационного бизнеса в Финляндии;
- выявление схожих и отличных черт, а также влияния различий на инновационный рейтинг страны.

В настоящее время все передовые страны мира заинтересованы в развитии инновационной базы страны. Причем инновации страны должны носить национальный характер.

Что же такое инновации? Инновации – это основанное на научных знаниях высокотехнологичное экономическое новшество или технология для производства нового продукта или услуги.

Что подразумевается под национальными инновациями? В данном случае говорится о новых технологиях, разработанных определенной страной. Рассмотрим основные тенденции, проблемы и пути развития инноваций в России.

До недавних лет в России отводилось очень мало времени, ресурсов и финансов на развитие новых технологий. Так как страна богата полезными ископаемыми и древесиной, основная часть бизнеса всегда была построена на добыче, переработке и экспорте ресурсов. С течением лет положение дел в мире менялось и начало 21 века озарилось новой технологической эрой. Появились новые источники

энергии, способы добычи ресурсов и весь бизнес повернулся в сторону развития инноваций.

Основными чертами инновационного бизнеса в России являются:

1. создание научно-технических центров;
2. создание в ведущих вузах площадок, ориентирующих их на создание инноваций и дальнейшую их коммерциализацию;
3. получение в результате конечного продукта инновационной деятельности;
4. развитие венчурного инвестирования;
5. введение государственных льгот на развитие и поддержание инновационного бизнеса.

В настоящее время лучшими инновационными идеями могут похвастаться ученые из России и Японии. И самое главное достижение состоит в том, что не только ученые теперь могут разрабатывать новые товары и услуги. В России представлены различные объекты развития новых технологий. К ним относятся: технопарки, бизнес-инкубаторы, старт-ап-площадки, лаборатории для разработки НИОКР и т.д. В различных сферах деятельности принимают участие люди с научной база и без нее.

В России большей популярностью пользуются нефтегазовая и металлургическая сферы. Они образуют целые инновационные кластеры для разработки новых способов обработки, добычи и использования ресурсов страны. За ними стоит химическая промышленность, далее космическая и торговая. Меньше всего инновации внедряются в автопром и технологии связи.

Можно выделить несколько проблем, препятствующих развитию инноваций в России:

1. Неосведомленность. Не так давно в российском законодательстве отсутствовали точное определение инноваций и способы их поддержки государством. Существует проект Федерального закона «Об инновационной деятельности в Российской Федерации», но он до сих пор не вступил в силу.

2. Утечка умов. Не прекращающаяся со времен СССР миграция молодых ученых, привлекаемых в другие страны наличием достойного финансирования и необходимого оборудования.

3. Внедрение малого процента НИОКР в практическое применение. Правительство практически не осуществляет контроль за деятельностью государственных заказчиков.

4. Недостаточная финансовая поддержка государства. Всего 5% затрат инновационных предприятий инвестируется из государственного бюджета.

Данные проблемы пытаются урегулировать как само государство, так и предприятия, занимающиеся развитием инноваций в России. Для их решения используют опыт других стран, как западных, так и европейских. Одной из таких стран является Финляндия.

В отличие от России в Финляндии организована инновационная экономика. Она поддерживается и государством, и образовательными системами, и частным бизнесом. Существует несколько законов, регулирующих инновационную деятельность: 1) законодательство о правах на нематериальные активы, его подразделяют на закон об авторском праве и закон о промышленной собственности; 2) закон об изобретениях сотрудников и в университетах, они могут быть заказными и открытыми; 3) патентное право. Организацию руководства этими вопросами осуществляет Национальный совет Финляндии.

Финансирование инноваций происходит несколькими способами. Национальным учреждением R&D, их гранты получают в основном университеты и обособленные исследователи. Другой субъект носит название Tekes, оно занимается финансированием прикладных научных исследований и разработок. Кроме данных программ существует также государственное финансирование, представленное программой SHOK. Она направлена на развитие и внедрение инноваций в целях повышения уровня региональной экономики, благосостояния общества и граждан. Существует несколько центров SHOK, разделенные по сферам деятельности, например: CLEEN (энергетика), FIMECC (металл и машиностроение), SalWe (здоровье и благополучие).

Научные парки и бизнес-инкубаторы – это в основном большие мульт-технологические центры, которые занимаются нано технологиями, экологическими проблемами и вопросами ИКТ (информационно-коммуникационные технологии). Плотность бизнес-инкубаторов, на 1000 человек, в Финляндии одна из самых высоких в мире.

Таким образом, ведение инновационного бизнеса в Финляндии является более простым, так как в ней сосредоточены технологии, обучены сотрудники и создана мощная платформа финансирования.

Обобщая все данные, составим таблицу сходства и различий инновационных систем в России и Финляндии.

Опираясь на все вышеперечисленное, можно сделать вывод, что все данные в совокупности влияют на инновационный рейтинг страны.

Исходя из данных сайтов статистики, в данный момент Финляндия находится на 8 месте в рейтинге, а Россия на 45.

Таблица 1 – Сходства и различия инновационной системы России и Финляндии

Критерии	Сходства	Различия
Наличие развитой законодательной системы	Существуют законы, регулирующие патентные права на интеллектуальную деятельность	Законов в Финляндии больше, и они охраняют именно инновационную деятельность
Наличие финансовых программ развития	Венчурное финансирование; поддержка государства	Большое количество финансовых программ; бюджетирование государством
Наличие площадок развития	Существуют бизнес-инкубаторы, технопарки	Институты направленные на инновационное развитие
Использование интернет-технологий	Используются для разработки и развития НИОКР	Используются для общения с государственными организациями

Список литературы

1. Повышение эффективности управления инновационной деятельностью на предприятии. Емельянович А.А., Кулягина Е.А., Цуркан Е.В. Инновационное развитие экономики. 2016. № 6-1 (36). С. 20-24.

УДК 338.24

Чепакон Илья Олегович
направление Менеджмент, гр. МТ-11

Научный руководитель **Судакова Наталья Юрьевна**
Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОСТИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ УПРАВЛЕНЦЕВ

В век современных технологий, динамичного развития рынка, огромной конкуренции малого и среднего бизнеса возникает резкая необходимость в управленце, который сможет вывести компанию на новый уровень: от масштабирования и эффективного труда рабочих до

получения более высокой прибыли. Для того, чтобы прыгнуть на голову выше своих конкурентов, управленцу, а, возможно, и команде управленцев, необходима креативность.

Что такое креативность? В первую очередь, это генерация новых идей, решений для сложившихся проблем, нестандартный подход ко всему. Давайте представим обычный автомобиль, к примеру, ближе для российских реалий кредитованный Lada Granta. Машина – это бизнес. Водитель – это топ-менеджер вашей компании либо вы, если сами управляете ею. Все запчасти, колеса – это рабочие, которые выполняют определенную работу в вашей фирме. Если водитель слишком импульсивный или не креативный, без амбиций человек, то «запчасти» быстро выходят из строя, следовательно, машина приходит в негодность. Если же рабочие слишком эффективные и ваш бизнес далеко не Lada Granta, а топ-менеджер не искусный водитель, то потенциал компании будет падать на дно. Вопрос в том, как этого избежать.

Есть несколько главных составляющих, которые помогут решить данную проблему, повысить уровень доходов компании и её успешность и так далее. Это крутая команда, капитализация и креативность менеджера. Заострим наше внимание на последнем пункте.

Креативность позволяет создавать и внедрять инновационные стратегии развития компании и многое другое. На развитие данной компетенции субъекта влияют множество факторов: возраст, окружение, стрессовые ситуации, занятия творчеством в раннем возрасте, различные приемы, которые помогают мыслить нестандартно.

В результате исследования, предпринятого Е.В. Батовриной [1], биографий 19 выдающихся творческих личностей было выявлено, что креативность (творческие способности) появилась у 68,4% из них в возрасте до 15 лет. Следовательно, в раннем возрасте на них влияли детские сады, социальные институты образования, окружение.

Окружение является одним из инструментов влияния на личность человека, его компетенции, привычки, характер. Если человек находится в среде креативных людей, то вскоре и он станет таким.

Стрессовые ситуации могут повысить уровень своих способностей путем «мозгового штурма». К примеру, доходы компании по производству игрушек упали и для того, чтобы повысить продажи обратно есть несколько стратегий: создание новых игрушек с какими-нибудь интересными функциями для детей, коллаборация с брендами,

переосмысление ценовой политики. Это лишь малая часть, но благодаря стрессовым ситуациям создаются новые идеи.

Для того чтобы определить наличие творческих способностей у человека, есть один легкий прием. Нарисуем любую фигуру: круг, треугольник, параллелепипед, неважно. Если есть только одна ассоциация и ответ – фигура, то человек имеет среднестатистические способности, следовательно, креативностью он не отличается. Если есть более детализированные примеры с выбранной фигурой, к примеру, башня “Big Ben”, то у человека есть способность к креативному мышлению.

Для развития креативности есть действенные способы:

1) постигать неизведанное. Когда в последний раз вы читали книгу? Интересовались профессией, которая не близка к вашей? Изучали какое-либо явление? Возможно, сейчас самое время поискать новую информацию для себя. С помощью метода «игры экспертов» можно расширить свой кругозор. Выглядит он так: группа людей с обширными знаниями слушает пятиминутную лекцию на незнакомую им тему, например, о том, как делают обувь, или об истории часов Rolex. Затем каждый участник группы должен придумать минимум три идеи новых продуктов или сервисов в этой области. Скорее всего, вы не сразу поймете, как полученные знания смогут пригодиться вам в будущем. Но какие-то детали обязательно вспомнятся в нужный момент [2].

2) Смена окружения. Ученые выяснили, что креативность можно подстегнуть с помощью малейших изменений. Вы правша? Переключитесь на левую руку. Питаетесь в одном месте и заказываете одни и те же блюда? Поменяйте рацион и места вашего ланча. «Если на вашем столе и стенах все время одни и те же предметы, а вы постоянно общаетесь с одними и теми же людьми, это не очень хорошо для вашей креативности» – считает Роберт Эпстейн, старший психолог Американского института исследования поведения и технологий.

3) Развивающие игры. Различные головоломки, симуляторы (к примеру, Simformer), шахматы развивают гибкость мышления, нестандартный подход к решению проблемы, стратегические способности. Для управленца это является одним из главных способов прокачки себя, своих компетенций.

4) Метод «Мечтатель, реалист и критик». Ролевая игра, при которой нужно решить конкретную проблему с трех разных позиций — мечтателя, реалиста и критика. В первом случае вы придумываете самые странные идеи. Во втором составляете четко последовательный план действий по решению проблемы и обдумываете его несколько раз.

В третьем вычисляете критические моменты и находите ошибки в предложенном. Роли можно распределять между несколькими людьми или примерять каждую из них на себя.

5) Метод «Креативный архитектор». На листе бумаги нужно записать 10 любых существительных, которые придут на ум. К примеру, дерево, слон, фрукт и так далее. Теперь представьте, что перечисленные слова являются 10 обязательными условиями заказчика, которому вы проектируете загородный дом. А теперь по методу аналогии начинаем заполнять участок: «дерево» – сруб из дуба, «слон» – пол цвета слоновой кости, «фрукт» – обои с принтом фрукта на кухне и дальше продолжайте по такому же принципу. Включите свое творческое мышление и создайте реальный проект дома!

На основе сказанного мной можно сделать вывод, что креативность является одним из основных факторов для бизнеса, науки, прогресса. Без этой компетенции не было бы эволюции среди людей, новых продуктов, открытий в науке.

Список литературы

1. Батоврина Е.В., Блохина М.С. Развитие инновационного мышления персонала в процессе профессиональной подготовки // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2017. № 4. С. 126-134.

2. Как мыслить креативно? Эффективные способы [Электронный ресурс] /www.uplab.ru/ – Режим доступа: <https://www.uplab.ru/blog/how-to-think-creatively/> (дата обращения 02.11.2019 г.)

УДК 336.01

Шатеркина Анна Геннадьевна,

направление Менеджмент (магистратура), гр. МТм-310з

Научный руководитель **Репина Ольга Михайловна**

Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ И ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КОМПАНИИ

Цель работы – исследование современных подходов к анализу финансовых результатов предприятия, обобщение достоинств и

недостатков различных методик и авторское обоснование подходящего варианта для отраслевого предприятия.

В современное время обеспечение устойчивого развития является одной из важнейших функций для отдельных организаций и для государства в целом. Многие предприятия строительно-производственной направленности в последние годы переживают отрицательные времена, в связи с снижением уровня платежеспособности населения, уменьшением спроса на недвижимость и увеличением числа предприятий, ограничивающих свой рост в связи с тем, что финансовая возможность и возможность развития значительно снизились. Организации вынуждены искать новые пути для оценки состояния и поиска перспектив развития. В связи с этим, появляется необходимость более тщательного комплексного анализа и оценки стратегий развития, основным инструментом которого является анализ финансовых результатов предприятия, при этом становится **актуальным** вопрос выбора подходящей методики среди множества подходов к анализу финансовой деятельности, для этого рассмотрим данную проблему глубже.

Авторы в области финансового менеджмента и экономического анализа значительное место в своих исследованиях уделяют изучению финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия. На основе этого, с позиции различных видений аспектов данной сферы и отличающейся степени детализации, предложена к рассмотрению таблица сравнения методических подходов.

Анализ различных точек зрения об управлении финансовыми результатами предприятия в таблице 1.1. показывает, что в исследуемом вопросе авторы в основном опираются на традиционные виды анализа, такие как горизонтальный, вертикальный, сравнительный и факторный. Однако, каждый из авторов предлагает различный состав понятий, используемых для исследования, и свою последовательность анализа. Лишь некоторые из них раскрывают детальную методику анализа финансовых результатов, которую можно взять для промышленно-производственного предприятия.

Выводы. Исследовав различные точки зрения авторов и уточнив основные характеристики понятия анализа финансовых результатов организации, для предприятия производственно-строительной промышленности был выбран наиболее подходящий методический подход: Фридман А.М. «Управление финансовыми результатами предприятия». Он относит к основным показателям, формирующим финансовые результаты:

1. «выручку от реализации продукции, товаров и т.п.;

Таблица – Сравнительный анализ методических подходов к управлению финансовыми результатами

Методика, автор	Особенности	Преимущества	Недостатки
Литовченко В.П. «Методика анализа финансового состояния»	Рассматривает анализ финансовых результатов, как часть комплексного анализа финансов предприятия. Предполагает: оценку изменений по каждому анализируемому показателю за период времени (горизонтальный анализ); оценку структуры показателей прибыли и её изменение в динамике (вертикальный анализ); изучение изменения показателей в динамике за отчетные периоды; выявление степени влияния различных факторов на величину полученной прибыли и их причин изменения.	Преимущественно ориентирован на анализ производственных предприятий. Прилагается план расчетов и пример анализа.	Не предполагается глубокий анализ финансовых результатов предприятия.
Карпович О.Г. «Анализ финансового состояния и результатов деятельности организации»	Предлагает целостный финансовый анализ, а не отдельный анализ финансовых результатов. Предлагает описание традиционных методов финансового анализа и дает основные этапы анализа финансового состояния организации. Под анализом финансовых результатов подразумевает - «финансовый анализ имущественного положения»	Широкий анализ финансового состояния бизнеса. Последовательная логичность расчетов. Предлагаются формулы для расчета всех анализируемых показателей. Подходит предприятиям, выпускающим акции. Подробно рассматривает факторный анализ.	Нет подробной последовательности вертикального и горизонтального анализа.
Чувиков В.В. «Методические способы и приемы экономического анализа»	Раскрывает традиционные и классические методы экономического анализа. Так же показывает наиболее часто встречающиеся методы комплексной оценки итогов работы организаций.	Ориентирован на различные виды организаций.	Из-за большого количество предложенных методик расчетов, сложно выбрать подходящий для анализа финансовых результатов. Не детализированы показатели для глубокого фин. анализа

Окончание таблицы – Сравнительный анализ методических подходов к управлению финансовыми результатами

Методика, автор	Особенности	Преимущества	Недостатки
Фридман А.М. «Управление финансовыми результатами предприятия»	Под управлением финансовыми результатами автор предполагает управление доходами и выручкой; сущность и функции прибыли; механизм налогообложения прибыли доходов; анализ финансовых результатов деятельности предприятия, оценку распределения чистой прибыли и анализ рентабельности промышленного предприятия.	Подходит для предприятий промышленной сферы	
Савицкая В.Г. «Методика комплексного анализа производственной деятельности»	Предлагает свою методику и отмечает, что финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Для оценки качества прибыли детально раскрыт факторный анализ. Предлагает методику расчета влияния структуры продаж на изменения суммы прибыли и анализ рентабельности капитала.	Ориентирован на различные виды организаций. Последовательная логичность расчетов. Предлагаются формулы для расчета анализируемых показателей. Подробно рассматривает теорию. Выделяет анализ маркетинговой деятельности предприятия.	Отдельно предлагает методику финансового анализа. Рассматривает анализ прибыли отдельно от анализа финансовых результатов.

2. себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг;
3. коммерческие и управленческие расходы;
4. прочие доходы и расходы;
5. прибыль или убыток» [4].

Список литературы

1. Карпович, О.Г. Финансовый менеджмент : учебник / О.Г. Карпович, А.Е. Суглобов, Б.Т. Жарылгасова ; под редакцией Карповича О.Г.. — Москва : Дашков и К, 2018.— С. 49.
2. Литовченко, В.П. Финансовый анализ : учебное пособие / В.П. Литовченко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — С. 90.

3. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 386 с.
4. Фридман, А.М. Финансы организации предприятия : учебник / А.М. Фридман. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2016.— С. 328.
5. Чувикова, В.В. Бухгалтерский учет и анализ : учебник / В.В. Чувикова, Т.Б. Иззука. — Москва : Дашков и К, 2018.— С. 190.

УДК 37.013

Шашкин Максим Сергеевич

направление Управление в технических системах
(бакалавриат), гр. ИУСбд-02-19

Научный руководитель **Ковалева Екатерина Александровна**,
Канд. экономических наук, департамент: Инженерная академия
*ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»,
г. Москва*

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ У РУКОВОДЯЩИХ КАДРОВ

Что мы знаем о дизайн-мышлении? Как правило, человек, не сведущий в этой теме, может лишь предположить, что это особый креативный способ мышления и будет по-своему прав. Мир в 21 веке меняется особенно стремительно, а потому очень важно вовремя разобраться в современных тенденциях развития интересующей нас области. Однако мало кто отслеживает актуальные изменения в менеджменте и моментально их практикует. Этим занимаются, чаще всего, крупные компании, заинтересованные в поддержании высокого статуса в условиях конкуренции.

Так почему же мы не пользуемся доступной и своевременной возможностью повышения нашей эффективности? Во многом это объясняется всё ещё недостаточно высоким уровнем ответственности за свою жизнь среди граждан. По данным отчёта ученых Высшей школы экономики (НИУ ВШЭ) непрерывное образование в России востребовано значительно меньше, чем в большинстве европейских стран. Например, самообразованием занимается 20% россиян в возрасте от 25 до 64 лет. А доля таких людей в Германии, Франции и Швеции составляет от 52 до 84%. Эксперты объясняют ситуацию особенностями российского рынка труда и отечественной системы образования. Трудно

не согласиться с тем фактом, что данные показатели весьма малы на фоне мировой конкурентоспособности.

Постоянное саморазвитие должно быть обязательным пунктом в жизни каждого сознательного гражданина. Ответственный подход к личностному росту – одна из ключевых особенностей эффективной работы сегодня. Замечательный пример тому – формирование дизайн-мышления. Дизайн-мышление – это процесс креативного решения задач, который отталкивается от проблем потребителя (поиск способов достижения результатов идет «снизу-вверх»). Это позволяет найти максимально эффективный способ удовлетворения потребностей с, как правило, минимизацией использования физических ресурсов. Значит, в подобной методике найти что-либо полезное для себя может каждый.

Генри Форд понял, что людям нужна не быстрая лошадь, а быстрый способ передвижения, и создал автомобиль. Так и дизайн-мыслители стараются понять, не что хотят люди, а почему они этого хотят.



Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос о том, знают ли они о дизайн-мышлении

Как выяснилось, более 70% из 96 опрошенных сокурсников даже никогда не слышали о таком понятии. Однако не может не радовать факт того, что 11% участников опроса готово ухватиться за возможность узнать что-то новое (рис. 1).

Основные принципы дизайн-мышления (рис.2):

1. Мыслить нестандартно. Дополнять скучные таблицы диаграммами, тексты – фотографиями. Находить нетривиальные решения сложных задач, пусть даже абсурдные.

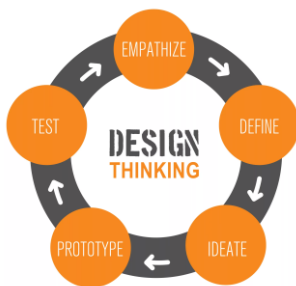
2. Использовать прообразы. Успешные бизнесмены, практикующие дизайн-мышление, часто применяют прототипирование для своих инноваций. Это помогает выявить достоинства и недостатки нового продукта.

3. Ориентироваться на эмоциональный опыт пользователя. Ошибочно предлагать продукт человеку, опираясь только на

практическую значимость. Вместо того чтобы рассказывать человеку о простоте и удобстве при эксплуатации благодаря унифицированному графическому интерфейсу, лучше сказать просто: «У смартфона модный дизайн, который станет предметом восхищения и обсуждения со стороны ваших друзей».

4. Полюбить неудачи. Выносить максимум из ошибок и использовать полученные знания для улучшения продукта и повышения качества услуги.

5. Проявлять разумный минимализм. Удалять лишнее и стараться выбрать лучшее решение из всех возможных.



Последовательно с верхней позиции по стрелкам:

1. Эмпатия (погружение в выбранную область)
2. Определение проблем
3. Генерация идей для их решения
4. Прототип готового решения
5. Тестирование

Рисунок 2 – Этапы дизайн-мышления Стэнфордской школы дизайна d.school

Момент озарения, когда вы понимаете истинную проблему клиента и пользователя, называется инсайт. Это ключ к прорывным продуктам (в бизнесе).

Дизайн-мышление помогает найти инновационные решения, которые не лежат на поверхности, экономит время и деньги.

Почему это работает? Приведем пример. При поездке на Школу Актива Российского университета дружбы народов, 56 человек были разделены на 4 команды. От каждой из групп требовалось разработать актуальный проект на тему решения проблем университета. Каждая из команд работала в своём, удобном для неё, формате. В рамках нашего коллектива мною было предложено опробовать идею дизайн-мышления. Всего лишь один человек, за исключением меня, читал об этом. После подробного рассказа об особенностях такой работы данный план был принят с большим энтузиазмом. Своей темой мы выбрали «Рационализацию деятельности Физкультурно-оздоровительного комплекса» по причине того, что в группах спортивных секций

занимается около 50-60 человек, что не обеспечивает необходимых условий для достижения больших результатов. Для повышения удобства занятий было решено ввести дополнительные дисциплины: йога, дыхательная гимнастика, воркаут, кроссфит, аэробика, фехтование, пилатес, фитбол, босу, памп, степ. Это позволит снизить нагрузку на ФОК, на преподавателей, даст возможность разностороннего развития студентам и создаст возможность более эффективной работы в секциях. Важно отметить, что в конкурсе победил именно наш проект, и сейчас он находится на стадии реализации. По впечатлениям команды, именно нестандартный подход к организации работы привел к успеху.

Хотелось бы верить, что наилучшая работа по признанию экспертов студенческого совета нашего университета доказывает эффективность использования дизайн-мышления.

Дизайн-мышление – очень полезная методика, которая пригодится не только при ведении бизнеса, но и, как мы выяснили, при решении других актуальных для многих задач. Применять его нетрудно, главное, – вникнуть в сам процесс. Мыслите как дизайнер и достигайте успехов!

Список литературы

2. Актуальные данные о непрерывном образовании. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://iz.ru/news/719297> (Дата обращения 25.10.2019 г.)

3. Особенности дизайн-мышления. [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://dschool.stanford.edu> (Дата обращения 25.10.2019 г.)

4. Точное определение понятия. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (Дата обращения 25.10.2019 г.)

5. Советы по развитию дизайн-мышления. [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://4brain.ru> (Дата обращения 25.10.2019 г.)

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

УДК 339.138

Белятков Максим Константинович
направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-93

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,
Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ

Цель работы – рассмотреть роль промышленного дизайна в продвижении инновационных решений. Для этого необходимо решить следующие задачи:

- дать определение понятию «промышленный дизайн»;
- исследовать роль промышленного дизайна в продвижении любой продукции;
- определить особенности влияния промышленного дизайна на успешность на рынке инновационных продуктов.

Промышленный дизайн уже давно не является просто набором художественных приемов, которые направлены на придание предмету какого-либо определённого стиля. Если обращаться к опыту западных стран, то промышленный дизайн уже давно превратился в эффективный инструмент продвижения продукта.

Промышленный дизайн – это отрасль дизайна, область художественно-технической деятельности, цель которой заключается в определении формальных качеств производимой продукции, их структурных и функциональных особенностей и внешнего вида.

В настоящий момент, промышленный дизайн решает пять задач:

1. Удобство эксплуатации.
2. Удобство обслуживания.
3. Внешние качества продукции.
4. Работа с брендом.
5. Снижение затрат на оборудование и производство [1].

Первые четыре задачи являются маркетинговыми. Они направлены на формирование потребностей, основаны на анализе рынка. Пятая задача связана с внутренними издержками, которые направлены на оптимизацию затрат при производстве товара.

Для создания оригинального продукта с уникальными характеристиками современным промышленным дизайнерам необходимо проводить анализ потребительских качеств изделий, а также обладать познаниями в области маркетинга.

Промышленный дизайн как инструмент маркетинга является востребованным в современных условиях конкуренции. Если рассматривать нынешнюю ситуацию на рынке, то все больше места занимают однотипные товары под разными брендами. Это вынуждает компании бороться между собой не столько за технологическое преимущество, сколько за то, чтобы привлечь максимальное количество потребителей нетехнологическими свойствами. К нетехнологическим свойствам можно отнести эргономические характеристики продукции, простоту и удобство использования.

Промышленный дизайн оказывает влияние и на рынок инновационных продуктов. Ведь внешний вид повышает уровень впечатлений от продукта, а также формирует общее отношение клиента к компании. Это играет важную роль для инновационных продуктов. Как говорит Патрик Ньюбери, директор по цифровым технологиям Globallogic, если ваша продукция или услуга не обладает большой ценностью, то дизайн не спасет ситуацию. Но если же все наоборот, то можно преуспеть и с неидеальным дизайном. Однако здесь следует отметить то, что чем больше мы движемся к цифровой эпохе, тем ниже входной барьер, поэтому могут появиться другие компании, которые сумеют сделать аналогичный продукт, но с лучшим дизайном. В качестве примера можно привести Apple iPod. До появления данного устройства уже существовали MP3-плееры. Однако именно iPod сумел подарить пользователям новый опыт. Компания Apple не сделала ничего нового, но улучшенный дизайн, а также дополнительные функции больше пришлись по душе новым пользователям.

Еще одним ярким примером влияния промышленного дизайна являются телефоны Vertu. Данный бренд выпускал не самые популярные, и даже не самые продвинутые телефоны на рынке. Однако именно эта марка всегда ассоциируется с эксклюзивностью и роскошью. Все дело в дизайне. Главная цель инженеров и дизайнеров компании Nokia заключалась в создании эксклюзивного телефона, который будет украшен драгоценными камнями. На рынке уже присутствовали похожие товары, но именно финская компания смогла реализовать её наиболее успешно. Корпус мобильного устройства состоит из тысячи отдельных элементов, а сборка происходит вручную. Именно дизайн

помог Vertu выделиться на фоне своих конкурентов и стать настоящим прорывом и среди телефонов, и среди предметов роскоши.

Таким образом, промышленный дизайн играет важную роль в успешном запуске инновационных товаров. Данная отрасль дизайна стала одним из важнейших элементов продвижения новых продуктов, а также инструментом, который используется для манипуляции предпочтениями потребителей.

Список литературы

1. Емельянович А.А., Коваль С.В. Современные технологии продвижения продукции: промышленный дизайн // Интеллектуальный и ресурсный потенциалы регионов: активизация и повышение эффективности использования Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Под науч. ред. А.П. Суходолова, Н.Н. Даниленко, О.Н. Бaeвой. Иркутск, 2019. С. 338-343.

УДК 658.8

Власов Матвей Евгеньевич

направление Менеджмент (магистратура), гр.ФБМ-93

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,

канд.экон.наук, доцент кафедры Менеджмента

*ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск*

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ НА РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ

Возможности успешного развития предприятий, производящих строительные материалы в долгосрочном периоде во многом связаны с расширением круга заказчиков и поставщиков, увеличением за счет этого объемов продаж, усилением контроля над затратами в процессе производства.

Особое внимание заслуживает вопрос продвижения инновационной продукции. Как известно, «инновация – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [3]».

Целью работы является выявление факторов, влияющих и обеспечивающих эффективное продвижение инновационной строительной продукции на региональном и российском рынках. Объект исследования – инновационный строительный материал

(неавтоклавный газобетон с усиленными показателями прочности). Предмет исследования – процессы продвижения инновационного продукта на региональном рынке.

Задачи исследования: 1) оценить текущее состояние (активность, количество игроков, количество инновационных продуктов в последние годы и т.д.) регионального рынка инновационных строительных продуктов; 2) проанализировать проблемы, затрудняющие процесс продвижения инновационной продукции на отраслевых рынках с ограниченным спросом; 3) рассмотреть возможные пути решения выявленных проблем.

Строительная продукция и тесно связанные с ней продукции строительной индустрии и строительных материалов имеют характерные особенности, которые значительно влияют на выбор методов ее продвижения, значительно ограничивая их. Как минимум, для такой продукции характерен относительно длительный и сложный производственный цикл, ее производство отличается значительной материалоемкостью и трудоемкостью.

При продвижении также необходимо учитывать, что рынок продвижения, как правило, имеет региональные ограничения, ограничения круга потенциальных покупателей, исходя из их платежеспособности, предпочтений. Также очень сильное влияние на спрос имеет фактор сезонности и в принципе макроэкономические факторы рынка (в кризис первой страдает отрасль строительства и все связанные с ней отрасли, но выход из кризиса начинается также с оживления именно этих отраслей). Кроме того, строительная продукция призвана удовлетворять индивидуальные потребности пользователей (защита от воздействия окружающей среды; коммунально-бытовая инфраструктура жизнеобеспечения потребителей: водо-, газо-, энергоснабжение и отведение твердых и жидких отходов; создание благоприятных комфортных экологических и эстетических условий жизнедеятельности). Это, в определенной мере, влияет на консервативность и неэластичность спроса на готовую строительную продукцию [2].

Незначительный разброс спроса на строительную продукцию и существующие экономические барьеры на вхождение в отрасль создают условия для ограниченной конкуренции на рынке продукции строительных материалов. Кроме того, расширение деятельности основных игроков на рынке жилищного строительства, которые часто в структуре бизнеса имеют предприятия по производству строительных конструкций и материалов для снижения затрат и оптимизации

логистики, складских запасов и прибыли, ведет к увеличению ограничительных барьеров для входа на рынок малых инновационных предприятий, которые еще только пытаются занять свою нишу на рынке [1].

В городе Новосибирск с 1930 года ведет подготовку инженерных кадров для всей строительной отрасли Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин).

В 2014 году на базе данного университета, сотрудниками кафедры строительных материалов, стандартизации и сертификации НГАСУ был разработан и запатентован инновационный продукт - сырьевая смесь для изготовления неавтоклавнога газобетона и способ приготовления неавтоклавнога газобетона (Патент на изобретение № 2536693, зарегистрирован в Госреестре изобретений Российской Федерации 28.10.2014 года). Рассмотрим свойства автоклавнога и неавтоклавнога газобетона, а также свойства инновационного газобетона.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика свойств газобетонов автоклавнога и неавтоклавнога способа твердения

Показатели материала	Автоклавный газобетон	Неавтоклавный газобетон	Инновационный неавтоклавный газобетон
Плотность, кг/м ³	500	500	600
Класс по прочности на сжатие	B 2,5-3	B 1,5-2,5	B 3,5
Морозостойкость, циклы	F30	Более F 50	Более F 50
Отношение к влаге	Требуется защита	Не боится	Не боится
Отношение к огню	Не горит	Не горит	Не горит
Теплопроводность, Вт/м·С	0,12	0,099	0,128-0,136
Возможность монолита	Нет	Да	Да

Очевидно, что практически по всем показателям инновационный неавтоклавный газобетон превосходит своих конкурентов и имеет все шансы на успешный выход на рынок строительных материалов. Однако, на данный момент производство и сбыт данного продукта не налажен.

Этому способствует ряд проблем:

- отсутствие в НГАСУ (Сибстрин) специалистов, которые умеют продвигать продукты;
- отсутствие диалога с производственными предприятиями;
- отсутствие компетенций, необходимых для создания малого инновационного предприятия у преподавателей и студентов.

Данные проблемы актуальны не только для рассматриваемого инновационного продукта, а практически для всей продукции, которая выходит на действующий рынок.

Для того чтобы преодолеть вышеописанные проблемы нужно разработать ряд действенных мер.

Во-первых, необходимо, в обязательном порядке, патентовать все инновационные продукты и разработки, которые создаются в «стенах» НГАСУ (Сибстрин). Данная мера позволит защитить права разработчиков на интеллектуальную собственность и исключить вероятность «кражи» идей. Во-вторых, университету стоит начать сотрудничество с гуманитарными вузами, занимающимися выпуском управленцев и маркетологов. Так как НГАСУ (Сибстрин) выпускает исключительно студентов инженерных направлений подготовки, то большинство студентов не имеют компетенций, позволяющих им изобретаться в методах и направлениях продвижения инновационной продукции, в этом им должны помочь люди, которые прошли подготовку в этой сфере. Коллаборация деятельности инженеров и управленцев-маркетологов должна принести положительные результаты. В-третьих, необходимо создавать малые инновационные предприятия на базе университета. В осуществлении данной меры должны быть заинтересованы все стороны, от руководства НГАСУ (Сибстрин) до студентов-разработчиков. Создание предприятия такого уровня, позволит заметно уменьшить время на вывод инновационной продукции на рынок. Также, данная мера позволит более эффективно привлекать инвесторов. В-четвёртых, нужно налаживать диалог с производственными предприятиями. Сотрудничество с производством позволит ускорить выпуск первых партий инновационной продукции, а это в свою очередь подтолкнёт потребительский спрос. Данное взаимовыгодное сотрудничество принесёт выгоду для производства, а также для разработчиков.

По результатам исследования можно сделать вывод: в инновационной среде до сих пор отсутствует конкретная система вывода инновационной продукции на рынок, именно поэтому большая часть разработок останавливаются на стадии идей и не имеют шансов на успешную реализацию. В рассмотренном примере были выявлены индивидуальные проблемы конкретного инновационного продукта и были предложены конкретные пути решения проблем. Но в основном, каждая ситуация нуждается в своих индивидуальных путях решения. Поэтому государству необходимо предпринять меры к нормализации ситуации на рынке инновационных продуктов. Составить и эффективно

применять меры поддержки инновационных разработок. Без помощи государства большинству разработок не удастся выйти на рынок активных продаж.

Список литературы:

1. Продвижение продукции предприятий строительной индустрии на региональных рынках Емельянович А.А., Горелов А.А. В сборнике: Современные тренды развития стран и регионов - 2018 Материалы международной научно-практической конференции: в 2 томах. Отв. ред. О.В. Ямова. Тюмень, 2019. С. 215-218.
2. Продвижение продукции предприятий строительной индустрии на региональных рынках Емельянович А.А., Левицкая Л.В., Коваль С.В. Транспортное дело России. 2019. № 1. С. 111-113.
3. Рамазанова Ф.М., Эсетова А.М. Стратегический подход к продвижению строительной продукции на рынок. Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. 2017;44 (1):206-216. DOI:10.21822/2073-6185-2017-44-1-206-216

УДК 332.1

Горская Ольга Алексеевна, Беляева Ольга Игоревна
направление Менеджмент, гр. МТ-41

Научный руководитель **Репина Ольга Михайловна**
Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса
*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

КОМПЬЮТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ИНВЕСТИЦИОННОМ АНАЛИЗЕ БИЗНЕС - ПРОЕКТОВ

Развитие технологий, усложнение и многообразие предлагаемых продуктов и услуг, сокращение их жизненного цикла, появление большого количества конкурентоспособных компаний, повышение требовательности потребителей, а также увеличение объема и скорости получения информации и знаний – все эти и другие изменения в мире вынуждают хозяйствующие субъекты искать методы для адаптации к новым условиям.

Цель исследования - обоснование коммерческой состоятельности управленческих решений, связанных с будущим развитием предприятия. Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи: 1) изучить компьютерные программы

инвестиционного анализа; 2) ознакомиться с компьютерными программами инвестиционного анализа; 3) апробация расчетов бизнес-проекта на примере ЗАО ПЗ «Семеновский» с использованием компьютерных программ. Предметом исследования является бизнес-план, построенный в программе Project Expert по производству сливочного масла в блистерах по 15 гр.

Применение инновационных финансовых моделей при планировании и анализе эффективности деятельности является целесообразным средством, позволяющим разработать различные варианты стратегий и принять грамотное управленческое решение. Сравним наиболее распространенные в России компьютерные пакеты для построения бизнес-планов и проведения расчетов экономической эффективности инвестиционных проектов в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение компьютерных пакетов для построения бизнес-плана

	COMFAR	PROPSPRIN	АЛЪТ-ИНВЕСТ	PROJECT EXPERT
Достоинства	Большой объем выдаваемой графической информации	Интегрированность, т. е. возможность видеть одновременно пользователем пакета и входных данных и финансовых результатов	Программа позволяет провести перерасчет результатов при нескольких данных	Соответствует рекомендациям UNIDO, но имеет более широкий круг условий реализации проекта
Недостатки	Достаточно большой шаг расчета; Трудность учета инфляции	Не предназначен для проведения полного финансового анализа проекта; Невозможно учесть фактор инфляции	Плохо защищен от возможных ошибочных действий пользователя	Слабо представлена графическая часть

Финансовая модель, построенная при помощи программы Project Expert позволяет пользователям решить следующие задачи: разработать детальный финансовый план; определить схему финансирования предприятия и оценить эффективность привлечения заемных средств; составить план развития предприятия, учитывая маркетинговую и производственную стратегии; разработать и смоделировать различные сценарии развития предприятия; сформировать стандартные финансовые документы и подготовить оформленный бизнес-план инвестиционного проекта, соответствующий международным требованиям. Программа Project Expert отличается системностью: до начала расчетов показателей эффективности с помощью этого пакета можно произвести качественный анализ инвестиционного проекта.

Среди конкурентных преимуществ программы Project Expert можно выделить следующие: Project Expert позволяет гибко учитывать изменения в экономическом окружении и оперативно отражать изменения. Программа рекомендована Минэкономике России и структурами регионального уровня, как инструмент для разработки бизнес-планов. Программа позволяет создать структурированный отчет проекта. Возможен динамический обмен данными с Excel. Передача отчетов в Word и сохранение в формате HTML. Программу Project Expert используют свыше 4500 организаций, среди которых госучреждения, банки, крупные предприятия и образовательные учреждения.

Проведем апробацию расчетов бизнес-проекта на примере ЗАО ПЗ «Семеновский». Идея бизнес-плана: производство сливочного масла жирностью 72,5% в блистерах по 15 гр. Данный продукт будет актуален для людей, кто предпочитает употреблять масло не только дома, но и в общественных местах (например, на работе). Основными потребителями продукции будут санатории, дома отдыха, пансионаты и тур комплексы. ЗАО ПЗ «Семеновский» один из немногих производителей РМЭ кто полностью контролирует весь процесс производства молока и может гарантировать качество по всей цепочке от поля до прилавка.

Результаты расчетов представлены на рисунках 1,2,3.

Длительность проекта: 36 мес.
Период расчета: 36 мес.

Справка

Показатель	Рубли	Доллар
► Ставка дисконтирования, %	0,00	0,00
Период окупаемости - РВ, мес.	15	15
Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес.	15	15
Средняя норма рентабельности - ARR, %	140,41	140,41
Чистый приведенный доход - NPV	9 296 431,73	9 296 431,73
Индекс прибыльности - PI	4,21	4,21
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	189,40	189,40
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	61,50	61,50

Рисунок 1. Показатели эффективности проекта

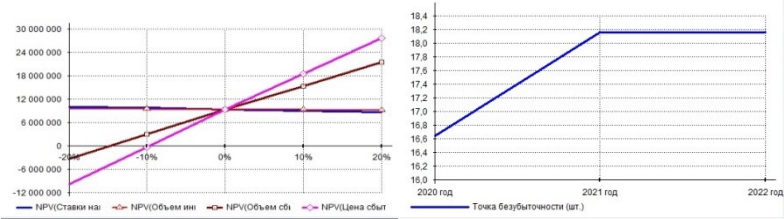


Рисунок 2. График чувствительности проекта

Рисунок 3. График безубыточности проекта

Таким образом, программа Project expert позволяет в течение небольшого времени разработать финансовую модель проекта. Для формирования итогового проекта необходимо ввести исходные данные и грамотно интерпретировать полученные результаты. Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что проект по производству сливочного масла жирностью 72,5% в блистерах по 15 грамм является эффективным для ЗАО ПЗ «Семеновский» об этом свидетельствуют значения показателей NPV, IRR, PB, PI (рисунки 1).

Список литературы

1. Официальный сайт ЗАО ПЗ «Семеновский» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.semol12.ru/> Дата обращения (25.10.2019)
2. Центр финансовых и управленческих технологий [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cfint.ru/financial/projectexpert/> Дата обращения (25.10.2019)
3. Экономические пакеты прикладных программ: учебное пособие / О.М. Репина, В.И. Шулепов. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 2006. – 172 с.
4. Project Expert — программа для разработки бизнес-планов и оценки инвестиционных проектов. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.expert-systems.com/financial/pe/> Дата обращения (25.10.2019)

УДК 004

Дегаев Максим Николаевич,
направление Инноватика (магистратура), гр. ИНВм-21з

Научный руководитель **Шулепов Владимир Иванович**
Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса
*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ SERVICE DESK

Целью исследования является обзор методов оценки удовлетворенности клиентов службой технической поддержки в организации, определение оптимального варианта реализации и проведение опроса, предложение для дальнейшего улучшения качества предоставляемых услуг.

Одной из основных идей, описанных в ITIL, является идея организации Service Desk (Диспетчерской службы). Service Desk – специализированная функциональная единица, ориентированная на

обработку специфических сервисных событий, поступающих в форме обращений пользователей или сообщений систем мониторинга.[1]

Service Desk – единая точка контакта (Single Point Of Contact) между поставщиком сервисов и пользователями.

Одной из основных задач сервис провайдера является обеспечение удовлетворенности потребителей сервиса. Одним из принципов детализации и последующего управления удовлетворенностью является представление удовлетворенности в виде отношения полученного к ожидаемому.

Под удовлетворенностью клиента можно рассматривать его субъективную оценку степени соответствия воспринимаемого качества предоставляемых услуг существующим ожиданиям.

Постоянное повышение качества предоставления услуг, так чтобы они полностью отвечали ожиданиям клиентов, является одним из ключевых аспектов в работе Service Desk. Для принятия эффективных управленческих решений от заказчиков необходимо регулярно получать обратную связь: насколько они удовлетворены содержанием и качеством услуг, организацией взаимодействия в рамках их предоставления, как в целом оценивают Service Desk как поставщика услуг[2].

Чтобы на всех уровнях взаимодействия с заказчиком обеспечить то качество работ, которое соответствует его ожиданиям, было принято решение разработать систему показателей, позволяющую получать интегрированную оценку уровня удовлетворенности клиентов, а также процесс регулярного сбора информации об удовлетворенности и проведения мероприятий по ее повышению. В эту систему показателей был включен перечень параметров, сгруппированных по уровням взаимодействия в рамках предоставления услуг и отражающих наиболее важные аспекты, влияющие на общую удовлетворенность клиентов[3].

Процесс управления удовлетворенностью включает следующие этапы:

- формирование целевых групп заказчиков;
- выявление текущего уровня удовлетворенности заказчиков
- оценка степени соответствия выявленного уровня удовлетворенности заказчиков целевому состоянию;
- формирование общего реестра полученных замечаний и предложений заказчиков;
- разработка плана мероприятий по повышению удовлетворенности заказчиков;

- реализация плана мероприятий, а также последующая оценка его результативности в ходе очередной оценки удовлетворенности заказчиков.

Для проведения опроса удовлетворённости качеством ИТ-услуг был выбран сервис [survio.com](#)[4], который позволяет проводить анонимное анкетирование и консолидировать результаты опроса в инфографике.

На рисунке 1 представлена диаграмма удовлетворенности клиентов по параметрам. Можно сделать вывод о положительном отношении клиентов к качеству технической поддержки. Однако, стоит обратить внимание на улучшение личных качеств сотрудников ServiceDesk таких, как энтузиазм, терпение, усидчивость, внимание к проблемам клиентов.

На рис. 2 представлена диаграмма общей удовлетворенности клиентов службой технической поддержки. Согласно данным диаграммы можно сказать о полной удовлетворенности качеством предоставляемых услуг. Это говорит о хорошо выстроенных процессах внутри отдела технической поддержки, квалифицированных специалистах.

Для дальнейшего повышения качества предоставляемых услуг необходимо совершенствовать личные качества сотрудников, повышать личную заинтересованность и мотивацию.

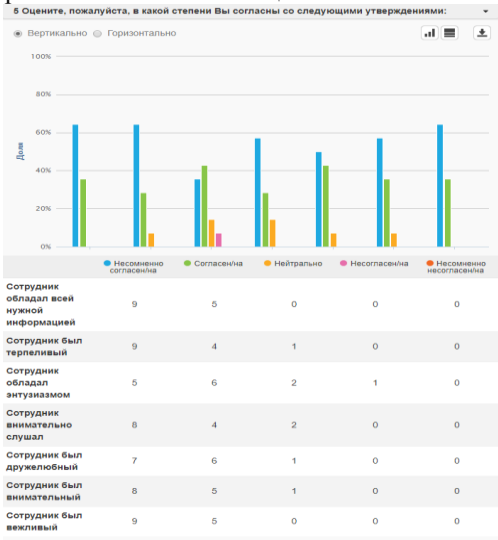


Рисунок 1 - Диаграмма удовлетворенности клиентов

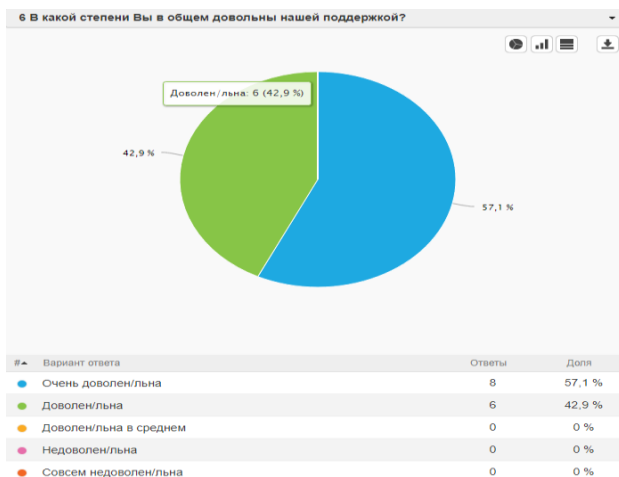


Рисунок 2 - Диаграмма общей удовлетворенности клиентов службой технической поддержки

Выводы: в результате исследования были проанализированы механизмы оценки удовлетворённости клиентов службы Service Desk, выбран метод оценки качества услуг в виде опроса, представлены результаты опроса, предложены варианты по улучшению работы службы Service Desk. Следует отметить, что для повышения качества предоставляемых услуг и сервисов оценка удовлетворенности клиентов должна проводиться на постоянной основе (ежеквартально, ежегодно) для отслеживания динамики ключевых показателей.

Список литературы

1. «Service Desk: плюсы явные и скрытые. Service Desk – что это такое?» [Электронный ресурс]. – <http://www.itexpert.ru/rus/ITEMS/77-20/> (дата обращения: 18.10.2019).
2. «Удовлетворенность ИТ пользователей. Зачем и как ее измерять? Опрос, оценка и анкета удовлетворенности» [Электронный ресурс]. – <https://www.itexpert.ru/rus/ITEMS/77-19/> (дата обращения: 18.10.2019).
3. «Управление удовлетворенностью заказчиков» [Электронный ресурс]. – <http://www.jetinfo.ru/stati/upravlenie-udovletvorennostyu> (дата обращения: 18.10.2019).
4. «Создать опрос и анкету» [Электронный ресурс]. – <https://app.surveio.com/> (дата обращения: 18.10.2019).

Дылевская Лидия Алексеевна
направление Государственное и муниципальное управление
(магистратура), гр. 7М38 АУ-21

Научный руководитель **Советова Надежда Павловна**,
Канд. экон. наук, доцент кафедры управления
ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», г. Вологда

ИННОВАЦИИ В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Цель работы – разработка направлений использования психотехнологий в качестве центрального компонента деятельности для сопровождения, реабилитации, коррекции и профилактики речевого развития ребенка в дошкольных учреждениях, деятельность которых направлена на коррекцию детских речевых нарушений.

В современных условиях информационного общества невозможно жить без взаимодействия и построения отношений человека с человеком, человека с группой людей, человека с обществом. В любых формах взаимодействия используются определенные виды психологических технологий. С помощью психологической технологии изучаются особенности развития человека как личности и его межличностные отношения в группе. Анализ мнений экспертов и личные наблюдения показали, что существует множество психологических технологий, позволяющих выявить направленность личности и определить ее инициативное поведение, побудить к разрешению ситуации и ставить задачи; форматировать неслучайную последовательность целей. **Актуальность данного исследования** вызвана тем, что применение инновационной психологической технологии основано на создании отношений взаимопомощи и взаимной ответственности для наиболее быстрого управления возникшими ситуациями и выявлении жизненной силы, определении причин кризиса и замкнутости детей, переживаний, поиска ресурсов, изучение состояния, направленного на психическое и физическое здоровье детей [1]. Интерес к изучению новых психологических технологий основан на выявлении причин, обстоятельств, приведших к их возникновению с помощью психологических методов и форм управления ими, способствуя позитивному их разрешению, ведущими к стабилизации отношений к себе и обществу.

Изучение теоретических подходов к понятию «психотехника» выделило несколько направлений. Так, по мнению Л.С. Выготского

психотехника - это научная теория, подчинившая овладение психикой к искусственному управлению поведением [2], по мнению А.М.Столяренко и Н.Д. Узлова психотехника совпадает с термином психотехнология. По мнению автора под психотехникой стоит понимать отрасль психологии, а под психотехнологией диагностические, коррекционно-развивающие и психотерапевтические процедуры, объектом которых является психическая реальность личности, а предметом - изменения граней психической реальности, влияющих на поведение человека.

Применительно к деятельности дошкольных учреждений целью применения любой психолого-педагогической технологии служит четкое определение ее конечной цели, которая рассматривается как центральный компонент деятельности, выражающийся как сопровождение, реабилитацию, коррекцию или профилактику. Педагог дошкольного учреждения при выборе психотехнологий (рис.1) в первую очередь ориентируется на личностные структуры и особенности аудитории, их состав и цель проводимого занятия.

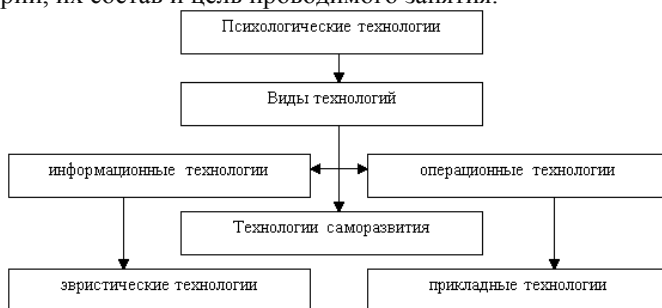


Рисунок 1 – Виды психологических технологий

Среди новых форм психотехнологий для детей с речевыми трудностями активно применяется игровая терапия, решающая спектр задач по психокоррекции и психопрофилактике. Данная технология направлена на развитие и гармонию личности ребенка, способствует улучшению психологического климата в семьях и малых группах при помощи игротехник, таких как индивидуальные, парные и групповые игры, техники, предполагающие использование кукол, фигурок, методики релаксационного характера, основанные на активной работе воображения, разных формах художественной экспрессии [3].

Инновационной формой игровой психотехнологии выступает интерактивный конструктор, сочетающий классические элементы

конструктора и современные технологии в сфере световых инсталляций. Основой служит специальная сенсорная поверхность, на которой отображается карта местности с холмами и реками, на нее можно устанавливать разнообразные деревянные блоки, идущие в наборе. Когда ребенок во время занятий ставит кирпичик на карту, в выбранной точке отображается определенный объект – дом, школа, фрагмент железной дороги, машина или другой предмет. При перемещении бруска можно управлять объектами, перестраивая их, передвигая в другое место или убирая вовсе. Таким образом, дети, играющие с конструктором, могут преобразовать интерактивное пространство, создав настоящий город. Инсталляция позволяет управлять изображениями автомобилей, пешеходов, катеров и лодок, самолетов, создавая эффект оживленного городского пейзажа. Подобный проект эффективен для групповых работ с детьми, поскольку способствует их совместной деятельности, учит контактировать и сотрудничать друг с другом.

Выводы. На основе анализа использования психотехнологий в дошкольных учреждениях, направленных на коррекцию детских речевых нарушений, предлагаем использовать в практике их деятельности инновационные формы – интерактивный конструктор, позволяющий 1) развивать моторику пальцев и кистей ребенка, что приводит к улучшению речевого аппарата, 2) развивать коммуникативные навыки детей, работать в команде, делиться опытом и помощью, что позволяет ребенку выражать свои чувства, 3) воздвигание виртуального пейзажа (пространства) позволяет выявлять творческие способности ребенка и определять дальнейшие сферы для развития.

В результате использования данной технологии у детей развивается пространственное и логическое мышление, самоконтроль, они учатся различать предметы и находить взаимосвязь между ними, также дети приобретают навыки поведения в городе, технике безопасности и другим направлениям, проигранным в конструкторе. В комплексе интерактивный конструктор приводит к улучшению речевого развития ребенка, развивает внимание и интеллект малыша, прививает качества лидера, улучшает быстроту реакции.

Список литературы

- 1.Белинская, Е.П. Социальная психология личности. /Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 301 с.
- 2.Выготский Л.С. Мышление и речь/ Л.С. Выготский – М.: Лабиринт, 2009.

3. Теория и методика воспитания: учебное пособие. / Е.В. Головнева. – 2-е изд. – М.: Высшая школа, 2013. – 256 с.

УДК 371.2

Дьяченко Данил Григорьевич
направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-93

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,
Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск

ПРОБЛЕМА ОФОРМЛЕНИЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИИ

В настоящее время стимулирование создания малых инновационных предприятий на базе высших учебных заведений призвано привлечь внимание талантливых студентов к процессу инновационной деятельности. Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что несмотря на государственную политику поддержки инновационной деятельности и популяризацию идеи создания инновационных университетов, на практике малые инновационные предприятия сталкиваются с большим количеством проблем. Вопрос сбыта остро стоит у любого бизнеса – это касается и сбыта инновационной продукции. Второй острой проблемой является сам процесс оформления, получения патента и иных документов, закрепляющих право собственности на результат интеллектуальной деятельности.

Цель исследования – выявить источники и/или причины проблем, возникающих при оформлении права собственности и сбыте инновационного продукта. Задачи исследования: 1) систематизировать требования к объектам интеллектуальной собственности; 2) на конкретном примере рассмотреть возникающие вопросы при оформлении прав на интеллектуальную собственность; 3) рассмотреть возможные решения и трудоемкость их воплощения. Объект исследования – инновационный продукт, разработанный в процессе деятельности малого инновационного предприятия при высшем учебном заведении. Предмет исследования – процессы оформления права собственности и сбыта инновационного продукта.

ООО «Vectortec» создан при НГТУ НЭТИ как малое инновационное предприятие. Руководителем предприятия является студент НГТУ, который создал так называемые «электронные ценники», способные

автоматически менять цену на товар в зависимости от времени, спроса, остатков на складе, проводить глубинную аналитику и делать в итоге покупателю персональное ценовое предложение [2].

Стоит отметить, что самый важный признак любой инновации (инновационного продукта) – новизна, а параметр – отсутствие в использовании и потреблении на рынке сбыта. Прежде, чем обозначить проблемы, связанные с оформлением прав собственности и сбытом, которые возникли на пути у создателя инновационного продукта, классифицируем «электронные ценники» по критериям, предложенным исследователем С.Д. Ильенковой [1].

Особое значение перед составлением заявки на регистрацию изобретения, как известно, приобретает процедура патентного поиска. Патентный поиск позволяет оценить риски патентоспособности объекта интеллектуальной собственности или иными словами проверить новизну изобретения, то есть выявить факт существования аналогичных зарегистрированных изобретений.

Таблица 1 - Критерии классификации электронных ценников и вид инновации

Критерии классификации	Вид инновации
Технологический параметр	Процессный
Новизна	Новый для отрасли в стране
Место на предприятии	Инновация системной структуры
Глубина вносимых изменений	Улучшающий
Сфера деятельности	Торговый

Обратившись за помощью к специалистам в сфере охраны интеллектуальной собственности, которые произвели патентный поиск, было констатировано, что уже есть патент на «электронные ценники» в США с подробным описанием этого устройства. Следовательно, первая серьезная проблема, тормозящая оформление и регистрацию прав на объект интеллектуальной собственности российского разработчика - это отсутствие исключительной новизны изобретения. Наличие новизны является ключевым аспектом, способствующим успешному прохождению экспертизы по существу, получению патента на изобретение и в дальнейшем начале коммерциализации инновационного продукта малого инновационного предприятия. На первый взгляд, решить возникшую проблему не так уж и легко: нужно усердно думать над предметом новизны. Но можно пойти наиболее легким и рациональным путем. Предоставить описание изобретения «электронных ценников» при подготовке документов на получение патента, не как устройство, в случае с зарубежным аналогом, а как

систему элементов: совокупность программного обеспечения с устройством ценников и его управляющим модулем.

Вторая проблема заключается в том, что команда разработчиков компании «Vectortec» состоит только из студентов и выпускников технических специальностей – это инженеры, программисты и математики. Основной фокус внимания команды концентрируется на генерировании новых инновационных разработок, при этом упускаются из виду изменяющиеся рыночные условия в процессе подготовки к сбыту инновационной продукции. Неотъемлемой частью команды должны являться не только люди с техническим образованием, но и представители менеджмента инноваций, то есть менеджеры. Во-первых, менеджеры смогут отслеживать движение рынка, во-вторых, они будут вовремя принимать управленческие решения по поводу подготовки к коммерциализации инноваций, тем самым не давая возможностьграничным конкурентам вытеснить предприятие «Vectortec» с российского рынка.

Выходы из данной проблемы: 1) привлечь в рабочий процесс инновационной компании способных студентов-менеджеров с высоким уровнем сформировавшихся профессиональных компетенций (менее затратный вариант); 2) нанять в компанию опытного технологического брокера извне (более затратный вариант). Таким образом, инновационная экосистема высших учебных заведений должна способствовать как созданию технологий и инноваций в малых инновационных предприятиях, так и формированию партнерской организационной структуры по содействию представителей бизнес-сообществ, центров трансфера технологий, управления защитой интеллектуальной собственности, исследовательских компаний, которые выступают в качестве экспертов. Такое объединение усилий субъектов инновационной инфраструктуры позволит достичь синергического эффекта, тем самым, сократить проблемы на пути коммерциализации инновационной продукции.

Список литературы

1. Инновационный менеджмент: учебник / ред.: С.Д. Ильенкова .- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 . - 393 с.

2. Студенты НГТУ НЭТИ создали первые в мире «умные ценники» с анализом поведения потребителей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.nstu.ru/news/news_more?idnews=117681 (дата обращения: 05.10.2019).

3. Емельянович А.А., Коваль С.В. Актуальные вопросы коммерциализации интеллектуальной собственности вузов // В сборнике: Современные тренды развития стран и регионов - 2018 Материалы международной научно-

практической конференции: в 2 томах. Ответственный редактор О.В. Ямова. 2019. С. 53-56.

УДК 330.3

Зорин Георгий Алексеевич

направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-93

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна,**

Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента

*ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск*

УПРАВЛЕНИЕ СТОП-ФАКТОРАМИ ИННОВАЦИОННОГО СТАРТАПА ПРИ ВЫВОДЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК

Актуальность темы исследования обусловлена особым значением и повышенным вниманием в мире к объектам интеллектуальной собственности и инновационной деятельности в целом. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности в настоящее время является одним из ключевых показателей, по которому производится оценка деятельности как предприятия, так региона или государства. Двигателями инновационной деятельности являются университеты, институты, высокотехнологичные предприятия и инновационные стартапы. Целью исследования является выявление стоп-факторов, препятствующих процессу вывода на рынок инновационных продуктов стартапов. В соответствии с поставленной целью определены задачи:

- 1) Анализ деятельности инновационного стартапа при выводе продукта на рынок;
- 2) Описание выявленных проблем;
- 3) Предложения по предотвращению стоп-факторов активного продвижения инновационного продукта.

Объектом исследования является стартап «VectorTec» студента НГТУ Зорина Георгия. Предметом – его деятельность при выводе инновационного продукта на рынок.

Инновационный продукт стартапа - «Seller» - комплексный инструмент для увеличения прибыли торговых сетей, состоящий из аналитического ПО, формирующего цены товаров и системы электронных ценников (далее – ЭЦ).

6 этапов вывода [1], описание фактически проведённых процессов, их анализ, и выявленные стоп-факторы при прохождении этапов представлены ниже.

1. Обзор рыночной ситуации. Генерация и фильтрация идей.

Команда VectorTec увидела технологию ЭЦ на зарубежных рынках и захотела повторить её на рынке РФ. При малом кол-ве конкурентов, годовой оборот каждого из них составлял более 10 млрд. руб. Помимо таких сильных конкурентов, создатели стартапа не имели на тот момент финансовых и социальных ресурсов, должного опыта, а что ещё важнее – очевидного конкурентного преимущества, что привело к остановке развития проекта на полгода.

Возобновление деятельности произошло, когда к команде присоединился коммерческий менеджер, который имел опыт работы в ритейле и привнёс первоначальный капитал в развитие проекта. Стартап нашёл нерешенную проблематику, сформировал концепцию будущего продукта и выделил его целевую аудиторию. В ходе деятельности на данном этапе были выявлены следующие стоп-факторы:

- Пренебрежение обзором рынка и конкурентной средой;

Малая маржинальность продукта, связанная с большим объёмом рынка и возможностью сделать производство серийным, наряду с высоким уровнем конкуренции и отсутствием явного преимущества, говорит о создании компании, обречённой на неудачу.

Вывод: необходим опыт работы в выбранной отрасли как для видения и понимания бизнес-процессов, так и для видения концепции необходимого рынка продукта.

- Пренебрежение спецификой Российского рынка;

При создании бизнес-модели не был учтён уровень жизни России. Зарубежные аналоги имеют адекватную стоимость для западных стран. В России же интеграция ЭЦ говорит о минимум 5 лет окупаемости для магазина, что означает однозначный отказ от проекта такого рода. Решение было найдено в создании аналитического ПО, которое снижает срок окупаемости до полутора лет.

Вывод: необходимо учитывать гео-экономический фактор.

- Компетенции и опыт работы в отрасли не соответствуют выбранной бизнес-модели.

Взаимоотношения формата B2B означают необходимость больших ресурсов и опыта. Когда этими ресурсами располагает команда, имеющая небольшой опыт, риск неудачи компании возрастает.

Вывод: в качестве первого опыта команды необходимо отдавать предпочтение той бизнес-модели, которая подразумевает B2C взаимоотношения с клиентом, для снижения экономических рисков.

2. Экономический анализ.

Командой были разработаны бизнес-план и бизнес-модель проекта, подготовлено инвестиционное предложение. Выявленный стоп-фактор:

- Отсутствие необходимых компетенций для составления инвестиционного предложения.

Этот стоп-фактор влечёт не только финансовые, но и имидживые риски. Помимо получения отказа предоставления инвестиций, стоит учитывать факт потери доверительного отношения к стартап-команде. Стартап, показавший отсутствие компетенций инвесторам, также получает негативную известность в их сообществе.

Вывод: команде необходима постоянная экспертиза. Это поможет снизить риски и ускорить вывод инновационного продукта на рынок.

3. Проверка концепции.

Так как социального ресурса команды было недостаточно, было решено воспользоваться имеющимся - СМИ. Команда получила множество контактов, в т.ч. представителей целевой аудитории. Выявленный стоп-фактор:

- Распространение информации о разработке как о готовом продукте.

Командой не были учтены имидживые риски. Потенциальные партнёры и клиенты, вышедшие с представителями стартапа на связь, при выявлении реальной ситуации испытывали разочарование, что приводило к потере взаимоотношений.

Вывод: проверку концепции лучше осуществлять постепенно, избегая завышенных ожиданий и используя помощь тех партнёров, с которыми уже выстроены доверительные отношения.

4. Разработка и испытание продукта.

Разработка была первой совместной деятельностью всей команды, и как следствие, сроки выполнения постоянно смещались.

Стоп-фактор:

- Отсутствие компетенций в области организации деятельности МИП.

Начало деятельности подразумевает создание всех организационных процессов. Недостаточный контроль, неверное распределение имеющихся ресурсов привели команду к кассовому разрыву и постоянному откладыванию сроков разработки. В связи с чем команда потеряла имидживые и финансовые потери.

Вывод: команде необходима постоянная экспертиза. Это поможет снизить риски и ускорить вывод инновационного продукта на рынок.

5. Пробный маркетинг.

В данном случае пробный маркетинг был осуществлен совместно с 3-им этапом - Проверкой концепции.

6. Коммерческая реализация.

В июле 2019 года представителей стартапа пригласили в Минпромторг РФ для презентации инновационного продукта. На встречу были приглашены и представители целевой аудитории. Выявленные стоп-факторы:

- Личные встречи с представителями компаний, но не с собственниками;

За время своего существования команда трижды имела опыт проведения встреч и с представителем, и с собственником одной и той же организации. При этом цели переговоров достигались именно с собственниками. Это связано с тем, что представитель руководит деятельностью отдела организации, в то время как собственник видит общую картину. И если продукт имеет сложную концепцию, его интеграция будет затруднена узким видением представителя.

Вывод: необходим диалог с собственниками организаций для увеличения шансов на благотворное сотрудничество.

- Проведение общих, а не личных встреч.

На описанной встрече один из представителей вёл агрессивную тактику переговоров, задавая темп общения. В связи с этим не были достигнуты цели этой встречи.

Вывод: при организации встречи предпочтительнее выбирать личное общение с каждым из представителей для снижения риска негативных последствий.

Список литературы

1. Арутюнова Д.В. Инновационный менеджмент. — Учебное пособие. — Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2014. — 152 с.

Казакова Анна Григорьевна

направление Инноватика (магистратура), гр. ИНВм-11

Научный руководитель Двоеглазов Владимир Викторович

Канд.техн.наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Залог успеха в любой сфере деятельности – постоянное развитие. Появление новых технологий и их применение в бизнесе служит тому ярким тому примером. Как показывает практика, только организации, идущие в ногу со временем и предлагающие современный сервис своим клиентам, способны обойти конкурентов [1].

Термин «инновация» впервые был введен Шумпетером в 1912 г. в работе «Теория экономического развития». Под инновацией он понимал новшество, которое применено в области технологии производства или управления некоторой хозяйственной единицы.

Инновации оказывают огромное влияние на экономику. Во-первых, инновации воздействуют на качество продукции, т.е. появляются совершенно новые или усовершенствованные продукты, которые более полно удовлетворяют потребности человека. Во-вторых, они способствуют экономическому росту, в-третьих, увеличивается доля компетентных специалистов.

Также инновации способствуют снижению издержек производства. Изобретаются новые технологии, которые позволяют уменьшить объемы расходования электроэнергии, воды и т. д. Инновации способствуют увеличению прибыли. Создаются продукты более высокого качества, увеличивается количество выпущенной продукции за то же количество времени.

Инновации влияют на конкурентоспособность отдельного человека или организации. Если фирма обладает инновацией, которая пользуется спросом на рынке, то это будет ее конкурентным преимуществом до того, пока не создадутся новые, обладающие большими преимуществами.

За последние десятки лет упор в развитии торговой деятельности делался, в основном, на расширение торговых площадей, выраженных в увеличении количества магазинов и размера площади, а не на

улучшение качества обслуживания и продаж. Это оправданно, поскольку данные действия происходили в условиях активного роста сферы торговли. Однако на сегодняшний день инновационная деятельность является одной из основных тенденций развития, как отдельных сфер деятельности, так и экономики в целом. Инновации позволяют создавать товары, которые до этого не существовали на рынке, или совершенствовать уже существующие, таким образом, улучшая позиции предприятия торговли на рынке и развивая экономику страны. Именно поэтому данная тема является актуальной на сегодняшний день.

Торговля является довольно восприимчивой к внедрению различного рода инновационных технологий. Поиск и привлечение новых потребителей, а также их удержание – это главная задача для новых идей и внедрения их в производство.

Внедрение инноваций в торговле позволяет торговым предприятиям: обеспечивать эффективность и качество процесса доведения товара до потребителя; минимизировать затраты и сокращать уровень потерь при использовании торговых площадей, складов, торгового оборудования; внедрять различные информационные технологии в целях сокращения документооборота; создавать необходимые условия труда для персонала в целях повышения его производительности; создавать системы безопасности и энергосбережения.

Свойства торговой инновации: 1) новизна; 2) совместимость; 3) мобильность; 4) оперативность; 5) коммерческая реализуемость; 6) безопасность; 7) ценность.

Анализируя сложившуюся практику инновационной деятельности торговых предприятий, можно констатировать, что она во многих случаях ограничивается обновлением товарного ассортимента и применением различных схем размещения товаров в торговых залах в соответствии с потребительскими предпочтениями, а также приемов стимулирования спроса и увеличения продаж. Следует признать, что подобных мер инновационного развития в условиях роста конкуренции на потребительском рынке становится явно недостаточно.

Очевидно, что наиболее эффективным средством для совершенствования развития инновационной деятельности предприятий и перехода на качественно иной уровень развития российской экономики в будущем может стать инновационная активность самих предприятий.

Список литературы

1. Viafuture.ru [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-torgovle> (дата обращения 26.10.2019).
2. Фатхудинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / Р.А. Фатхудинов. - 6-ое изд., испр. и доп. - Санкт-Петербург: Питер, 2008. -442 с.

УДК 371.2

Коваль Сергей Витальевич

направление Менеджмент (магистратура), гр. ФБМ-83

Научный руководитель **Емельянович Анжелика Александровна**,

Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента

*ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет»,
г. Новосибирск*

КАРЬЕРНАЯ ТРАЕКТОРИЯ КАК КРИТЕРИЙ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ ИНЖЕНЕРНЫХ КАДРОВ

Образование, как общественный институт, наряду с институтом семьи, призвано формировать у новых поколений базовые установки и ценности, выполняя основную функцию – обеспечение экономики квалифицированными трудовыми ресурсами. Последние изменения в системе высшего образования, современные требования, обусловленные Болонскими соглашениями, привели к смене долгое время существовавшей парадигмы об учреждениях высшего образования как некоммерческих организациях. С экономической точки зрения, затраты бюджета на образование являются инвестиционными, что требует взвешенного подхода к определению эффективности их структуры, объектов вложений. Трудоустройство по полученной специальности может служить индикативным критерием эффективности образовательных инвестиций по конкретным видам подготовки. Особое внимание следует уделить показателям трудоустройства выпускников инженерных направлений высших учебных заведений.

В качестве рабочей гипотезы выдвигается следующее утверждение: для повышения качественного уровня высшего образования в соответствии с требованиями времени требуется принципиально иной подход к формированию всех образовательных процессов, начиная с этапа определения числа контингента на все специальности, которые требует детального изучения для распределения субсидий среди направлений подготовки и ВУЗов, до момента трудоустройства выпускников вузов всех уровней.

В ходе выполнения научно-исследовательской работы, результатов анкетирования и опросов фокус-групп, а также результатов анализа и систематизации статистических данных, были получены описанные ниже результаты и сделаны выводы.

1. Сама отрасль нуждается в пересмотре подходов к обеспечению кадрами. На текущий момент научно-педагогический состав должен обеспечивать подготовку студентов таким образом, чтобы уровень их профессиональных компетенций по результатам обучения, с одной стороны, должен соответствовать требованиям федеральных государственных образовательных стандартов, с другой стороны, ожиданиям со стороны работодателей, с третьей стороны – тенденциями социально-экономического развития.

Для выявления фактического положения дел по подпроцессу «формирование карьерной траектории», первое пилотажное исследование проводилось в составе фокус группы состоящая из 276 человек разного года обучения.

В опросе приняли участие студенты разных форм обучения (договорная 28% опрошенных, бюджетная 72%), разных направлений (техническое - 63.9%, экономика и управление - 25.2, гуманитарное 10.9%). Следующая группировка: 72,2 % опрошенных на данный момент работают, 26.4 % опрошенных кардинально решили, что их будущая работа не будет связана со специальностью, которую они получают в ВУЗе; 46.7% опрошенных считают, что в учебном процессе недостаточно людей, которые уже работают по данной специальности и 44.6 считают, что в учебном плане недостаточно практических навыков, слишком мало часов отведено практикам.

У 61% на данный момент занятия уже проводятся или проводили люди с предприятий, так называемые практики, и всего 14% оппонентов оценили уровень подачи материала людьми с реальным опытом на отлично. При этом 50% опрошенных считают, что приглашенные практики должны вести 80% всех занятий, так как навыки и умения, которые передаются на данных парах является очень полезным, так считает 88% опрошенных, 10 % считает, что такие занятия позволяют оценить то или иное предприятие как потенциальное место работы. Таким образом можно сделать вывод о необходимости продолжение тенденции увеличение в ВУЗах людей с практическими навыками, которые работали по той или иной специальности.

Методы могут быть совершенно различные: автором предполагается, что есть необходимость ввода обязательного срока работы по специальности не менее 3-х лет для тех, кто окончил

аспирантуру, что позволило бы сформировать действительное понимание того какие знания необходимы отрасли и перейти от пересказа того, что установлено в рабочих программах, не подвергавшихся реальному редактированию и пересмотру содержания порой десятилетиями к трансляции знаний реально необходимых для успешной работы по специальности.

2. Подходы к формированию контингента вузов: требуется уточнение методов формирования контрольных цифр приема (КЦП) как самими вузами при подаче заявок на новый учебный год, так и утверждения их со стороны Министерства. На данный момент, по мнению автора, методика формирования контингента является не отработанной, получая субсидию со стороны государства, ВУЗ обязан выполнить КЦП на том уровне, который требует эта субсидия, а абитуриент, который зачислен в ВУЗ на бюджетную форму обучения не несет никаких обязательств.

В ходе второго пилотажного исследования было проведено анкетирование среди выпускников регионального ВУЗа г. Новосибирск, по 08 укрупненной группе специальностей и направлений (УГСН) «Строительство». В опросе приняло участие 344 респондента, все респонденты обучались за счет бюджетных средств, в числе которых выпускники 2014-2017 года.

Выбор временного периода обоснован тем, что выпускники уже успели найти работу, так как на момент исследования прошло от 2 до 5 лет от выпуска, результаты можно считать объективными и достоверными, позволяющие рассмотреть динамику и тенденции в изучаемом процессе.

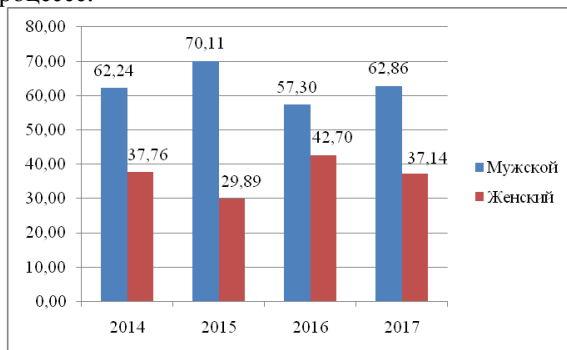


Рисунок 1 – Распределение респондентов по половому признаку, %

В опросе приняло участие больше мужчин, чем женщин, что обусловлено направлением подготовки «Строительство», по статистике в НГАСУ (Сибстрин) по 08 специальности обучаются 74% контингента мужского пола, 26% - женского.

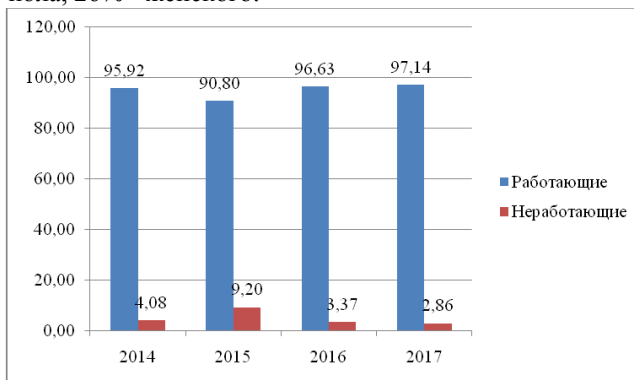


Рисунок 2 – Количество трудоустроенных, %

Почти 100% респондентов на данный момент являются трудоустроенными.

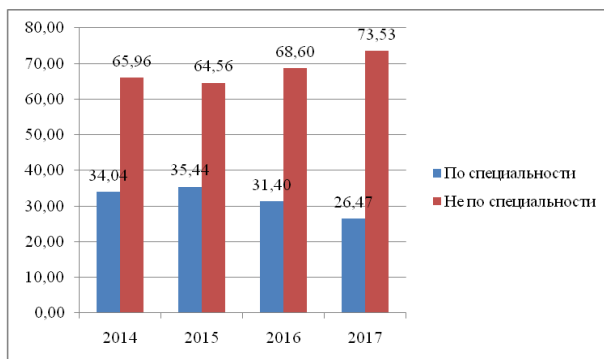


Рисунок 3 – Структура трудоустройства по специальности, %

Большинство респондентов не работают по специальности, при этом статистические данные требуют уточнения, является ли это проблемой неверно выстроенного бизнес-процесса верхнего уровня «учебный процесс» или причиной данного результата является нестабильность отрасли из-за различных факторов.

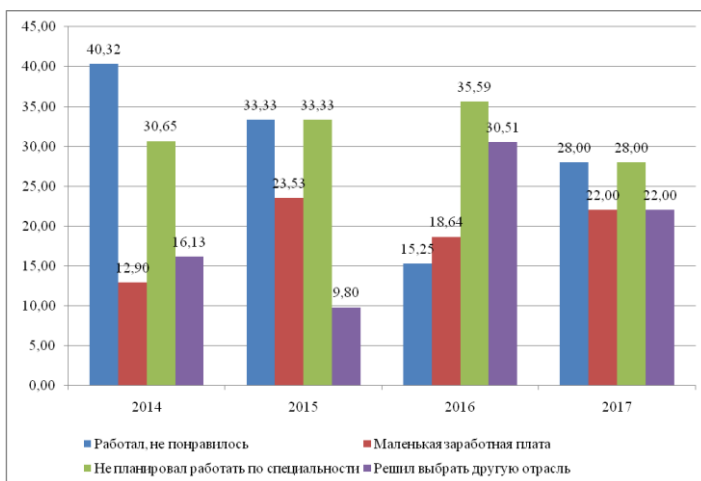


Рисунок 4 - Причины трудоустройства не по специальности, %

Значительный процент в причинах работы не по специальности занимает ответ «не планировал работать по специальности». Мотивация этих выпускников при поступлении определяется исключительно бюджетными местами, а не интересом к выбранной специальности. С точки зрения инвестиций имеет факт нецелевого расходования средств при осуществлении проекта: вложенные в образования этой группы средства заведомо являются необоснованными расходами. Если результаты наложить на общую массу выпускников специальности в целом по стране, выводы о целесообразности финансирования государством такого количества мест являются неутешительными. Усугубляет ситуацию тот факт, что респонденты трудоустроены фактически менеджерами продаж (торговля и сфера услуг), то есть реально по «гонимой» 38 укрупненной группы «Экономика и управление», по которой неоднократно со стороны представителей Министерства, отвечающего за высшее образование, декларировалась проблема излишнего количества выпускников по данному направлению. Результаты же опроса говорят скорее о том, что для повышения эффективности инвестиций в образование требуется пересмотр подходов к формированию контрольных цифр приема и, соответственно, подходов к распределению бюджетных средств среди групп специальностей гуманитарной направленности и инженерной.

По результатам можно сделать вывод: пока необходимость подготовки инженерных кадров для страны является не больше, чем лозунгом. В результате выпускники либо заведомо, еще при поступлении, по различным причинам не собирались работать по специальности, либо разочаровались в ней в ходе обучения и первом опыте трудоустройства. Требуется срочно менять подходы к учебному бизнес-процессу, начиная с профориентационной деятельности и заканчивая необходимостью реинжиниринга всего процесса формирования карьерной траектории.

Список литературы

1. Что происходит с бюджетными местами в российских вузах? [Электронный ресурс]: // Собеседник.ру - Режим доступа: <https://sobesednik.ru/obshchestvo/20170720-chto-proishodit-s-byudzhetnymi-mestami-v-rossiyskih-vuzah>.
2. В российских вузах резко увеличат число бюджетных мест [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://skolkozarabativaet.ru/novost-dnya/v-rossijskih-vuzah-rezko-uvelichat-chislo-byudzhetnyh-mest/>
3. Рынок вакансий в России: статистика по отраслям и профессиям [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://grubber.ru/statistika/russia>
4. Клячко, Т.Л., Синельников-Мурылёв, С.Г. Стратегия для России: образование / Клячко Т.Л., Синельников-Мурылёв С.Г. – М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. – 118 с.

УДК 338.3

Лабутин Дмитрий Викторович

направление Инноватика (магистратура), гр. ИНВм-21

Научный руководитель **Сбоева Ирина Алексеевна**

Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СИТУАЦИИ В СФЕРЕ ОПК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Постепенное вливание российской экономики в мировое экономическое пространство определило развитие рыночных принципов не только на бизнес, но и на предприятия оборонно-промышленного комплекса. Задачи, направленные на модернизацию и вливание инноваций на сферу ОПК, призваны обеспечить

эффективность и конкурентоспособность производства. Чтобы успешно развиваться в новых условиях, предприятия ОПК должны активно формировать адекватные им новые механизмы управления.

Цель – рассмотреть, проанализировать конкурентную ситуацию в отрасли ОПК и определить ключевые факторы успеха, которые помогут в развитии и модернизации предприятия.

В настоящее время, чтобы оперативно реагировать на запросы реального сектора экономики, предприятия ОПК должны располагать в своём составе достаточным количеством производств, отделов, служб для успешного ведения бизнеса как на территории Российской Федерации, так и за её пределами (в ближнем и дальнем зарубежье). Собственные подразделения разработчиков конструкторско-технологической документации, инструментальное и опытное производство позволяют значительно сокращать сроки освоения новых изделий.

АО «Завод полупроводниковых приборов» на сегодняшний день является наиболее динамично развивающимся предприятием среди отечественных производителей металлокерамических корпусов. Это положение достигается за счет непрерывного технологического и конструкционного развития продуктовой линейки АО «ЗПП».

Предприятие обладает полным технологическим циклом производства металлокерамических корпусов – от измельчения порошкообразного глинозема и смешивания жидкой керамической массы (шликера), до выпуска готового продукта.

Для анализа конкурентной ситуации в сфере ОПК используем модель «5 сил» М. Портера.

Модель Портера представляет собой инструмент для проведения анализа конкурентных условий, сложившихся на рынке, и позволяет оценить степень влияния, которое каждая из пяти сил оказывает на предприятие и, соответственно, насколько та или иная отрасль интересна для деятельности компании. В совокупности данные факторы определяют привлекательность рынка. В зависимости от того, как они сочетаются, конкурентная борьба может быть чрезвычайно острой и, следовательно, привести к низкой доходности либо, напротив, обеспечивать более высокую доходность. Компании могут регулировать

соотношение этих пяти сил, чтобы приспособить свои слабые и сильные стороны к структуре рынка, предвосхитить его изменения, определить возможности диверсификации, изменить правила конкуренции и обеспечить себе неизменно доминирующее положение.

Опишем конкурентные силы и оценку их давления (по 5 балльной шкале) на позиции АО «ЗПП»

Таблица 1 Конкурентные силы и оценка их давления на позиции АО «ЗПП»

Показатель	Оценка (по 5 балльной шкале)	Интенсивность воздействия
1.Конкуренты внутри отрасли	4	Существует конкуренция внутри отрасли как в пределах Российской Федерации, так и за ее пределами. Характерные черты предприятий: -устаревшее оборудование; - нехватка квалифицированных специалистов умеющих работать на новом специфическом оборудовании; - в отрасли ОПК идет активная инновационная деятельность, по результатам которой на рынке происходит постоянная смена лидеров.
2.Вновь входящие в отрасль конкуренты	3	Существует возможность появления новых конкурентов, т.к. в настоящее время идет работа по модернизации, укрупнению и строительству новых заводов в сфере ОПК.
3. Гос. и надзорные органы управления	4	Воздействие государственных и муниципальных органов власти находится на высоком уровне, прямая зависимость от государственной политики в сфере ОПК.
4. Потребители	4	Экономическая сила потребителей заключается в способности предъявлять специфические требования к конечному продукту. В настоящее время сформировалась потребность в отечественных расходных материалах, вызванная проведением политики по ограничению импорта в Россию.
5. Товары заменители	2	Возможность появления товаров заменителей существует, но в настоящее время мало вероятна, поскольку в ОПК формируется заказ на продукты из определенных материалов и сырья.

Результаты проведенного исследования показаны на лепестковой диаграмме (рис. 1).

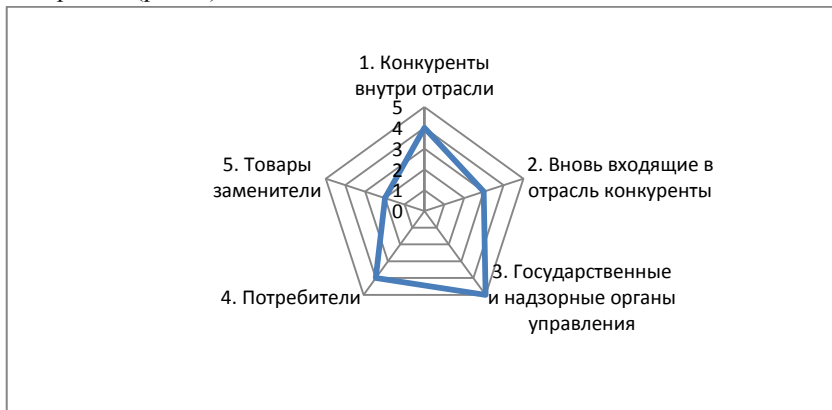


Рисунок 1. Оценка конкурентных сил в сфере ОПК по модели М. Портера

Результаты анализа пяти сил конкуренции свидетельствуют о том, что наибольшее давление на позиции предприятия оказывает конкуренция внутри отрасли, поэтому необходимо более тщательное позиционирование инновационного продукта на рынке, разработка более широкой линейки продуктов, повышение качества инновационных разработок, участие в специализированных выставках и форумах. Все это создаст возможности для заключения контрактов и поиска новых клиентов. Так же необходимо:

а) на уровне государства создавать венчурные фонды с государственным участием, что будет являться фактором привлечения частного капитала, поскольку государственные средства будут снижать риски частных инвесторов;

б) создавать условия для проведения НИОКР на предприятиях ОПК;

в) формировать мотивацию работника, поскольку она является важнейшим резервом повышения инновационной активности промышленного производства;

г) наращивать экспорт продукции, выходить на новые рынки с целью получения прибыли, что в последующем послужит фундаментом для модернизации и обновления основных фондов;

д) способствовать формированию модели международного научно-технического сотрудничества и международной интеграции в области исследований и технологического развития.

Обеспечение высоких темпов и качества экономического развития промышленных предприятий предполагает более быстрое решение одной из самых сложных стратегических задач - повышение конкурентоспособности, тесно связанной с активацией инновационных процессов, внедрение высоких технологий в производство и расширение инновационных продуктов. Инновационная активность промышленных предприятий в современных условиях обусловлена развитием новых технологий, глобализацией спроса и предложения, динамикой поведения потребителей и является важнейшим фактором, определяющим количественные и качественные параметры развития экономической системы любой сложности.

В условиях конкуренции работа сферы ОПК невозможна без использования маркетингового «рычага» в качестве основного инструмента стратегического управления.

Таким образом, для ускорения инновационного развития предприятий ОПК должно происходить их экономическое развитие, затрагивающее две области: во-первых, организацию эффективного рынка (инновационного сегмента); во-вторых, структурные преобразования ОПК. Проблема обеспечения эффективного инновационного развития оборонной промышленности в перспективе должна решаться путем сочетания центрального и рыночного регулирования деятельности, при государственной поддержке предприятий ОПК.

Список литературы

1. Полетаев В.Э. Бизнес в России: инновации и модернизационный проект: Монография. – М.: ИНФРА – М, 2015. – 624с.
2. Программа развития АО «ЗПП» утверждена НТС № 84 от 29.01.2019г.
3. Валентей С. Формирование национальной инновационной системы в России: проблемы и условия // Человек и труд. — 2015. — С. 52–57.
4. Сайт АО «ЗПП» - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zpp12.ru/>

Ленская Ирина Андреевна
направление Инноватика (магистратура), гр. ИНВм-11

Научный руководитель **Сбоева Ирина Алексеевна**
Канд.экон.наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса
*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Рынок мясной продукции динамично развивается на протяжении последних десятилетий и повышает спрос на новые технологии и оборудование для переработки мяса. Ежегодно мировое потребление мяса увеличивается в среднем на 2-3%. При этом ужесточается конкуренция между производителями за конечного потребителя продукции: каждый год на рынке появляются тысячи новых продуктов и рецептов, которые меняют вкусы покупателей и повышают их требования к товарам. Как результат, компании вынуждены искать новые оптимальные решения повышения своей производительности, внедрять современные технологии в переработку и хранения готовой продукции. Именно поэтому специалисты мясоперерабатывающей промышленности все чаще обращают свое внимание на решения, позволяющие снизить себестоимость продукции за счет снижения потерь массы мяса при холодильной обработке, уменьшения трудозатрат и эксплуатационных расходов, повышения выходов, увеличения сроков хранения [3].

Современное оборудование для переработки мяса и производства мясопродуктов является достаточно непростым, однако от сложности технологии зависит результат и скорость получения готовой продукции. Собираясь закупить оборудование для переработки мяса, отдают предпочтение современным разделочным линиям с высокой производительностью. В случае применения различного современного оборудования при переработке мясопродуктов важно сохранить в них все полезные элементы и отличные вкусовые качества. Любой мясопродукт должен получаться в сжатые сроки, поэтому переработка мяса должна производиться по инновационной технологии.

Рассмотрим несколько технологических инноваций в мясоперерабатывающей отрасли:

1. Метод размораживания сырья в специальных массажёрах-дефростерах LUTETIA (Франция).

Данный метод позволяет полностью избежать потерю веса и значительно сократить эксплуатационные расходы. Такие машины успешно работают на десятках предприятий, а срок их окупаемости обычно не превышает полутора лет. Большой модельный ряд позволяет использовать их как на небольших производствах, так и на крупных заводах [1].

2. Использование установки по дезинфекции воздуха, помещений и оборудования озоном, производимая компанией Jimco (Дания).

Данные передвижные установки генерируют озон и разгоняют его по помещению, в котором устанавливаются на ночь. Распространяясь по всем самым укромным уголкам помещения, проникая во все полости, отверстия и протекая по всем поверхностям оборудования и производственного инвентаря, озон уничтожает болезнетворные микроорганизмы надежнее, чем самые «ядовитые» моющие средства[1].

3. Обработка под высоким давлением.

Инактивация патогенных и ведущих к порче продуктов микроорганизмов, ферментов и вирусов достигается за счет повышения давления при температуре окружающей среды. Обработка под давлением 600 мПа с выдержкой в течение нескольких минут обеспечивает до нескольких лог-циклов инактивации (лог-цикл – это время и температура, необходимые для снижения количества определенных микроорганизмов на 90 %), что позволяет увеличить срок хранения. В противоположность термической обработке такие ценные вещества и функциональные составляющие продукта, как витамины, минералы, ароматические вещества, а также свежесть продукта сохраняются. К главным преимуществам этого типа обработки относятся высокая энергетическая эффективность и возможность предотвращать повторное заражение за счет обработки уже в окончательной упаковке. Уровень инаktivирования микробов зависит от характеристик изделия (содержание соли, водная активность и pH), а также уровня давления и температуры. Обычно наблюдается инаktivирование от 5 до 7 циклов. Хотя обработка некоторых продуктов производится при низкой температуре (например, от 4 до 20 °С) с целью предотвращения коагуляции белков или изменений цвета, можно также использовать и синергетический эффект от комбинирования температур и давлений. Обработка под давлением при повышенных температурах в пределах 80–100 °С позволяет

инактивировать споры и стерилизовать мясные, фруктовые и овощные продукты [2].

4. Обработка ударными волнами.

Применение ударных волн (давление до 1 ГПа) оказывает механическое воздействие на продукт, в частности таким образом можно размягчать мышечную ткань. Механизм воздействия в данном случае связан с рассеиванием энергии и механической нагрузкой на граничные зоны материалов, имеющих разную скорость распространения звука и акустический импеданс. Такие ударные волны можно образовывать путем подрыва взрывчатых веществ под водой, а также созданием электрического разряда в подводной среде. В Немецком институте пищевых технологий была создана электрогидравлическая установка, которая позволяет производить ударные волны без использования опасных взрывчатых веществ. Упакованное мясо погружается в сосуд и подвергается воздействию ударных волн. Механическая нагрузка, а также вторичные биохимические реакции вызывают усиленное созревание мяса и снижают время приготовления с 14 до 7 дней. После варки размягченного мяса было обнаружено снижение усилия резания. Общий расход энергии составляет всего несколько КДж на килограмм продукта, что соответствует увеличению температуры всего лишь менее чем на 1 °C [2].

Применение нетермических методов обработки открывает новые возможности для целевой модификации структуры и функциональных свойств пищевых продуктов. В основе механизмов воздействия большинства процессов обработки лежит взаимодействие биологических, биохимических и физических факторов. Предлагаемая методология предназначена для широкого промышленного использования. Разработка таких инновационных технологий расширяет инструментарий пищевой промышленности за счет введения новых способов обработки в круг проверенных обычных технологий.

Общая характеристика инновационных технологий представлена в таблице 1.

Таким образом, современное производство мясных продуктов значительно продвинулось в вопросах эффективного регулирования свойств сырья и готовых продуктов. Опыт промышленных предприятий свидетельствует о широком использовании новых перспективных технологий на всех стадиях технологического процесса от подготовки сырья, получения готовых продуктов и их хранения. Развитие

мясоперерабатывающих производств происходит во многом благодаря внедрению инновационных технологий.

Таблица 1 - Общая характеристика инновационных технологий

Технология	Назначение	Основные преимущества
1.Метод размораживания сырья в специальных массажерах-дефростерах	предназначена для быстрой и экономичной дефростации различного мясного сырья, процессов посола, маринования и массирования мяса.	сокращение времени дефростации в 2-3 раза; сокращение потери мясного сока; улучшение микробиологического состояния мясного сырья; улучшение санитарного состояния цеха дефростации.
2.Использование установки по дезинфекции воздуха, помещений и оборудования озоном	предназначена для дезинфекции воздуха, помещений и оборудования.	дезинфекция озоном является лучшим и надежным средством уничтожения бактериальной и грибковой флоры; отсутствие неприятного запаха; не требуется дополнительной уборки.
3.Обработка под высоким давлением	предназначена для инактивации патогенных и ведущих к порче продуктов микроорганизмов.	высокая энергетическая эффективность; возможность предотвращать повторное заражение за счет обработки уже в окончательной упаковке.
4.Обработка ударными волнами	предназначена для уничтожения бактерий, размягчения мышечных тканей.	эффективное уничтожение болезнетворных бактерий, сокращение времени приготовления мясной продукции.

Список литературы

1. Агроинвестор [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru/markets/article/27551-pererabotka-budushchego/> (дата обращения: 12.10.2019).
2. Мясные технологии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.meatbranch.com/publ/view/514.html> (дата обращения: 14.10.2019).
3. MOEZ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://moez-zentrum.ru/meat-industry-2018/> (дата обращения: 12.10.2019).

Морозов Алексей Игоревич

направление Автоматизация технологических процессов и производств
(бакалавриат), г. пб521

Антипов Иван Сергеевич

направление Наземно-транспортные технологические комплексы (бакалавриат),
г. пНТК171

Воротынцев Иван Вячеславович

направление Промышленно-гражданское строительство (бакалавриат),
г. бПГС175

Научные руководители Уварова Светлана Сергеевна

Доктор экон.наук, профессор каф. экономики и основ предпринимательства

Беляева Светлана Викторовна

Канд.экон.наук, доцент каф. экономики и основ предпринимательства
*ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»,
г. Воронеж*

**МНОГОЦЕЛЕВОЙ УЧЕБНЫЙ ПОЛИГОН "ОПОРНЫЙ ВЕКТОР"
КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ОБОСНОВАНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ДОРОЖНЫХ
ПОКРЫТИЙ**

В процессе научно-исследовательской деятельности Центра развития талантливой молодежи Воронежского государственного технического университета (Воронежского опорного университета), происходит детальное изучение и оценка технической и экономической эффективности широкого применения в дорожно-строительной отрасли инновационной технологии использования в качестве дорожного покрытия бетонных смесей.

Это вызывает необходимость тестирования покрытия в различных условиях и сравнения с другими, как уже существующими, так и инновационными материалами, применяемыми в дорожном строительстве. Именно эта цель стала основополагающей для разработки проекта создания на базе ВГТУ первого не только в Воронеже, но и Центрально-Черноземном регионе, студенческого научно-исследовательского полигона «Опорный вектор». Проект предполагает создание дорожной трассы, которая будет использоваться для исследования, тестирования и презентации бетонных дорог, ограждений и оснований (в перспективе и других самых различных видов покрытий), в том числе в экстремальных погодных условиях и в условиях «жесткой эксплуатации».

Предполагается использовать этот полигон не только для научных, но и для социальных и коммерческих целей, т.е. сделать его многофункциональным. Стоит заметить, что наша команда уже проработала большое количество идей по использованию данного комплекса в насыщенной жизни ВУЗа и города. Одной из которых является представление миру социальных идей и научных проектов студентов нашего и ближайших регионов. Стоит заметить, что Воронеж уже давно нуждается в персональном месте встреч инвесторов и молодых специалистов в рамках "open air" встреч. Мы планируем вести плотное сотрудничество с администрацией нашего региона, с различными социальными и коммерческими организациями для постоянного использования комплекса во внеаудиторное время. Хотим обратить ваше внимание на то, что возможности по монетизации самого "Вектора" практически безграничны. Давайте рассмотрим этот проект более подробно.

Как уже было сказано выше, основной целью создания полигона является исследование, тестирование и презентация заказчикам и инвесторам бетонных дорог, ограждений и оснований (в перспективе и других самых различных видов покрытий), в том числе в экстремальных погодных условиях и в условиях «жесткой эксплуатации». В частности, начиная с декабря 2018 года, планируется проводить исследование по измерению плотности грунта, способам его эффективного уплотнения и выравнивания, подготовки под ежедневное использование в условиях езды на автомобилях с «шипованным» типом резины. Наша цель – применение теоретических навыков и разработок, получение бесценного опыта на всех стадиях проектирования, строительства и эксплуатации комплекса. Стоит заметить, что все виды работ, начиная от лазерного сканирования полигона и изучения свойств грунта, заканчивая возведением спортивной и общественной инфраструктуры, мы планируем проводить совместно с активными представителями специальности ВГТУ и при его непосредственном участии, привлекая и сплачивая молодых специалистов из самых разных сфер деятельности ВУЗа. Мы считаем, что в рамках нашего проекта нельзя найти задачи, которые будут вне компетенций Воронежского опорного университета.

Вторая и немаловажная цель – социально-коммерческая., т.е. попытка, причем достаточно реалистичная, совместить в одном проекте и социальную значимость, и возможность монетизации.

Частью социальной работы полигона будет проведения различного рода спортивных мероприятий. Наша команда, совместно с ВГТУ планирует проводить авто- и мотоспортивные культурно-массовые

мероприятия, развивать интерес населения к данной сфере, прививать людям любовь к по-настоящему зрелищным видам спорта. Также наша команда планирует повернуть вектор развития автокультуры в сторону наших зарубежных коллег. В рамках работы полигона возможно проведение eventов по кастомизации и детализации транспортных средств, презентации самодельных проектов развитие инженерной мысли, что позволит развить просветительскую деятельность и привить чувства прекрасного как молодому, так и взрослому населению.

Предполагается активное сотрудничество с органами ГИБДД по проведению мероприятий, направленных на профилактику аварийного и экстремального вождения, предотвращения лихачества на дорогах, которым грешит не только молодежь, но и представители более зрелого возраста. На базе полигона предполагается проведение просветительских занятий, занятий по обучению вождению в экстремальных условиях, а также проведения extreme-мероприятий, который позволят «выпустить пар» на безопасном полигоне, а не на дороге общего пользования, почувствовать себя героем фильма «Форсаж», не подвергая опасности других участников дорожного движения.

Идеальными представителями социальной сферы являются представители армии и МЧС: активно поддерживающие связь с населением структуры, в интересах которых проводить показательные выступления непосредственно на территории города. Проведение выставок и показательных выступлений на территории полигона с использованием техники МЧС и армии, позволит не только привлечь туда население, но и провести дополнительные испытания исследуемых покрытий.

В рамках данного проекта планируется сотрудничество с различными предприятиями в рамках инвестирования и спонсорства. В данный момент активным участником проекта решило стать ООО «Союзспецстрой», которое является лидеров в центральном федеральном округе в области возведения бетонных дорожных покрытий и заинтересовано в наших научных исследованиях

Оценка технической и экономической эффективности технологии бетонных автодорожных покрытий вызывает потребность в строительстве дорожной трассы, необходимой для тестирования покрытия в различных условиях и сравнения с другими, как уже существующими, так и инновационными материалами, применяемыми в дорожном строительстве. В настоящий момент в связи с поиском новых путей модернизации технологии производства и

государственного стимулирования улучшении качества автомобильных дорог (Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. N 204 "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года" п.8) стимулировал обсуждение темы строительства бетонных автомобильных дорог, что говорит об актуальности прорабатываемой студентами работы, а также дает возможность расширения возможностей для эффективной самореализации молодежи и повышение уровня ее потенциала в целях достижения устойчивого социально-экономического развития.

Можно с уверенностью сказать, что комплекс будет отвечать всем требованиям, необходимым для занятия данной ниши в регионе. Мы планируем организовывать как социально-значимые мероприятия наших партнёров и администрации города, так и отвечать на коммерческие предложения от заказчиков. Многофункциональный научно-исследовательский полигон «Опорный вектор» может быть использован для проведения исследований в рамках градовых программах РФФИ в области фундаментальных исследований.

Список литературы

1. Антипов И. С., Воротынцев И. В. Техническая эффективность устройства инновационных бетонных дорожных покрытий // Инженерные кадры –будущее инновационной экономики России: материалы IV Всероссийской студенческой конференции в 8 ч. Часть 5: Инновации в строительстве, природообустройстве и техносферной безопасности. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2018. - с 11-14.
2. Караваева О.А., Гребенкина А.А., Козловский И.Л., Уварова С.С., Воротынцева А.В., Беляева С.В., Андрюнина Я.А. Оценка экономической эффективности применения бетонных покрытий при производстве дорожно-строительных работ // Экономика в инвестиционно-строительном комплексе и ЖКХ. 2019. № 1 (16). С. 55-60.
3. Воротынцев И.В., Антипов И.С., Воротынцева А.В., Тюнин В.Л., Будасов С.Б., Беляев С.В. Эффективность применения бетонного покрытия при устройстве дорог общего пользования // Высокие технологии в строительном комплексе. 2018. № 2. С. 41-48.

Смирнов Сергей Юрьевич

направление Инноватика (магистратура), гр. ИНВм-11

Научный руководитель Шулепов Владимир Иванович

Канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,

г. Йошкар-Ола

ЧАТ-БОТЫ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Аннотация: В настоящее время без интернет-технологии современный мир невообразим. То, что раньше казалось фантастикой, сегодня становится реальностью. Особенно бурно развиваются новые системы искусственного интеллекта. Виртуальный собеседник перестает быть живым человеком, на его смену приходят мощные программы. Их функция не только развлекать, но и быть надежным помощником в повседневной работе. Таковы чат-боты – самая прогрессивная и перспективная технология в мире интернета.

Ключевые слова: чат-боты, интернет-технологии, искусственный интеллект, виртуальный собеседник.

Чат-бот – это виртуальный собеседник, программа, имитирующая живое существо. Эта работа основана на алгоритмах искусственного интеллекта. Взаимодействия обычно осуществляются через чат.

Наиболее распространенными являются электронные администраторы, которые дают советы пользователям при посещении веб-сайта, однако функция чат-бота расширяется. Теперь такие программы напоминают частных секретарей, в обязанности которых входит оповещение о погоде, скидках, бронировании и т. д. сложилось впечатление, что чат-боты скоро заменят социальные сети и заменят многие сайты. На их стороне удобство и эффективность.

Первопроходцем в этом деле стал американец Джозеф Вейценбаум, профессор Массачусетского технологического университета. В далеком 1966 году он написал первого бота — «Элиза». Это был виртуальный собеседник, который сразу задавал высокую планку. С тех пор идею подхватили, значительно усовершенствовав первые разработки. Особенно чат-ботами заинтересовались при появлении интернета в конце 90-х. Уже тогда многие понимали, что электронный собеседник гораздо удобнее и надежнее. С конца 90-х американцы, японцы и китайцы соревновались за лучший ИИ (искусственный интеллект), и

теперь мы имеем массу вариаций чат-ботов, которые постоянно учатся.[1]

Существует всего несколько типа ботов, которые становятся общими: первый работает по набору правил, а второй обладает возможностями машинного обучения. Первая категория отвечает только чрезвычайно конкретным командам, а уход этих команд делает чат-ботов бесполезными. Такой робот будет работать только в рамках заданного алгоритма. Более продвинутый вариант обладает искусственным интеллектом, т.е. машинным обучением. Эти боты уже понимают человеческий язык, а не набор команд. Возможности общения значительно шире. Кроме того, чат-боты обучаются после каждого сеанса общения. В список возможностей использования чат-ботов входит консультирование по вопросам: медицины, закона и права, страхования, покупок и продаж, инвестирования и других областей.

Фактически современный бот способен ответить на любой вопрос, достаточно только загрузить в него информацию. Главное, что такая программа работает быстро и почти всегда безошибочно, полностью заменяя человека.

Одной из самых популярных функций является органайзер, когда периферийное устройство чата устанавливает расписание, анализирует полученный код и предоставляет несколько вариантов распределения времени, что очень удобно, когда расписание человека занято. Фактически бот выполняет роль секретаря, помогая экономить время и деньги.

Современные возможности чат-ботов постоянно совершенствуются и расширяются. Сейчас их можно встретить и в социальных сетях и в серьезном бизнесе. Искусственный интеллект не ошибается, при этом значительно экономит время. В эти технологии сейчас вкладываются большие деньги, и круг распространения очень широк. [3]

Функция чат-ботов лежит в плоскости оперативных услуг, когда надо быстро и в любой момент ответить на вопрос или выполнить анализ ситуации. Позволяет экономить на веб-персонале, делая работу автоматизированной. Важная функция чат-ботов в бизнесе – это аналитика. Такие программы на финансовом рынке пользуются большой популярностью за счет скорости реагирования. Иногда чат-боты используются в не совсем законной деятельности, когда нужно создать видимость поддержки некоего события. Виртуальный собеседник не только отвечает на вопросы, но и обучается в процессе.

Преимущества использования чат-бота:

- как компьютер, они прекрасно справляются с вычислительными операциями и проводят анализ баз данных за секунды, выдавая оптимальное решение;
- автоматизирует рутинную деятельность, позволяя экономить на персонале;
- как помощник бот мало чем отличается от человека, при этом работает в разы быстрее;
- чат-бот быстро ищет. Это очень важно при работе с большими объемами данных, например в юриспруденции;
- чат-боты всегда и быстро совершенствуются и в некоторых областях способны полностью заменить человека;

К недостаткам относятся:

- много функций в ущерб эффективности. Стремясь создать универсального чат-бота, программисты часто недорабатывают отдельные компоненты, отчего вся работа происходит не совсем корректно;
- простейшие алгоритмы. Чтобы создать мощного бота, надо обладать большой технологической базой. Это недоступно простому пользователю;
- несовершенный интерфейс. Обычно с чат-ботом приходится общаться путем текстового набора.

Несмотря на недостатки, чат-боты все еще работают хорошо в некоторых отношениях. Более того, они постоянно обновляются.

Чат-боты появились давно, однако модным трендом стали относительно недавно. Очевидно одно – круг применения таких ботов очень широк и большие компании в них заинтересованы. А это означает, что в технологию вложат большие деньги. Поэтому опытные программисты уже сейчас исследуют эту нишу. В скором времени на смену мобильным приложениям придут чат-боты, может социальные сети уйдут в прошлое, оставив свое место новым мессенджерам. Основа искусственного интеллекта так или иначе быстро развивается, и это развитие хорошо подходит для концепции будущей человеческой робототехники.

Список литературы

1. Кузнецов В. В. Перспективы развития чат-ботов//Успехи современной науки. — 2016. — № 12, 16–19.
2. Чивилёв А. А. Межличностная коммуникация с виртуальными собеседниками в пространстве современной культуры // Культурология и искусствоведение: материалы II Междунар. науч. конф. — Казань: Бук, 2016. — С. 10–13.

3. Иванов А. Д. Чат-боты в Telegram и в контакте как новый канал распространения новостей//Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева, Том 1, № 3, 2016 г., 126–132 стр.

УДК 004

Султангареев Даниил Рамильевич

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»
аспирантура 1 года обучения

Научный руководитель **Курманова Лилия Рашидовна**

Доктор экон.наук, профессор кафедры «Финансы и налогообложение»

Института экономики финансов и бизнеса

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», г. Уфа

ТЕХНОЛОГИЯ «ОЗЕРА ДАННЫХ» КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ МЕТОД СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Цифровым технологиям присущи риски, связанные с защитой данных, безопасностью, а также риски бизнес–процессов, список которых не так давно пополнили риски систематических ошибок искусственного интеллекта. Поэтому специалистам прогрессивных цифровых инициатив часто приходится принимать решения, в которых возможности оцениваются в сопоставлении с рисками. Это означает, что для обеспечения функциональных решений по управлению рисками соответствующие службы должны оперативно предоставлять аналитику в режиме реального времени.

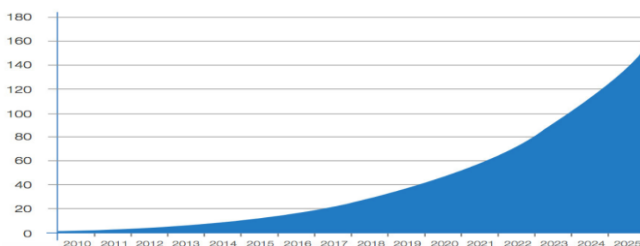


Рисунок 1 – Объем накопленных миром данных в зеттабайт [2]

Цифровая эпоха принесла новый тип активов – данные (информация). Это источник, позволяющий осуществлять прогнозы, инсайты и «зарабатывать» большие деньги. Как пишет Economist, в XXI веке данные сыграют ту же роль, что нефть [1].

Данные станут главным фактором роста и развития. Цифровые технологии работают на данных, как машины на бензине. В цифровую эпоху большие данные значительно повлияли на управления рисками. Имея неограниченный доступ к информации о потенциальных клиентах и поведении пользователей, компании смогут использовать аналитику, чтобы улучшить свои методы управления рисками. Рассмотрим способы, которыми Big Data (Большие Данные) развивает управление рисками в эпоху цифровых технологий:

1) Выявление новых тенденций и факторов риска. Самым очевидным преимуществом больших данных является выявление новых и существующих тенденций среди потребителей. Благодаря статистическому анализу новые компании могут формировать более подробные бизнес-планы, в то время как существующие компании смогут своевременно выявлять изменения в поведении пользователей, что позволяет снизить риск продвижения бизнеса в новом направлении. Эта аналитика может также выявить факторы, способствующие дезертирству клиентов, что помогает его снизить и предотвратить.

2) Выявление потенциального мошенничества. Цифровая эра создала некоторые риски, которых не было несколько десятилетий назад, но она создала еще больше решений для управления этими рисками. Для компаний, которые активно работают с финансовой и личной информацией, большие данные позволяют выявлять потенциальные случаи мошенничества, анализируя факторы риска и выявляя необычное поведение и несоответствия в высоко оптимизированном и отфильтрованном процессе. Нет необходимости в дополнительных факторах обеспечения производственных технологий и рисковать человеческими ошибками, чтобы сохранить информацию клиентов в безопасности.

3) Оценка финансового риска. Большие данные предоставляют статистику, необходимую финансово-кредитным организациям для оценки и снижения финансовых рисков, таких как мошенничество с кредитными картами, рыночный риск и обязательства по активам. Используя прогнозное моделирование и создавая безрисковые услуги на основе аналитики, финансовые организации могут поддерживать непрерывность бизнеса и повышать удовлетворенность клиентов [3].

Big Data – это набор технологий и методов математической статистики, позволяющий в многообразии данных получить статистически значимые результаты [4]. Все остальное решается стандартными методами. Когда данных становится слишком много, приходится переходить к статистике, обрабатывать ее и получать тенденции, которые можно применять к тем или иным процессам. К сожалению, использование Big Data сильно связано с человеческим фактором. В этом деле многое зависит от знаний экспертов, то есть необходимы специалисты, знающие структуру данных компании и способные на основе своих знаний решать определенные аналитические задачи.

Развитие концепции Big Data сопровождается не только дискуссиями по поводу адекватного определения самого понятия, но и появлением дополнительных новых терминов. Одно из них – «озеро данных» (data lake), центральное хранилище, в котором содержатся структурированные и неструктурированные данные любого масштаба. Построение «озер данных» становится все более реалистичной задачей, учитывая увеличение вычислительных мощностей и снижение их стоимости. Когда функция управления рисками использует «озеро данных» в сочетании с искусственным интеллектом, то это может стать мощным инструментом для глубокого анализа данных.

Инновации также способствовали формированию подхода, охватывающего несколько линий защиты: 1) создание «озера данных»; 2) качество данных; 3) проводимый компаниями анализ и подготавливаемая ими аналитика. Все это способно стать мощными инструментами управления рисками предприятия. Управление рисками предприятия, как отдельная функция, позволяет более детально анализировать данные, полученные как внутри, так и за пределами организации. Это укрепляет уверенность руководства компании и совета директоров и служит источником информации для оценки рисков предприятия и разработки плана внутреннего аудита. Эффект может быть самым разнообразным. Положительный эффект достигается, главным образом, благодаря точной настройке рискованных моделей – в особенности, поведенческих моделей клиентов, на основе которых рассчитывается вероятность дефолта [5]. Если же говорить о моделях, направленных на борьбу с мошенничеством, то эффект от снижения числа операций, ошибочно попадающих в разряд рискованных, посчитать сложнее, но он тоже очень серьезен.

Таким образом, дальнейшие шаги для совершенствования управления рисками цифровых технологий заключаются в следующем:

а) пересмотреть процесс оценки рисков и планирования мероприятий по управлению рисками, уделяя особое внимание показателю «динамика риска». Определить риски, как приоритетные в принятии управленческих решений и «идти в ногу» с цифровыми инициативами;

б) обеспечить непрерывный мониторинг критически важных средств контроля при помощи новых инструментов на основе данных и технологий, чтобы следить за областями повышенного риска в режиме реального времени и расширить охват рисков, добавив области рисков, которые раньше не контролировались;

в) пересмотреть регламенты и программы управления данными и сформулировать единую систему управления данными, обеспечивающую работу всех уровней защиты;

г) рассмотреть возможность использования «озера данных» в управлении рисками и комплекс для создания новых связей между данными и подготовки аналитики с целью более динамичного выявления, оценки и мониторинга рисков.

Стивен Бробст – технический директор корпорации Teradata, приводит 5 простых советов по разворачиванию «озер данных», которые позволят компаниям эффективнее использовать накапливаемые данные [6].

1. Не засоряйте «озеро данных». Данные могут храниться в «озере» без структуры, тем не менее, имеет смысл сразу организовывать пространство для хранения и размещать данные по категориям. Тогда любой пользователь сможет быстрее найти и применить необходимые ему данные. А «озеро» не превратится в «болото».

2. Обеспечьте безопасность данных в «озере». Данные из «озера» не должны «утекать» или создавать проблемы с регуляторами.

3. Снабдите аналитиков необходимыми инструментами для исследования, профилирования и получения ответов на свои запросы из «озера данных». С данными сразу должны иметь возможность работать и разработчики, и бизнес-специалисты.

4. Поддерживайте доверие к данным. Данным из «озера» будут доверять, и для поддержки этого доверия нужно фиксировать их происхождение. Особое внимание следует уделить качеству метаданных.

5. Свяжите «озеро данных» с аналитической экосистемой предприятия. В «озере» должны накапливаться структурированные, полуструктурированные и неструктурированные данные, а само по себе «озеро» будет представлять симбиоз технологий Hadoop, реляционных

баз данных и NoSQL, а также облачных сервисов. При этом «аппаратная» составляющая должна быть выбрана по принципу минимальной стоимости хранения информации. В идеале все данные должны храниться «вечно», но с минимальными издержками.

Таким образом, Big Data, в особенности технология, входящая в ее экосистему – «озеро данных» – значительно расширила возможности управления рисками для компаний в цифровую эпоху, и, поскольку все больше компаний занимаются цифровыми преобразованиями, мы можем ожидать еще большую эволюцию в области управления рисками в течение следующих нескольких лет.

Список литературы

1. Data is giving rise to a new economy / Журнал «The Economist». [Электронный ресурс]: <https://www.economist.com/briefing/2017/05/06/data-is-giving-rise-to-a-new-economy>
2. David Reinsel, John Gantz, John Rydning: The Digitization of the World From Edge to Core. [Электронный ресурс]: <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf>
3. Ajupov A.A., Kurmanova L.R., Abulguzin N.R., Kurmanova D.A. A comprehensive assessment of the financial security of banking system // International Business Management. - 2016.- №10 (23). – PP. 5620-5624.
4. Курманова Д.А. Финансовые технологии на розничном рынке банковских услуг // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика - 2019. - № 1 (27) – С.60-67.
5. Kurmanova L.R., Kurmanova D.A. Simulation of Banking Sector's Investment Potential // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Volume 272. 3. Section two. June 2019. 032160 [Электронный ресурс]: <https://iopscience.iop.org/issue/1755-1315/272/3>.
6. Как развернуть «озеро данных»: 5 советов / CNews: Интернет-издание о высоких технологиях. [Электронный ресурс]: https://www.cnews.ru/articles/kak_razvernut_ozero_dannyh_5_sovetov

Юрин Павел Олегович

направление Инноватика (магистратура), гр. ИНВм-11

Научный руководитель **Двоеглазов Владимир Викторович**

Канд. техн. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ ПРОДАЖ ТОВАРОВ В СЕКТОРЕ FMCG ПО ЗВЕНЬЯМ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ

Аннотация: актуальность данной темы вызвана стремительным инновационным развитием сетей современной торговли и значительным отставанием в инновациях структуры продаж производителей товаров. Целью статьи является сравнение инноваций по звеньям логистической цепи, и выявление закономерностей развития компаний при инвестировании в инновации.

В настоящее время современные предприятия розничной торговли и крупные дистрибьюторские компании постоянно повышают производительность труда, в том числе за счет применения инноваций. Проведя классификацию инноваций, внедряемых на рынке быстро оборачиваемых товаров возможно выделение сильных и слабых сторон, а также спрогнозировать будущее развитие отрасли. Классификация инноваций актуальна, так как позволяет идентифицировать особенности и характер конкретного нововведения, определить его место и значение в решении задач модернизации производства и управления, принять наиболее рациональное в данных условиях управленческое решение, ведущее к успеху. [1] Классификация дает специалистам базу для выявления максимального количества способов реализации инноваций, тем самым формируя возможность выбора разных решений.[3]

Предприятия розничной торговли применяют следующие инновации:

- Программы учета и управлением информацией в магазине. В таких программах взаимосвязаны и работают как единое целое: сервер, рабочая станция, касса, электронные весы, роутеры, RF-терминалы (компьютерные устройства для приемки и пересчета товаров).
- Программы учета и управления информацией по всей сети магазинов. Такие программы позволяют получать оперативную информацию и принимать управленческие решения на уровне сети.

- Применение касс без кассиров увеличивают пропускную способность магазинов, повышая производительность труда.
- Электронные ценники повышают производительность труда.
- Компьютерное зрение на основе нейронных сетей и искусственного интеллекта позволяют отследить пол, возраст потребителей, выбрать оптимальное расположение товаров на полке и в отделах.

- Системы безопасности и контроля на основе искусственного интеллекта позволяют анализировать и прогнозировать возможные нарушения покупателей и продавцов.

- Технологии BIG-DATA, позволяют обработать и анализировать большие массивы информации, на их основании строить маркетинговые и прикладные активности

Предприятия, оказывающие услуги логистики и дистрибуции применяют следующие инновации:

- Технология заказа и отслеживания товара через сайт или приложение позволяет полностью контролировать состояние заказа в любой момент времени.

- Возможность применения Универсальных передаточных актов, данные о товаре автоматически загружаются в систему покупателя при приемке товара.

- CRM-системы позволяющие в автоматическом режиме просчитывать заказ покупателя, формировать уникальное коммерческое предложение.

- Прикладные программы, рассчитывающие и формирующие маршруты торговых представителей для достижения плановых показателей по дистрибуции и объему продаж.

Производители товаров применяют прикладные программы, рассчитывающие и формирующие маршруты торговых представителей для достижения плановых показателей по дистрибуции и объему продаж.

Классификация инноваций на основе анализа приведенных данных представлена в таблице 1.

Анализ таблицы наглядно показывает активность и масштаб каждого из участников логистической цепочки при продаже товара от производителя к конечному потребителю. Учитывая, что розничные сети инвестируют большие средства в свое развитие и инновации можно с уверенностью утверждать, что зависимость производителей от них будет возрастать. Так же следует отметить факт наличия в каждой сети товар собственных торговых марок, которые зачастую имеют более

низкую цену и самое лучшее место на полке. Низкая цена обеспечивается недопущением в продажу товаров аналогов по конкурентной цене. Таким образом, сети усиливают свое влияние на потребителя и стараются уменьшить влияние производителей.

Крупные дистрибьюторские компании имеют собственные торговые сети, инвестируют в производство быстро оборачиваемых потребительских товаров и предоставляют франшизы для небольших торговых фирм, тем самым уменьшая зависимость от крупных сетей. Производители товаров вкладываются в производство товаров и маркетинг, зачастую имея прибыль от работы с крупными сетями с трудом покрывающие операционные расходы.

Таким образом, розничный ритейл и дистрибьюторские компании инвестируя в инновации создают себе конкурентное преимущество по сравнению с компаниями производителями товаров сектора FMCG. В дальнейшем от них возможно ожидать радикальных инноваций, таких как магазины без продавцов, доставка товаров, беспилотными летающими аппаратами и т.д.

Розничный ритейл и дистрибьюторские компании инвестируя в инновации создают себе конкурентное преимущество по сравнению с компаниями производителями товаров сектора FMCG. В дальнейшем от них возможно ожидать радикальных инноваций, таких как магазины без продавцов, доставка товаров, беспилотными летающими аппаратами и т.д.

Таблица 1 – Классификация инноваций по звеньям логистической цепи

Классификационные признаки	Розничный ритейлер	Дистрибьютер	Производитель
По степени инновационного потенциала	Подрывные, Интегрированные, Поддерживающие	Интегрированные поддерживающие	Поддерживающие
По степени использования	Фундаментальные Прикладные Комбинированные Побочные результаты больших программ	Прикладные Комбинированные Побочные результаты больших программ	Прикладные
По срокам	До 5 лет	До 5 лет	До 5 лет
По способу внедрения	Прикладные	Прикладные	Прикладные
По сферам применения	Технические Организационно-производственные обслуживание	Технические Организационно-производственные обслуживание	Технические Организационно-производственные
По степени охвата жизненного цикла	НИОКР технологическая подготовка эксплуатация	технологическая подготовка эксплуатация	эксплуатация

Окончание табл. 1 – Классификация инноваций по звеньям логистической цепи

Классификационные признаки	Розничный ритейлер	Дистрибьютер	Производитель
По источникам финансирования	Акционерные Частные	Акционерные Частные	Акционерные Частные
По иерархическому уровню управления	Народно-хозяйственные отраслевые территориальные первичных объектов управления	территориальные первичных объектов управления	территориальные первичных объектов управления
По назначению в зависимости от поставленных целей	Повышение деятельности первичных организаций, решение экономических проблем	Повышение деятельности первичных организаций, решение экономических проблем	Повышение деятельности первичных организаций решение эконом. проблем
В зависимости от охвата циклического развития	Крупные Средние мелкие	Средние мелкие	Мелкие
По объему применения и используемых подходов при реализации	Системные Индивидуальные	Системные Индивидуальные	Системные Индивидуальные
По результативности применения	Повышающие эффективность управляемых объектов	Повышающие эффективность управляемых объектов	Повышающие эффективность управляемых объектов

Производителям в конкурентной среде сохранения места партнера необходимо прилагать больше усилий во внедрении инновации при продажах своего товара. Так как таких инновации на сегодняшний день не много, возможно появление новых производителей, внедряющих инновации с возможностью занятия лидирующих мест в отрасли.

Только единичные компании способны вовремя создавать отдельные бизнес структуры для выраживания нового подрывного бизнеса. В подавляющем большинстве случаев зрелые компании бессильны противостоять новичкам, пришедшим на их рынок с подрывной инновацией [2].

Список литературы

1. Инновационный менеджмент: учебное пособие / Ж.Д. Дармилова. — Москва: Дашков и К, 2016. — ISBN 978-5-394-02123-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL:

<https://e.lanbook.com/book/93328> (дата обращения: 22.09.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — С. 21.

2. Инновационный менеджмент: учебное пособие / В.М. Кожухар. — Москва: Дашков и К, 2016. — ISBN 978-5-394-01047-7. Текст: электронный// Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93330> (дата обращения: 22.09.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — С. 90.

3. Проектирование и формирование инновационных промышленных кластеров: монография / А.П. Агарков, Р.С. Голов. — Москва: Дашков и К, 2016. — ISBN 978-5-394-02548-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/70561> (дата обращения: 22.09.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — С. 67.

СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

УДК 35.077

Вязников Александр Валерьевич

направление Управление качеством (магистратура), гр. УКм-11

Научный руководитель **Царёва Гузаль Ринатовна**

Канд.экон.наук, доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

КОНТРОЛЬНАЯ ЗАКУПКА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПРАВООПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ БОРЬБЫ С НАРУШЕНИЯМИ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

2018 год стал первым годом практической реализации Стратегии государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, так как именно в то время была продолжена начатая в 2017 году масштабная системная работа по формированию новых базовых основ правового регулирования этой важной области общественных отношений, нацеленная на развитие и совершенствование существующих механизмов защиты потребительских прав граждан. Одним из таких механизмов стал институт проведения контрольной закупки, призванный эффективно разрешать проблемы правонарушений на потребительском рынке в сфере розничной торговли.

Всего по Российской Федерации за 2018 год в Управления Роспотребнадзора в субъектах РФ зарегистрировано 326369 обращений. Большая их часть, а именно 66,4 % (216778) поступила именно от обращений граждан. Это значительно ниже показателей прошлых лет – для сравнения в 2017 году этот показатель равнялся 84,2 %, в 2016 г. – 86,4 %, в 2015 г. – 87,5 %. [2, 31]

Стоит отметить, что по вопросам, относящимся к соблюдению требований законодательства о защите прав потребителей в сфере розничной торговли поступило 136839 обращений, что на 1,5 % больше аналогичного показателя за 2017 год. Анализ обращений показал, что в 8816 заявлениях содержалась информация о причинении вреда жизни, здоровью или имуществу потребителей, в том числе 4220 обращений (или 47,9 %) касались сферы розничной торговли вследствие приобретения товаров ненадлежащего качества против 4190 (или 35 %) в 2017 году. [2, 37] Необходимо отметить, что по Республике Марий Эл

за 2018 г. зарегистрировано 1850 обращений, из них 856 обращений – на нарушения прав потребителей в сфере розничной торговли. [3, 19]

В разрезе сегментов потребительского рынка основную долю среди выявленных случаев причинения вреда имуществу потребителей занимают случаи причинения вреда в сфере розничной торговли – они занимают 75,7 % (4591 случая), из них продовольственными товарами – 22,9 % (1391 случая). В 2017 г. аналогичный показатель составил 6978 случаев, из них в сфере торговли продовольственными товарами – 1953.

Большинство выявленных случаев причинения вреда связано:

- с предоставлением потребителям несвоевременной, неполной, недостоверной и/или вводящей в заблуждение информации о товарах (работах, услугах) – 58,1 % (2017 г. – 78,7 %);

- с приобретением, использованием потребителями товаров, имеющих недостатки – 29,8 % (2017 г. – 7,3 %);

- с приобретением, использованием потребителями опасных товаров – 8,4 % (2017 г. – 14 %). [2, 55]

Исходя из приведённых выше статистических данных, можно вполне резонно сделать вывод о том, что введение новых правовых инструментов контроля и надзора за правонарушениями на потребительском рынке одним из которых является контрольная закупка, будет являться действенной мерой, способной повлиять на снижение количества нарушений в сфере розничной торговли и существенно сократит число случаев причинения вреда здоровью потребителей.

Внезапность проводимых контрольных закупок, в ходе которых государственным надзорным органом осуществляются действия по созданию ситуации для совершения сделки и отсутствие требований предварительного согласования уже зарекомендовала себя как результативный метод борьбы с правонарушениями в тех сферах потребительского рынка, где при организации внеплановой проверки данные нарушения выявить достаточно проблематично.

При осуществлении федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей Управлениями Роспотребнадзора проводятся контрольные закупки в порядке, установленном Федеральным законом от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». [1] Согласно данному Федеральному закону, контрольная закупка представляет собой мероприятие по контролю, в ходе которого органом государственного контроля

(надзора) осуществляются действия по созданию ситуации для совершения сделки в целях проверки соблюдения юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями обязательных требований при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг потребителям. [1]

Роспотребнадзор получил законное право на проведение контрольных закупок в начале 2018 года. В рамках этой процедуры ведомство может контролировать качество товаров и услуг. Отмечается, что у данной, относительно молодой, правоприменительной практики довольно большие перспективы, так как с её помощью предоставляется возможность выявить те скрытые нарушения, которые при обычной внеплановой проверке зафиксировать весьма проблематично. Заметим, что главной особенностью проведения Роспотребнадзором контрольной закупки, является отсутствие необходимости её предварительного согласования с органами прокуратуры. Схема проведения контрольной закупки выглядит следующим образом:

Шаг 1. Представление о проведении контрольной закупки. Уполномоченное должностное лицо органа государственного контроля вносит руководителю или заместителю руководителя органа государственного контроля (надзора) мотивированное представление о проведении контрольной закупки и аргументирует её основания.

Шаг 2. Издание приказа о проведении контрольной закупки. В случаях, когда руководитель или заместитель руководителя надзорного органа согласен с основаниями, указанными в представлении, он утверждает проведение контрольной закупки, после чего издается приказ о её осуществлении, на основании которого она будет проводиться.

Шаг 3. Непосредственное приобретение товара или услуги. В соответствии с приказом сотрудник Федеральной службы начинает проводить контрольную закупку, то есть под видом рядового потребителя покупает товар или получает услугу. Он имеет право выбирать товар или услугу; подписывать документы, а также совершать иные действия, необходимые для покупки товаров или получения услуг.

Шаг 4. Завершение проведения контрольной закупки, составление акта об её осуществлении. По окончании контрольной закупки, должностное лицо должно сообщить о её проведении, предъявить служебное удостоверение, приказ (распоряжение) о осуществлении контрольной закупки и передать представителю юридического лица копию этого приказа.

Шаг 5. Возврат товара или передача на экспертизу. В случаях, если сотрудником после приобретения товара не было обнаружено несоответствий, необходимо этот товар вернуть обратно. Если же в процессе проверки нарушения были найдены, то товар отправляется на исследование в лабораторию.

Республика Марий Эл стала одной из немногих регионов в которых контрольная закупка была внедрена в рамках пилотного проекта. На конец октября 2019 года проведено более 5 контрольных закупок различных видов продуктов питания. Поводами для проведения данных внеплановых проверок стали обращения граждан с жалобами на отсутствие маркировок на реализуемой продукции, что является нарушением п.5 ч. 4.12 ст.4 ТР ТС 022/2011 Технического регламента Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки». [3]

На текущий момент механизм проведения контрольных закупок еще не функционирует в полной мере, для того чтобы оценить эффект для обычных покупателей. Стоит отметить, что наряду с положительными сторонами данного вида надзорной деятельности существует и обратная её сторона – бюрократизация процесса, невозможность ведения скрытой съемки, отсутствие осведомленности об этом процессе как со стороны рядовых покупателей, так и со стороны лиц, реализующих товары народного потребления и другие. Но несмотря на это, можно полагать, что этот, относительно молодой правоприменительный инструмент позволит более эффективно бороться с фальсификатом на магазинных полках, а также даст возможность оперативно изымать просроченную, некачественную и опасную для потребителей продукцию.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».
2. Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2018 году: Государственный доклад.–М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2019.– 324 с.
3. Доклад об осуществлении федерального государственного санитарноэпидемиологического надзора, федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей в Республике Марий Эл в 2018 году.–Йошкар-Ола.: Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Марий Эл, 2019.– 84 с.

Казакова Елена Вячеславовна

направление Управление качеством (магистратура), гр. УКМ-11

Научный руководитель **Василькова Ольга Анатольевна**

доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

АНАЛИЗ ДОКУМЕНТАЦИИ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ АККРЕДИТАЦИИ ОРГАНА ИНСПЕКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ФБУЗ «ЦГИЭ»

Цель работы – подготовка органа инспекции ФБУЗ «ЦГИЭ» к процедуре аккредитации. Актуальность работы заключается в официальном признании компетентности испытательной лаборатории, что ведет к расширению доли рынка.

В соответствии с определением, данным в Федеральном законе «О техническом регулировании», аккредитация – это официальное признание органом по аккредитации компетентности физического или юридического лица выполнять работы в определённой области оценки соответствия».

Объектами аккредитации являются организации, осуществляющие деятельность в области оценки соответствия, такие как испытательные лаборатории, органы по сертификации, контролирующие организации, метрологические службы юридических лиц, организации, осуществляющие специальную подготовку экспертов.

Прохождение процедуры аккредитации органом инспекции, позволит унифицировать деятельность инспекций, подчинить их единым правилам, обеспечить однообразие действий и вызвать доверие на рынке предоставляемых услуг. Для выполнения процедуры аккредитации, органам инспекции необходимо ознакомиться со следующей документацией:

1) Федеральный закон «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» № 412-ФЗ от 28 декабря 2013г.;

2) Приказ Министерства экономического развития РФ от 30 мая 2014 г. № 326 «Об утверждении критериев аккредитации, перечня документов, подтверждающих соответствие заявителя, аккредитованного лица критериям аккредитации, и перечня документов в области стандартизации, соблюдение требований которых заявителями,

аккредитованными лицами обеспечивает их соответствие критериям аккредитации».

Представленная документация регулирует отношения, возникшие между участниками национальной системы аккредитации, описывает права и обязанности аккредитованных лиц, так же обязывают аккредитованное лицо предоставить пакет документов в федеральную службу по аккредитации.

Неотъемлемой частью прохождения данной процедуры является система менеджмента качества (СМК). СМК организации направлена на улучшение результатов с поставленными целями достижения качества для того, чтобы удовлетворить требования всех участвующих в процессе сторон, в первую очередь, потребителей. Разработка СМК производится в соответствии с требованиями критериев аккредитации к органам инспекции, которые содержатся в ГОСТ ИСО/МЭК 17020-2012 «Требования к работе различных типов органов инспекции».

Несмотря на то, что органы инспекций (далее – ОИ) существуют на практике, достаточно давно, их деятельность никак не урегулирована законодательством. Помимо этого, длительное время понятие «инспекция» отсутствовало. Немаловажно понимать, то, что в ФЗ № 412 прописан только механизм аккредитации, а обязательность аккредитации устанавливается отраслевыми стандартами. На сегодняшний день понятие «орган инспекции» отраслевым законодательством не закреплено, по этой причине отсутствуют требования к обязательной аккредитации таких организаций. Организации, которые являются ОИ, могут работать и без аккредитации, если имеют доверие рынка. Но, как правило, заказчик требует независимой оценки работы органов третьей стороной. Независимость, подтверждаемая органом, убедит заказчиков в том, что проводимая инспекция, выполнена с абсолютной беспристрастностью.

Для прохождения аккредитации ФБУЗ «ЦГиЭ», необходимо собрать пакет документов, удовлетворяющий требованиям Федеральных законов и приказов министерства экономического развития РФ, а также ГОСТ Р ИСО/МЭК 17020-2012 [1]. После того, как необходимая документация собрана, в том числе и документация по СМК, организация составляет заявление по форме установленным приказом Минэкономразвития России от 23 мая 2014 года № 288, которое направляется в Федеральный орган аккредитации «Росаккредитация». Это один из самых «молодых» федеральных органов исполнительной власти. Он был создан по Указу Президента Российской Федерации от 24 января 2011 г. № 86 «О единой национальной системе аккредитации» с целью повышения

эффективности государственного управления в сфере аккредитации [2]. По результатам проверки служба комиссии принимает решение относительно удовлетворения просьбы заявителя. Если решение положительное, выдается аттестат аккредитации.

Для подготовки органа инспекции к прохождению процедуры аккредитации выполним анализ требований изложенных в документации, необходимой для проведения аккредитации в национальной системе аккредитации:

1) Приказ министерства экономического развития Российской Федерации от 30 мая 2014 года № 326. Приказ устанавливает требования к критериям аккредитации различных органов, в том числе и органов инспекции, которым должны удовлетворять заявитель и аккредитованное лицо. Критерии аккредитации органов инспекции включают в себя наличие СМК, наличие у органа инспекции сайта в сети «Интернет», соответствующей документации в области стандартизации, так же наличие квалифицированного персонала, а самое главное, наличие разработанного органом инспекции руководства по качеству. Приказ не только требует наличие руководства по качеству (далее - РК) у органа инспекции, но и предъявляет к СМК определенные требования.

Документы, требуемые для аккредитации Приказом №326: руководство по качеству; документ со сведениями о работниках инспекции; документы, подтверждающие соблюдение установленных требований к работникам ОИ (трудовой договор, диплом об образовании и др); документ по оснащенности ОИ средствами контроля; документы, подтверждающие наличие на праве собственности, предусматривающим право владения и (или) пользования помещений, испытательного оборудования, средств измерений, стандартных образцов, а так же иных технических средств и материальных ресурсов необходимых для выполнения работ по оценки соответствия.

2) Федеральный закон «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» № 412. Основным положением закона является установление полномочий единого национального органа по аккредитации, а также регламентирование многоцелевых правил аккредитации в национальной системе, которые отвечают международным стандартам. Кроме того, в документе закреплены позиции, которые уточняют действовавшую ранее процедуру аккредитации и предусматривают новые механизмы контроля за аккредитованными лицами, а также закрепляют положение экспертов и экспертных организаций на законодательном уровне. Федеральный закон регулирует отношения, которые возникают между участниками

национальной системы аккредитации, описывает полномочия аккредитуемых лиц, устанавливает общие требования, единые правила аккредитации, подтверждения компетенции в области оценки соответствия и обеспечения единства измерений. Стоит отметить, что подтверждение компетентности является нововведением закона, так как ранее проводился инспекционный контроль, который был отменен с момента вступления в силу ФЗ № 412. Помимо вышеизложенного, новшеством закона является создание комиссии по апелляциям при Росаккредитации, функциями которой является рассмотрение жалоб на решения, действия или бездействия национального органа по аккредитации, а так же его должностных лиц в связи с отказом в аккредитации, ее приостановлением, прекращением или сокращением области аккредитации. Для обеспечения независимости и объективности решений, принимаемых при федеральной службе по аккредитации, был сформирован общественный совет, состав которого утвержден приказом руководителя по аккредитации. В рамках закона не допускается устанавливать пределы действия аттестатов об аккредитации, а так же запись в реестре об аккредитации является бессрочной.

3) ГОСТ Р ИСО/МЭК 17020-2012.

Критерии аккредитации утверждены приказом Министерства экономического развития РФ № 326. Согласно приказу, национальным стандартом, устанавливающим требования к органам инспекции, является ГОСТ Р ИСО/МЭК 17020–2012[1]. Данный стандарт устанавливает требования к компетентности органов инспекции, а также к беспристрастности и последовательности их действий. Орган, проводящий инспекцию, должен обладать необходимой компетентностью для выполнения поставленной задачи. Инспекция может касаться всех этапов жизненного цикла этих объектов, включая стадию проектирования. Такая работа обычно требует вынесения профессионального суждения при проведении инспекции, в частности, при оценке соответствия общим требованиям. Стандарт определяет требования к беспристрастности, независимости и конфиденциальности, к структуре, к ресурсам (персонал, технические средства и оборудование, субподрядные работы), к процессу инспекции, к системе менеджмента. Орган инспекции должен разрабатывать и поддерживать в рабочем состоянии систему менеджмента, способную обеспечивать неуклонное выполнение требований стандарта.

Система менеджмента органа инспекции должна обеспечивать наличие: документации системы менеджмента, управление документацией, управление записями, анализ со стороны руководства,

внутренние аудиты, корректирующие действия, предупреждающие действия, рассмотрение жалоб и апелляций.

Вывод. В результате проделанной работы были проанализированы требования к проведению аккредитации органа инспекции согласно Приказа Минэкономразвития России №326 от 30 мая 2014 года, Федерального закона № 412-ФЗ от 28 декабря 2013 г., ГОСТ Р ИСО/МЭК 17020-2012. Установлено, что наиболее важным документом для проведения процедуры аккредитации органа инспекции ФБУЗ «ЦГиЭ» является руководство по качеству, которое принимает на себя обязательства по обеспечению беспристрастности и независимости, конфиденциальности организации и управления, обеспечению ресурсами для эффективного и результативного функционирования системы менеджмента качества. Данный документ в совокупности с другой документацией поможет пройти организации аккредитацию в системе Росаккредитации.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО МЭК 17020-2012 Оценка соответствия. Требования к работе различных типов органов инспекции. [Текст]. — Введ. 2013-06-01.- М. Стандартиформ, 2015. 19 с.
2. Указ Президента РФ от 24 января 2011 г. № 86 "О единой национальной системе аккредитаций"// Собрание законодательства Российской Федерации от 31 января 2010 года. - №5, ст. 709.

УДК 35.075.8

Кузнецова Мария Михайловна

направление Управление качеством (магистратура), гр. УКм-11

Научный руководитель **Царёва Гузаль Ринатовна**

Канд.экон.наук, доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ НА БАЗЕ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

В соответствии с Концепцией административной реформы в Российской Федерации в 2006-2010 гг., одобренной распоряжением Правительства РФ от 25.10.2005 № 1789-р, одним из ключевых направлений повышения качества предоставления государственных и

муниципальных услуг является создание многофункциональных центров [1].

Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг «Мои документы» (МФЦ) – это организация, на которую возложены функции по оказанию массовых, общественно значимых государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам в режиме «одного окна».

МФЦ имеет следующие виды организационно-правовой формы: 1) открытое акционерное общество (ОАО), учредителями выступают Российская Федерация (далее РФ), субъект РФ и муниципальное образование; 2) государственное (муниципальное) предприятие или бюджетное (автономное) учреждение, учредителем является РФ либо субъект РФ, либо муниципальное образование.

Основными целями многофункционального центра, выступающего в качестве посредника между гражданами (юридическими лицами) и органами власти являются:

- упрощение процедур получения заявителями государственных (муниципальных) услуг;
- сокращение количества документов, которые требуется представить заявителям;
- информирование физических и юридических лиц о способах и условиях получения услуг;
- сокращение сроков получения услуг;
- повышение качества и комфортности предоставления услуг;
- противодействие коррупции со стороны органов исполнительной власти;
- ликвидация рынка частных посредников, взимающих плату за подготовку документации и взаимодействие с ведомствами от лица заказчика [2].

Анализ ситуации в сфере взаимоотношений органов исполнительной власти и подведомственных им организаций между собой, а также с физическими и юридическими лицами при реализации государственных (муниципальных) услуг позволяет выделить перечень взаимообусловленных недостатков, отрицательно влияющих на эффективность и качество работы этих органов и организаций при обслуживании граждан:

- необоснованное привлечение заявителей к процессам сбора различного рода документов и справок и излишнее количество используемых бумажных форм документов при установлении,

оформлении или подтверждении прав заявителей на получение государственных и муниципальных услуг;

- большое количество процедур при реализации услуг, приводящих к увеличению сроков подготовки итоговых документов для заявителей;

- необходимость многократного личного взаимодействия сотрудников органов власти и подведомственных им организаций с заявителями, не способствующая оптимизации трудозатрат и эффективному использованию рабочего времени специалистов при выполнении ими функциональных обязанностей;

- недостаточная эффективная организация деятельности по приему и обслуживанию заявителей внутри отдельных ведомств и организаций.

Наличие указанных недостатков затрудняет эффективность обслуживания заявителей при реализации государственных и муниципальных услуг, не препятствует возникновению излишних бюрократических барьеров и противозаконных взаимоотношений между представителями власти и гражданами.

Опыт различных субъектов Российской Федерации показывает, что внедрение, применение и развитие принципа «одного окна» позволит не только устранить отмеченные недостатки, но и обеспечить качественно новый уровень функционирования органов власти при их взаимодействии между собой, с другими организациями и заявителями.

Учитывая, что вышеперечисленные проблемы с вытекающими из них последствиями являются взаимосвязанными, их решение может быть обеспечено только посредством реализации комплекса организационных, информационных, нормативно-правовых, методических и технических мероприятий, которые должны быть предусмотрены при решении задач перевода государственных и муниципальных услуг в режим их предоставления по принципу «одного окна», т.е. гражданин взаимодействует только с одним специалистом МФЦ.

Муниципальные услуги в МФЦ предоставляются следующими способами:

- прием и выдача документов осуществляются сотрудниками центра. Для исполнения документ передается в территориальный орган федерального органа исполнительной власти, орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации, орган местного самоуправления или организацию, участвующую в предоставлении государственных и муниципальных услуг;

- прием, обработка и выдача документов осуществляется центром самостоятельно, без передачи документов в иные органы и организации,

с использованием информационных систем федерального органа исполнительной власти, органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации (далее – РФ), органа местного самоуправления или организации, участвующей в предоставлении государственных (муниципальных) услуг;

- прием, обработка и выдача документов осуществляются в центре сотрудниками территориального органа федерального органа исполнительной власти, органа исполнительной власти субъекта РФ, органа местного самоуправления или организации, участвующей в предоставлении услуг, для обеспечения деятельности которых организуются социальные рабочие места [3].

Специфика работы МФЦ заключается в создании инфраструктуры, способной выполнять ряд специфических задач с использованием специального программного обеспечения.

С момента создания первых МФЦ использовалось самостоятельное программное обеспечение для работы электронной очереди, регистрации входящей документации, контроля сроков исполнения. Главным требованием информатизации МФЦ являлась слаженная работа всех структурных подразделений, объединение базы данных МФЦ, что было весьма проблематичным из-за применения разнообразного программного обеспечения разных производителей [4].

В настоящее время назрела необходимость разработки единого программного обеспечения работы МФЦ, включающего в себя все направления работы МФЦ. Программный комплекс должен лежать в основе работы всего многофункционального центра, обеспечивать эффективное взаимодействие как с потребителями государственных и муниципальных услуг, так и с многочисленными органами и организациями, участвующими в их предоставлении. Для повышения качества государственных и муниципальных услуг, предоставляемых многофункциональными центрами, следует предпринять следующие меры:

1. Организация деятельности по полному информированию граждан по вопросам предоставления государственных и муниципальных услуг.
2. Сокращение количества документов, предоставляемых заявителями для получения государственных и муниципальных услуг.
3. Сокращение количества взаимодействий заявителей с должностными органами государственной власти и органов местного самоуправления за счет организации межведомственного информационного и документационного взаимодействия.

4. Оптимизация получения заявителями услуг в предоставлении которых участвуют совместно органы власти разных уровней.

5. Организация информационного объема данными между федеральными органами исполнительной власти, органами местного самоуправления, а также организациями, участвующими в предоставлении государственных и муниципальных услуг.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ № 1789-р от 25 октября 2005 года (Концепция административной реформы в Российской Федерации в 2006-2008 гг.). [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://docs.cntd.ru/document/901953589>

2. Информационный портал о многофункциональных центрах. [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://mfc-spravka.ru/uslugi-mfc.html>

3. Постановление Правительства РФ от 27.09.2011 N 797 (ред. от 19.03.2019) «О взаимодействии между многофункциональными центрами предоставления государственных и муниципальных услуг и федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления». [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_119932/

4. Информационная система работы МФЦ. [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://special.dpchs.donland.ru/Default.aspx?PageId=88865&skin=printerfriendly>

УДК 658.9

Куклина Мария Игоревна,

направление Управление качеством (магистратура), гр. УКм-11

Научный руководитель **Елагина Вилена Борисовна**

Канд.экон.наук, доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В Г. ЙОШКАР-ОЛА, НА ОСНОВЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКИ

Рассматривается задача — исследовать направление повышения качества молочной продукции, которая реализуется в г. Йошкар-Ола, на основе потребительской оценки. Целью данной работы является исследование повышения качества молочной продукции. Для ее

изучения необходимо провести потребительскую оценку молочной продукции. Так как молочная продукция является одной из наиболее потребляемых продуктов в современное время, она постоянно нуждается в исследованиях, модернизации, развитии. Эта продукция имеет малый срок годности и требует немедленной переработки.

В последнее время цены на молочную продукцию повышаются. Это связано, в первую очередь, с тем, что предприятия, выпускающие данную продукцию, развиваются, проводят модернизацию.

Производство молочной продукции недопустимо без соблюдения требований нормативно-правовым документам. С 1 мая 2014 года вступил в силу технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции» (ТР ТС 033/2013) [2]. Так же при производстве молочной продукции должны соблюдаться требования технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011) [1].

При проведении анализа удовлетворенности потребителей молочной продукции, было проведено анкетирование. Анкетирование необходимо для распознавания предпочтений потребителей. В качестве респондентов были взяты люди, в возрасте от 18 до 80 лет, в количестве 40 человек. Каждому респонденту были представлены анкеты, в каждой из которых по 10 вопросов. Вопросы с вариантами ответов представлены в таблице 1.

Исходя из полученных результатов, можно сделать следующие выводы:

- 1) большинство респондентов, а именно 29 из 40, совершают покупку молочной продукции несколько раз в неделю, оставшиеся 11 респондентов - реже 1-2 раз в месяц;
- 2) 31 из 40 респондентов покупают молочную продукцию в супермаркете, 5 человек - в специализированном магазине, оставшиеся 4 человека совершают покупки в магазине около дома;
- 3) наиболее часто совершают покупку молока, далее йогурта, кефира, сметаны, на последнем месте - творог;
- 4) большинство опрошиваемых респондентов смотрят перед покупкой в первую очередь на срок хранения и состав молочного продукта;
- 5) всем опрошенным респондентам важно, где произведен продукт, они отдают предпочтение местным производителям;
- 6) 28 из 40 респондентов отдают свое предпочтение пластиковой упаковке, 11 опрошиваемых предпочитают стекло, оставшийся 1 человек - упаковку Tetra Pak;

7) так как ценовой диапазон разный, предпочтения респондентов так же разошлись:

- молоко предпочитают покупать по цене от 41 до 60 рублей за 0,9 литра,

- сметану 36 из 40 опрошиваемых покупают по цене до 90 рублей за 500 грамм,

Таблица 1 - Анкета удовлетворенности потребителей молочной продукции

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
1	Ваш род деятельности	- Учусь - Работаю - Учусь и работаю - На пенсии - Не работаю
2	Покупаете ли Вы молоко и/или молочную продукцию?	- Да - Нет
3	Как часто Вы совершаете покупку молока и/или молочной продукции?	Каждый день / Несколько раз в неделю / Реже 1-2 раз в месяц
4	Где Вы чаще всего покупаете молочную продукцию?	- В супермаркете - В магазине около дома - На рынке - У частных производителей - В специализированном магазине
5	Какой из этих продуктов Вы чаще всего приобретаете?	- Молоко - Кефир - Сметана - Творог - Йогурт
6	Какой из перечисленных фактор по Вашему мнению играет важную роль?	- Упаковка - Срок хранения - Марка - Цена - Состав - Жирность
7	Имеет ли для Вас значение, где произведен продукт? Отдаете ли вы предпочтение местным производителям?	- Да - Нет
8	Какой упаковке вы отдаете свое предпочтение?	- Tetra Pak - Пластик - Стекло - Пленка

Окончание табл. 1 - Анкета удовлетворенности потребителей молочной продукции

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
9	В каком ценовом диапазоне Вы приобретаете следующие молочные продукты? Молоко Сметана Творог Йогурт Кефир	- До 40 рублей за 0,9 литра - От 41 до 60 рублей за 0,9 литра - Свыше 61 рубля за 0,9 литра - До 90 рублей за 500 грамм - Свыше 91 рубля за 500 грамм - До 30 рублей за 200 грамм - От 31 до 50 рублей за 200 грамм - Свыше 51 рубля за 200 грамм - До 40 рублей за 500 грамм - Свыше 51 рубля за 500 грамм - До 50 рублей за 500 грамм - Свыше 51 рубля за 500 грамм
10	Часто ли Вы покупаете новинки?	- Достаточно часто. Люблю пробовать все новое. - Зависит от упаковки, состава продуктов и других факторов. - Если это продукт известной мне марки, то - да. Товары неизвестных мне марок покупаю редко. - Нет, покупаю только известное и проверенное.

- творог массой 200 грамм 30 из 40 опрошиваемых покупают по цене свыше 51 рубля, а оставшиеся 10 респондентов предпочитают совершать покупку в ценовом диапазоне от 31 до 50 рублей за 200 грамм,

- йогурт массой 500 грамм все респонденты предпочитают покупать ценой свыше 51 рубля,

- кефир все опрошиваемые покупают по цене до 50 рублей за 500 грамм;

8) 26 из 40 опрошиваемых респондентов на вопрос «Часто ли Вы покупаете новинки?», ответили: «Достаточно часто. Люблю пробовать все новое», 9 опрошиваемых дали ответ: «Нет, покупаю только известное и проверенное», оставшиеся 5 респондентов дали ответ: «Если это продукт известной мне марки, то – да. Товары неизвестных мне марок покупаю редко».

Исследование на удовлетворенность потребителей молочной продукции показало, что для большинства потребителей важно, чтобы молочный продукт был свежий, с чистым составом, приемлемой ценой. У потребителей вызывает интерес новая продукция, большинству нравится пробовать новинки. Упаковка, по мнению респондентов, должна быть удобной, преимущественно – пластиковой. Потребители отдают наибольшее предпочтение местным производителям молочной продукции республики Марий Эл.

Список литературы

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» (утвержден решением комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 года N 880). Москва, - 2011.

2. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» (принят Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 9 октября 2013 года N 67). Москва, - 2013.

УДК 664:3

Латфуллина Регина Ринатовна

направление Управление качеством (магистратура), гр. УКм-11

Научный руководитель **Василькова Ольга Анатольевна**

доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ВНЕДРЕНИЕ МЕТОДИКИ УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И ВОЗМОЖНОСТЯМИ В ИСПЫТАТЕЛЬНОМ ЛАБОРАТОРНОМ ЦЕНТРЕ

Актуальность темы исследования. Риск присущ любой форме человеческой деятельности, что связано с множеством условий и факторов, влияющих на положительный исход принимаемых людьми решений [1]. В настоящее время одним из важнейших условий обеспечения безопасности любого предприятия, ориентированного на получение стабильных прибылей и эффективную работу, является разработка методики управления рисками. В ее цели и задачи входят идентификация, анализ, определение количества и оценка всех рисков предприятия, сопутствующих его операционной, финансовой и стратегической деятельности, выработка конкретных рекомендаций по борьбе с выявленными рисками. Управление рисками позволяет руководству эффективно действовать в условиях неопределенности и связанных с ней рисков.

Цель работы – изучение методики управления рисками и возможностями в испытательном лабораторном центре для предложения по ее внедрению в ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Республике Марий Эл» города Йошкар-Ола.

С 1 сентября 2019 года Приказом Росстандарта №385-ст от 15.07.2019 г. введен в действие в качестве национального

межгосударственный стандарт ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2019 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий» [3]. Отдельное внимание в нем уделено вопросам риск-ориентированного подхода. Утверждать, что вопросы риск-менеджмента ранее вообще не входили в сферу системы менеджмента испытательных лабораторий, было бы неверно. В частности, в ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2009 [2] в пунктах 4.12.2 и 5.4.5.3 риск упоминается в контексте необходимости учитывать его при принятии решений. Но новая редакция стандарта переходит от требований учета к управлению рисками, то есть устанавливает необходимость разработки полноценной процедуры, объектом которой становятся риски.

Несмотря на то, что в стандарте ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2019 установлено, что лаборатория должна планировать действия в отношении рисков и возможностей, это не является требованием применения официальных методов менеджмента рисков или документирования процесса менеджмента рисков. Лаборатория может решать, разрабатывать или нет более расширенную методологию менеджмента рисков, чем требуется стандартом, например, через применение других стандартов или руководящих документов.

Одним из простейших, но, тем не менее, достаточных методов документирования и демонстрации действий в отношении рисков и возможностей в ходе лабораторной деятельности, является дерево рисковых событий (разновидность метода ветвей и границ в прикладной математике). Алгоритм применения в лаборатории дерева рисковых событий может быть следующим:

Шаг 1. Разрабатываем реестр возможных для лаборатории рисковых событий, включающий идентификацию этих событий, в удобном для лаборатории виде.

Шаг 2. Для каждого потенциального рискового события с применением любых приемлемых методов (например, метода «мозгового штурма» или SWOT-анализа) строим дерево рисковых событий, содержащее наиболее возможные или наиболее опасные (с точки зрения потенциальных последствий) варианты последствий (рис.1).

Шаг 3. Осуществляем мониторинг реальных рисковых событий и их последствий в течение установленного в лаборатории периода времени (не реже одного раза в календарный год) (рис.2).

В ходе такого мониторинга в удобном для лаборатории виде, например, в отдельном разделе Реестра, фиксируем количество фактически наступивших рисковых событий. Кроме того, на основании

полученной информации актуализируем Реестр в части ранее не задокументированных, но фактически имевших место рискованных событий. В конце установленного периода строим дерево рискованных событий, отражающее результаты мониторинга. Добавляем новые, фактически имевшие место, последствия и корректируем план мероприятий, предупреждающих или снижающих возможность наступления тех или иных рискованных событий.

Шаг 4. Продолжаем осуществлять мониторинг реальных рискованных событий и их последствий, аналогично порядку, изложенному в шаге 3. При выявлении устоявшихся тенденций в возникновении фактически имевших место рискованных событий и/или исчерпании ресурсов лаборатории, строим дерево рискованных событий, отражающее результаты мониторинга в течение длительного (2–3 года) периода. Если в лаборатории установлен конкретный уровень достоверности результатов испытаний (измерений, исследований, анализа, калибровки и т.п.), то такое дерево можно строить после достижения такого уровня (рис.3).

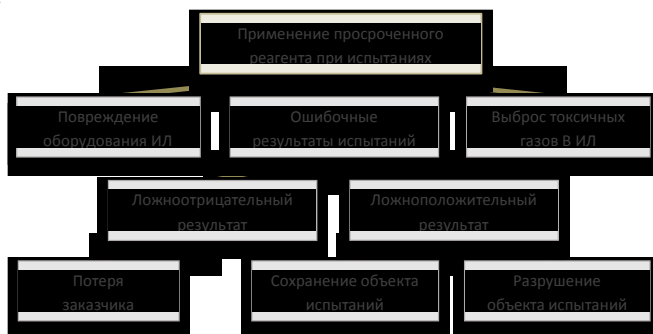


Рисунок 1 – Шаг 2. Документируем возможные риски и их последствия

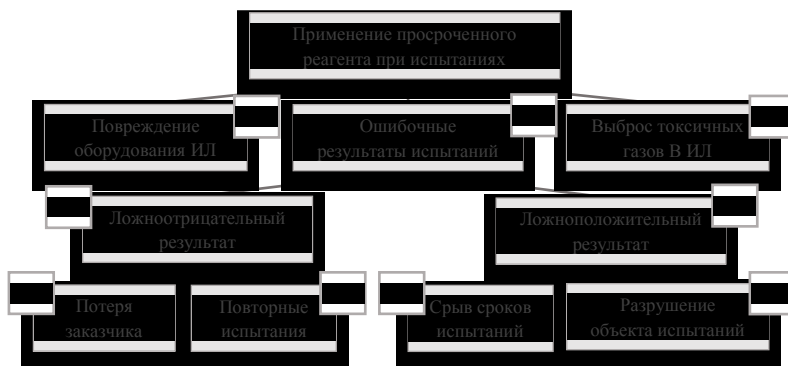


Рисунок 2 – Шаг 3. Осуществляем мониторинг реальных рисков событий и их последствий

Шаг 5. По достижении необходимого для расчета частоты числа возникновения рисков событий строим дерево рисков событий, отражающее результаты мониторинга в течение этого периода (обычно не менее 5 лет). Для расчета частоты возникновения рисков событий применяется один из методов, изложенных в теории вероятностей (рис.4).

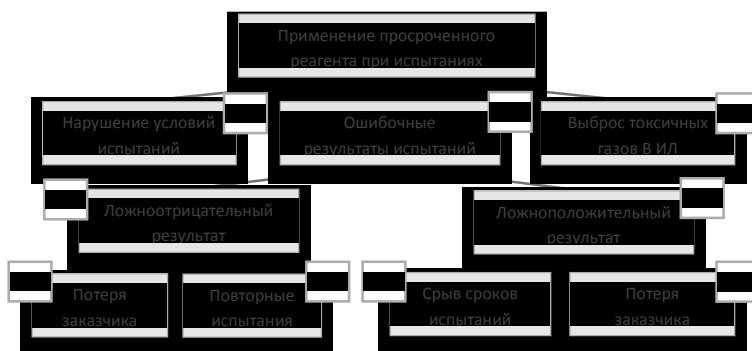


Рисунок 3 – Шаг 4. Актуализируем Реестр рисков, а также мониторинг реальных рисков событий и их последствий.

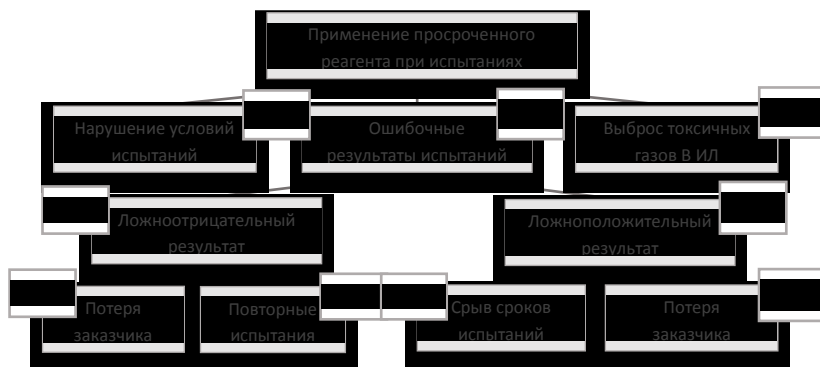


Рисунок 4 – Шаг 5. Определяем частоту рискованных событий и их последствий

Шаг 6. При достижении необходимого для расчета вероятности количества возникновения рискованных событий строим дерево рискованных событий, отражающее результаты мониторинга в течение охватываемого периода (обычно более 5 лет). Для расчета вероятности возникновения рискованных событий применяется один из методов, изложенных в теории вероятностей. В случае значительной изменчивости рискованных событий и/или условий осуществления лабораторной деятельности расчет вероятности возникновения рискованных событий невозможен. В таком случае лаборатория не может применить строгие подходы к оценке рисков и должна ограничиться шагом 5, что не является нарушением требований стандарта ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2019. Важно чтобы мониторинг реальных рискованных событий и их последствий осуществлялся на регулярной основе и актуализировались дерево рискованных событий и План мероприятий, а также своевременно проводились соответствующие корректирующие действия. Такой алгоритм осуществляется для каждого рискованного события, включенного в Реестр, в отношении которого лаборатория будет осуществлять действия по снижению и удержанию достигнутой частоты (вероятности) его возникновения. На начальной стадии внедрения стандарта ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2019 таких рискованных событий для небольшой лаборатории может быть от трех до пяти (имеющих наиболее тяжелые для лабораторной деятельности последствия). В дальнейшем следует охватывать, при необходимости, большее число таких событий.

Вывод. Важным аспектом при выборе методики управления рисками, является возможность давать последовательные и прогнозируемые результаты, которые достигаются более эффективно и

результативно, при условии, когда деятельность осознается и управляется как взаимосвязанные процессы, которые функционируют как согласованная система. Несомненно, все эти свойства присущи выбранной нами методике управления рисками. Также ее преимуществами являются обозримость анализа и результатов, простота расчетов.

Список литературы

1. Бойцов П. М. Управление рисками в условиях инновационной деятельности предприятия [Электронный ресурс] // Вестник ННГУ. – 2013. - № 3(3). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-riskami-v-usloviyahinnovatsionnoy-deyatelnosti-predpriyatiya> (дата обращения 19.10.2019)
2. ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2009 Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий. – Введен 2012-01-01. – М.: Стандартформ, 2012. – 29 с.
3. ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2019 Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий. – Введен 2019-09-01. – М.: Стандартформ, 2019. – 32 с.

УДК 664.68

Поликарпова Ксения Евгеньевна

направление Управление качеством (магистратура), гр. УКм-11

Научный руководитель Елагина Вилена Борисовна

Канд.экон.наук, доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Российский кондитерский рынок имеет четкую сложившуюся структуру участников, широкий и адаптированный к нуждам потребителей ассортимент, динамичные бренды, поддержанные мощным маркетингом. Для производителей, которые только входят на современный рынок мучных кондитерских изделий, главной проблемой является его насыщенность, а так же уже существующая высокая степень конкуренции между участниками. В основном, в продуктовых магазинах и торговых точках покупают кондитерские изделия нашего производителя. Это связано с тем, что рынок тортов, пирожных и печенья представлен достаточно широким ассортиментом

от других конкурирующих производителей, и покупатели хотят видеть больше пирожных местных производителей.

Для того чтобы действовать на рынке более эффективно, производителю необходимо «создать своего потребителя», знать его предпочтения в выборе товаров и лучше приспосабливаться к его требованиям[4]. С этой целью нами был проведен анализ потребительских предпочтений пирожного эклер ванильный, производимый ЗАО «Сернурский сырзавод».

Сбор информации проходил в форме опроса, который проводился в магазинах, торговых точках, учебных заведениях. Респонденты (от 18 до 50 и старше лет)отвечали на предложенные вопросы в форме анкеты. В ходе анкетирования было опрошено 100 человек.

Анализ данных, собранных путем анкетного опроса потребителей, показал, что из 100% опрошенных респондентов 57,1% покупают исследуемое кондитерское изделие, а 42,9% респондентов по какой-либо причине не делают этого. Из всех женщин-респондентов 66,7% покупают кондитерские изделия, 33,3% — не покупают. Соответственное распределение среди мужчин: 16,7 и 83,3% (рис. 1). Сопоставляя эти данные, можно сделать вывод, что кондитерские изделия являются товаром, привлекательным для женщин.

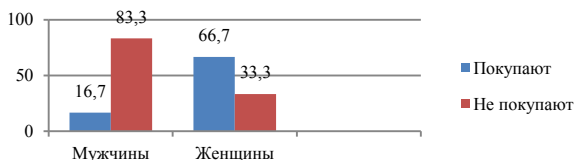


Рисунок 1 - Распределение респондентов, покупающих и не покупающих пирожное эклер ванильный по половому составу %

Если рассматривать распределение респондентов по возрастному составу, то основная доля покупателей кондитерских изделий приходится на возрастные группы: 18-25 лет (41,6%), 26—36 лет (16,9%), 37-49 лет (25%) и от 50 лет и старше(16,5%).(рис. 2).

Рисунок 2 - Распределение респондентов, покупающих кондитерское изделие по возрастному составу

Чтобы понять – для каких целей покупают кондитерские изделия, мы поинтересовались у покупателей: для чего они чаще всего их покупают? Оказалось, что из предложенных вариантов (на каждый день и для праздника), большинство респондентов выбрали оба ответа, как показано на рисунке 3.

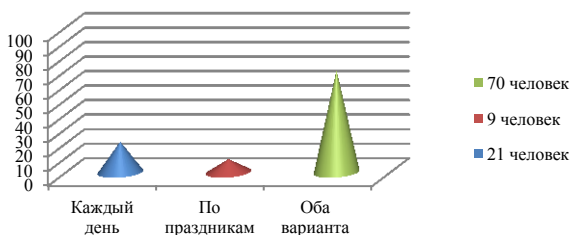
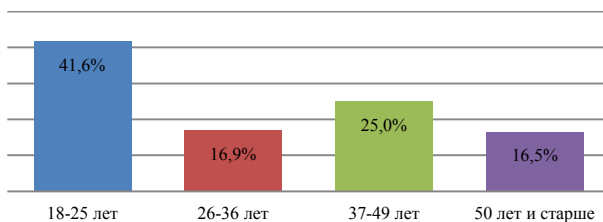


Рисунок 3 – Повод покупки кондитерского изделия опрошенными
Для оптимального планирования выпуска нового продукта



производителю необходимо знать наиболее предпочтительные факторы, которые влияют на выбор продукта. При проведении опроса были озвучены такие факторы как: состав продукта, упаковка, цена. Из диаграммы (рис.4) можно сделать следующие выводы: состав продукта наиболее важный фактор для покупателя, далее по списку следует цена.

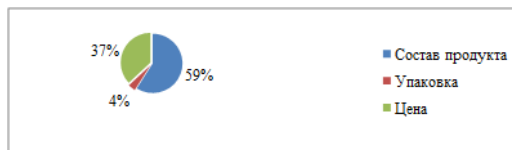


Рисунок 4 – Влияние факторов на выбор мучного кондитерского изделия

При составлении рецептуры необходимо знать вкусовые предпочтения покупателей в выборе начинки [3]. В ходе опроса ответы распределились относительно на одном уровне. Однако, преобладающая часть респондентов выбрали творожные и фруктовые начинки. Результаты представлены в диаграмме на рисунке 5.

Подведем предварительные итоги анкетирования в определении общего предпочтения пирожного эклер ванильный. Опрос показал, что большинство респондентов покупают кондитерские изделия, большая их доля приходится на женское население. Покупают продукт, как для праздника, так и на каждый день [1,2].

По итогам анкетирования определены потребительские предпочтения, включающие более важные для потребителей свойства продукции. Для пирожного эклер желаемыми показателями качества считаются состав продукта и цена.

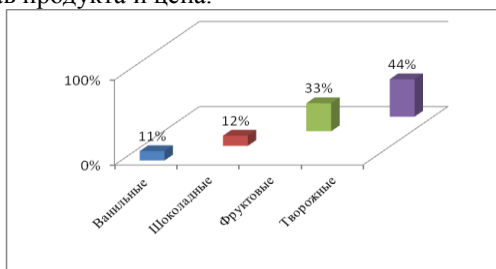


Рисунок 5 – Вкусовые предпочтения покупателей при выборе сладких мучных изделий

Качественная продукция - это ключ к успеху и прибыли. Всякий человек из двух товаров подберет более качественный. Естественно, тут наблюдается зависимость стоимости от качества, т.к. для производства качественного изделия потребуются добротные материалы.

Потребительская оценка - одна из более весомых и необходимых составляющих на протяжении жизненного цикла продукции. В отличие от маркетинговых исследований потребительский контроль позволяет увеличить качество пирожного при помощи улучшения внешнего вида и этикетки, вкуса, цвета и запаха на основе анализа впечатлений покупателей.

Список литературы

1. Карачанская Т.А., Красина И.Б., Данович Н. К. Научно-теоретическое обоснование производства мучных кондитерских изделий специального назначения. - Краснодар ФГБОУ ВПО «КубГТУ», -2013.-142 с.

2. Красина И.Б. Современные подходы к разработке технологии обогащенных мучных кондитерских изделий. Депонированная рукопись № 1253-В2007 27.12.2007.

3. Комиссарова Т. Методические подходы к исследованию и анализу потребительских предпочтений / Т. Комиссарова, Н. Баженова // Маркетинг и маркетинговые исследования. -2004. -№ 3. -С. 2-9.

4. Солдаткина О.В. Результаты маркетингового исследования потребительских предпочтений на рынке хлебобулочных и кондитерских товаров г. Оренбурга // Вестник ОГУ. – 2011. – № 5 (124). – С. 59–63.

УДК 664.66

Смирнова Ирина Алексеевна

направление Управление качеством (магистратура), гр. УКм-11

Научный руководитель **Викторова Надежда Анатольевна**

Доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА ВОДЫ НА ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Актуальность темы исследования. Состояние здоровья населения является одним из основных показателей качества жизни. Основным фактором, определяющим здоровье населения, является безопасность продовольственного сырья, продуктов питания и готовых блюд [3]. Идея улучшения здоровья населения путем создания условий для рационального здорового питания получила в Российской Федерации официальное признание. В соответствии с Концепцией государственной политики в этой области совершенствуется производство отечественных продуктов, обогащенных функциональными ингредиентами. При этом одним из ведущих продуктов массового потребления с высокой пищевой и биологической ценностью является хлеб, который является наиболее доступным продуктом массового потребления. В последнее время возросла потребность в качественной воде при производстве хлеба.

Цель работы — оценка влияния качества используемой питьевой воды на качество хлебобулочных изделий. **Предмет и метод исследования.** Предметом исследования являлся батон нарезной, выпускаемый на ООО «Хлебозавод №1» г. Йошкар-Олы. При изучении данного вопроса использовался такой метод исследования, как

сравнительный анализ. В соответствии с поставленной целью исследования были определены следующие задачи: 1) изучить показатели качества воды для производства хлебобулочных изделий; 2) провести исследование на примере двух образцов предмета исследования; 3) выполнить сравнительный анализ; 4) сделать выводы.

Вода считается основным ингредиентом всех хлебобулочных изделий. Для приготовления теста хлебопечеры для технологических и хозяйственных нужд обычно используют воду из городского питьевого водопровода, в частности и на ООО «Хлебозавод №1». Вода, используемая в хлебопечении, должна соответствовать всем требованиям, предъявляемым к питьевой воде согласно ГОСТ Р 57607-2017 [2]. Питьевая вода, используемая для приготовления теста, должна удовлетворять требованиям СанПиН 2.3.2.1078-2001 [5]. Согласно этим документам, вода должна быть бесцветной, прозрачной, без постороннего запаха или вкуса. Однако, показатели воды везде различны, поэтому выпекаемый хлеб получается разного качества. На любой вид безопасности и чистоты существуют нормативы предельно допустимых концентраций (ПДК).

Безопасность воды в эпидемиологическом отношении определяется соответствующими нормативами по микробиологическим и паразитологическим показателям. В соответствии с СанПин 2.1.4.1074-01 в воде регулируются следующие предельно допустимые концентрации (табл. 1).

Таблица 1 – Перечень контролируемых показателей качества воды и их гигиенические нормативы

Показатели	Единицы измерения	Нормативы (предельно допустимые концентрации), не более
Водородный показатель	единицы pH	в пределах 6-9
Общая минерализация	мг/л	1000 (1500) ²
Жесткость общая	мг-экв./л	7,0 (10) ²
Поверхностно-активные вещества (ПАВ)	мг/л	0,5
Фенольный индекс	мг/л	0,25

Существенное значение для многих технологических операций при производстве хлебобулочных изделий имеет жесткость и минерализация воды [4].

Жесткость воды – это свойство, обусловленное присутствием в ней растворимых солей кальция и магния. Жесткая вода влияет на

консистенцию теста, форму изделий, а также на его аромат. Существует общепринятая классификация воды по жёсткости в моль/л (мг-экв/кг):

- 1) очень мягкая – до 1,5;
- 2) мягкая – от 1,5 до 4,0;
- 3) средней жёсткости – от 4,0 до 8,0;
- 4) жесткая – от 8,0 до 12,0;
- 5) очень жёсткая – свыше 12.

Минерализация представляет собой количественный показатель содержания растворенных в воде веществ. Вклад в минерализацию воды вносят следующие ионы: кальций, магний, калий, натрий, хлорид-ионы, сульфат-ионы, гидрокарбонат-ионы. По содержанию сухого остатка можно судить о количестве минеральных солей, содержащихся в исследуемых пробах воды.

Для исследования были взяты два образца батона нарезного с различными нормативами ПДК (табл.2).

Таблица 2 – Состав образцов для проведения исследования

	Образец №1	Образец №2
Общая минерализация	240 мг/л	1000 мг/л
Жесткость общая	0,8 мг-экв./л	6,5 мг-экв./л

Далее был проведен сравнительный анализ показателей качества батона нарезного по органолептическим показателям согласно ГОСТ 27844-88 [1].

Таблица 3 – Сравнительный анализ показателей качества батона нарезного

Наименование показателя	Образец №1	Образец №2
Форма	Продолговато-овальная	Продолговато-овальная
Поверхность	С косыми надрезами	С косыми надрезами
Цвет	Светло-желтый	Светло-желтый
Пропеченность	Пропеченный, не влажный на ощупь. После легкого надавливания пальцами мякиш принимает первоначальную форму	Пропеченный, не влажный на ощупь. После легкого надавливания пальцами мякиш принимает первоначальную форму
Промес	Без комочков и следов непромеса	Без комочков и следов непромеса
Пористость	84	73
Вкус	Батон имеет более ярко выраженный вкус	Свойственный данному виду изделий, без постороннего привкуса
Запах	Батон имеет более ярко выраженный аромат)	Свойственный данному виду изделий, без постороннего запаха

Сравнительный анализ по составу воды показал, что у образца №1 вода по жесткости более мягкая, и по минерализации содержит большую концентрацию хлорида натрия, кальция и магния, что делает воду более минерализованной, а у образца №2 все наоборот – жесткость и минерализация достигают верхней границы ПДК. Также при проведении сравнения органолептических показателей было выяснено, что образец №2 уступает образцу №1.

Вывод. Таким образом, при изучении влияния качества воды на показатели качества хлебобулочных изделий влияют значения различные факторы, в частности жесткость и минерализация воды. Чрезмерно жесткая вода отрицательно влияет на тесто для батона, а мягкая вода более благоприятно сказывается на показателях качества изделия. Слишком высокие значения минерализации воды указывают на то, что качество воды лучше, т.к. больше обогащено хлоридами натрия, кальция и магния.

На хлебопекарном предприятии технология приготовления продукции создает необходимость очистки воды. Но каким бы ни был используемый метод, из воды будут удалены не только вредные примеси, но и полезные компоненты. И чем выше степень очистки, тем меньше в воде остается минеральных веществ. Поэтому оптимальным способом очистки питьевой воды следует признать ее фильтрацию.

Список литературы

1. ГОСТ 27844-88. Изделия булочные. Технические условия. - Введ. 1990-01-01. – М.: Стандартинформ, 2009 – 9 с.
2. ГОСТ Р 57607-2017. Изделие хлебобулочное из пшеничной муки. Хлеб сдобный в упаковке. Технические условия. – Введ. 2018-07-01. –М.: Стандартинформ, 2018 – 6с.
3. Рыбаков Ю. С., Овсянников Ю. А. Оценка влияния качества воды на потребительские свойства пищевых продуктов // Ползуновский вестник. 2011. № 2/2. С. 207–211.
4. Рыбаков Ю. С., Репина С. В. Влияние технологической воды на качество хлебобулочных изделий : современное хлебопекарное производство, перспективы его развития : сб. науч. тр. 4-ой межрегиональной научно-практической конференции. Екатеринбург : УрГЭУ, 2003. С. 83–86
5. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы. СанПиН 2.1.4.1074-01 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества. Гигиенические требования к обеспечению безопасности систем горячего водоснабжения» - М.: Минздрав России, 2002.
6. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы. СанПиН 2.3.2.1078-2001 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов» - М.: Минздрав России, 2002.

Яндыганова Лиана Вячеславовна

направление Управление качеством, гр. УК-41

Научный руководитель **Елагина Вилена Борисовна**

Канд.экон.наук, доцент каф. управления и права

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола*

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ НА КАЧЕСТВО НА ООО «МАРИЙСКИЙ НПЗ» С ПОМОЩЬЮ МОДЕЛИ PAF

В настоящее время в связи с разработкой и функционированием системы менеджмента качества деятельность многих предприятий направлена на обеспечение высокого качества продукции и сокращение затрат на брак. Сокращение потерь от выпуска недоброкачественной продукции имеет немаловажное значение с точки зрения конкурентоспособности и перспективного развития предприятия, а также повышения результативности менеджмента. Поэтому целесообразно вести учет и анализ издержек, связанных с качеством. Правильно разработанная программа по улучшению качества, включающая мероприятия по снижению затрат на брак и разработку предупредительных мер, способствует повышению эффективности предприятия.

Цель работы: проанализировать структуру затрат на качество на основе применения модели PAF и разработать рекомендации по оптимизации затрат на ООО «Марийский НПЗ».

Затраты на качество – это затраты на обеспечение и гарантию качества, а также на понесенные потери вследствие несоответствия качества [1]. Подобно другим затратам предприятия затраты на качество должны быть выявлены, оценены и представлены руководству, поскольку затраты на удовлетворение ожиданий потребителя в области качества составляют значительные суммы, которые в действительности не снижают величину прибыли.

На данный момент основой традиционного метода оценки затрат, связанных с качеством, является модель PAF («Предупреждение – оценка – отказы») (рис.1), автором которой является Фейгенбаум. Согласно модели PAF общие затраты, связанные с качеством, подразделяются на две такие группы, как [2]:

1) затраты, связанные с достижением соответствия по качеству, которые следует рассматривать как инвестиции, полезные затраты;



Рисунок 1 – Классификация затрат по модели RAC

2) затраты, связанные с несоответствием по качеству, которые следует рассматривать как потери, вредные и бесполезные затраты.

В свою очередь, данные группы делятся на 2 категории.

К затратам, связанным с достижением соответствия по качеству, относятся:

- затраты на оценку качества – стоимость контроля, испытаний и т.п., проводимых в процессе производства и после его завершения;
- затраты на предупреждение несоответствий – стоимость любых действий, направляемых на исследование, предупреждение или уменьшение дефектов и отказов;

К затратам, связанным с несоответствием по качеству, относятся:

- затраты, связанные с отказами, проявившимися внутри организации – внутренние расходы, которые несет предприятие в связи с неудачей в достижении установленного качества, т.е. когда отказы проявляются внутри организации до отправки продукции потребителю;
- затраты, связанные с отказами, проявившимися вне организации – внешние затраты, возникающие за пределами предприятия в результате неудачи в достижении установленного качества.

Проанализируем структуру затрат на качество, действующую в ООО «Марийский НПЗ». ООО «Марийский НПЗ» - предприятие нефтеперерабатывающего комплекса России, подключенное к магистральному нефтепроводу ОАО «АК «Транснефть» «Сургут-ПолOCK» с разрешенной пропускной способностью 1,44 млн тонн в год [4]. Данное предприятие является одним из крупнейших предприятий РМЭ и занимает лидирующие позиции в регионе по объему экспорта нефтепродуктов: транспортировка произведенных заводом нефтепродуктов составляет около 90% объема всех грузовых железнодорожных перевозок Марий Эл.

Производственная деятельность завода заключается в переработке сырой нефти, а также получение и реализация более 10 видов нефтепродуктов, в число которых входят: бензин газовый стабильный (БГС), дистилляты газового конденсата (дизельное топливо), мазут топочный, кокс нефтяной, сырье для производства нефтебитумов. Распределим существующие в ООО «Марийский НПЗ» затраты, связанные с качеством, по модели PAF (табл.1).

Таблица 1 – Затраты на качество в ООО «Марийский НПЗ» согласно модели PAF

Категория затрат	Виды затрат
А	- проведение лабораторных приемочных испытаний поступающего сырья (нефти) до начала первичной переработки; - проведение контроля и испытаний переработанного сырья до начала вторичной переработки; - проведение контроля и испытаний товарных нефтепродуктов; - материалы, используемые при контроле и испытаниях; - анализ результатов контроля и испытания; - поверку приборов и средств измерений, используемых в отделе технического контроля (ОТК).
В	- планирование качества; - поверка средств измерений, используемых для оценки качества в производственных цехах (цех№1, цех№4, цех№7); - техническое обслуживание производственных оборудования (ЭЛОУ, АВТ1, АВТ2, нефтерезервуары); - обучение персонала в области качества; - программы по совершенствованию качества.
С	- издержки на материалы, которые не соответствуют требованиям по качеству; - исправление переработанного сырья/готового нефтепродукта, несоответствующих требованиям по качеству; - анализ несоответствующей продукции; - проведение повторных испытаний и контроля; - простои (неиспользование производственных оборудования вследствие обнаружения несоответствующего сырья/нефтепродуктов); - понижение класса качества.
Д	- рекламация; - возвращенная товарная продукция на переработку; - издержки от потери прибыли вследствие несоответствия качества; - административная работа с возвращенной продукцией на переработку.

Вывод. Затраты, связанные с качеством, можно оптимизировать в результате своевременного проведения корректирующих действий. К ним относятся проведение калибровки и технического обслуживания абсолютно каждого производственного оборудования, всех средств измерений, используемых для оценки качества в производственных

цехах, а также ужесточение лабораторных испытаний и контроля как поступающего сырья, так и продуктов переработки после каждого этапа технологического процесса производства нефтепродукта.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 52380.1-2005 Руководство по экономике качества. Часть 1. Модель затрат на процесс.; введ. 01.02.2006 - М.: Стандартинформ, 2005– 42 с.
2. Денисов, П. А. Экономика качества: конспект лекций / П. А. Денисов – Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, 2008. – 180 с.
3. Харламова, Т.Н. Управление затратами на качество продукции: отечественный и зарубежный опыт: монография / Т.Н.Харламова, Б.И. Герасимов, Н.В. Злобина ; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 108 с.
4. ООО «Марийский НПЗ» - [Электронный ресурс]: <https://www.marnpz.ru>

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
СЕКЦИЯ 1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ	
Бачина О.Н. Работа в сфере молодежной политики Вологодской области: основные направления.....	4
Грачева И.А. Актаульные механизмы реализации государственно-частного партнерства.....	7
Долганова А.Н. Нормативно-правовые аспекты реализации политик государства в сфере противодействия коррупции.....	10
Клдиашвили К.Р. Правовые основы реализации политики государства по формированию здорового образа жизни среди молодежи.....	14
Краснощёкова Н.И. Вовлечение молодежи в волонтерскую деятельность.....	18
Кулькова Д.Н. Развитие региональной системы социальной защиты населения.....	22
Павлюткин М.В. Правовые основы реализации политики государства в сфере патриотического воспитания молодежи.....	24
Скворцова А.О. Направления развития муниципальных образований.....	28
Смирнова Н.А. Деятельность ИФНС России по г. Йошкар-Ола в области налогового регулирования.....	31
СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ	
Альжанова Д.А. Роль внеучебной деятельности в формировании компетенций у выпускников инженерных направлений подготовки вузов.....	36
Беляева О.И., Горская О.А. Планирование туризма в Республике Марий Эл.....	40
Бирюк Д.В. Управленческие поединки как способ развития деловых качеств руководителя.....	44
Брезицкий С.Б.	

Особенности и основные тенденции развития регионального энергетического рынка Республики Саха (Якутия).....	47
Голомидова Е.Д., Кузнецова А.М. Инструменты антикризисного управления в практике российских и зарубежных кинокомпаний.....	50
Дяченко О.А., Комышов Н.С., Стародубцева Е.С. Проект профориентационной работы "HaSskills" на основе системы студенческого менторинга.....	54
Звягина А.В. Проблема оценки эффективности маркетинговых мероприятий.....	58
Иванова К.В. Влияние организации бизнес-процессов на результаты деятельности производственного предприятия.....	61
Кузнецова М.С. Мессенджеры – электронные заместители предпринимателей будущего.....	65
Лау И.В. Вопросы интенсивности использования рабочего времени на предприятии.....	68
Лебедев Д.Ю. Школьные стартапы как площадка обучения навыкам инновационного предпринимательского мышления.....	73
Приходько М.М., Казаков Д.А Бережливое управление как новое направление в развитии менеджмента.....	76
Солодовникова А.С. Влияние национальных факторов на организацию инновационного бизнеса на примере России и Финляндии.....	80
Чепачков И.О. Развитие креативности для эффективной работы управленцев.....	83
Шатёркина А.Г. Методические подходы к анализу и оценке финансовых результатов компании.....	86
Шашкин М.С. Технологии формирования дизайн-мышления у руководящих кадров.....	90

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

Белятков М.Н.	
Промышленный дизайн как инструмент продвижения инновационных решений.....	94
Власов М.Е.	
Проблемы продвижения инновационных продуктов на региональные рынки.....	96
Горская О.А., Беляева О.И.	
Компьютерное моделирование в инвестиционном анализе бизнес – проектов.....	100
Дегаев М.Н.	
Удовлетворенность качеством услуг Service Desk.....	103
Дылевская Л.А.	
Инновации в дошкольном образовании.....	107
Дьяченко Д.Г.	
Проблема оформления коммерциализации инновации.....	110
Зорин Г.А.	
Управление стоп-факторами инновационного стартапа при выводе продукта на рынок.....	113
Казакова А.Г.	
Инновации как фактор повышения конкурентоспособности торгового предприятия.....	117
Коваль С.В.	
Карьерная траектория как критерий качества подготовки инженерных кадров.....	119
Лабутин Д.В.	
Анализ конкурентной ситуации в сфере ОПК российской федерации.....	124
Ленская И.А.	
Инновационные технологии в мясоперерабатывающей промышленности.....	129
Морозов А.И., Антипов И.С., Воротынцев И.В.	
Многоцелевой учебный полигон "Опорный вектор" как площадка для разработки технико-экономического обоснования применения современных дорожных покрытий.....	133
Смирнов С.Ю.	
Чат-боты: настоящее и будущее искусственного интеллекта.....	137
Султангареев Д.Р.	
Технология «озера данных» как перспективный метод совершенствования управления рисками цифровых технологий.....	140
Юрин П.О.	
Классификация инноваций в системе продаж товаров в секторе FMSG по звеньям логистической цепи.....	145

СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

Вязников А.В.

Контрольная закупка как современный правоприменительный инструмент для борьбы с нарушениями в сфере розничной торговли..... 150

Казакова Е.В.

Анализ документации, необходимой для аккредитации органа инспекции на примере ФБУЗ «ЦГиЭ»..... 154

Кузнецова М.М.

Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров..... 158

Куikliна М.И.

Исследование направлений повышения качества молочной продукции, реализуемой в г. Йошкар-Ола, на основе потребительской оценки..... 162

Латфуллина Р.Р.

Внедрение методики управления рисками и возможностями в испытательном лабораторном центре..... 166

Поликарпова К.Е.

Анализ потребительских предпочтений как основа обеспечения качества продукции..... 171

Смирнова И.А.

Влияние качества воды на показатели качества хлебобулочных изделий..... 175

Яндыганова Л.В.

Анализ структуры затрат на качество на ООО «Марийский НПЗ» с помощью модели RAF..... 179

Научное издание

ИНЖЕНЕРНЫЕ КАДРЫ – БУДУЩЕЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Материалы V Всероссийской
студенческой конференции

Йошкар-Ола, 5-8 ноября 2019 г.

Часть 8

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ:
НАУЧНЫЕ ПАРАДИГМЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

VII Всероссийский молодежный научный форум «Гранит
науки – 2019: Молодежь. Инновации. Менеджмент»

Излагается в авторской редакции
Техническая подготовка материалов: *Н.Ю. Судакова*

Материалы конференции опубликованы за счет средств гранта Всероссийского конкурса молодежных проектов среди образовательных организаций высшего образования, проводимого Федеральным агентством по делам молодежи (Росмолодежь)

Подписано в печать 02.12.2019. Формат 60×84 ¹/₁₆.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 7,9. Тираж 110 экз. Заказ № 6106.

Поволжский государственный технологический университет
424000 Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3

Отпечатано в типографии ООО «Вертола»
424030 Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Мира, 21