

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра «ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И МЕНЕДЖМЕНТА»
ПЕНЗЕНСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ
АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ НАУКИ И ПРАКТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ
ПРОИЗВОДСТВА (Пензенское отделение)
МЕЖОТРАСЛЕВОЙ
НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ПГАУ**

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ
СРЕДЫ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ,
ОРГАНИЗАЦИЯМИ И РЕГИОНАМИ**

**Сборник статей
VII Международной
научно-практической конференции**

12-13 мая 2022 г.

**Пенза
ПГАУ
2022**

УДК 338.24:658
ББК 65.0509(2)2:65.9(2)29
Ф79

Под научной редакцией доктора экономических наук, профессора ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет» **О.А. Лузгина.**

Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сборник статей VII Международной научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования РФ, Пензенский государственный университет и [др]; под ред. Лузгиной О.А. – Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т, 2022. – 305 с. – URL:https://mnic.pgau.ru/file/doc/konferencii/2022/Сборник_МК-19-22.pdf . – Текст: электронный.

ISBN 978-5-00196-078-2

В сборнике статей конференции рассмотрены проблемы конкурентоспособности и управления предприятиями разных отраслей экономики в современных условиях.

In the collection of articles of the conference, the problems of competitiveness and management of enterprises of various sectors of the economy in modern conditions are considered.

УДК 338.24:658
ББК 65.0509(2)2:65.9(2)29

ISBN 978-5-00196-078-2

© МНИЦ ПГАУ, 2022

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Д.Э. Абдурафиева, О.Н. Пушкарев

*Казанский Государственный Энергетический Университет,
г. Казань, Россия*

Конкурентоспособность является определяющим фактором в улучшении рыночных взаимоотношений. Методом анализа литературных источников и синтеза полученных данных было выявлено несколько аспектов в управленческой системе предприятий, благодаря которым конкуренция станет высокоуровневой, а производительность труда возрастет.

Ключевые слова: конкурентоспособность, организация, предприятие, сотрудник, персонал, экономический, управление

Существует множество организаций, ориентированных на улучшение технологий и расширение экономических возможностей. Создается искусственная необходимость в конкуренции, благодаря которой улучшаются уже имеющиеся системы мониторинга и управления персоналом. В основном, органичная работа предприятий основывается на хорошо функционирующих сферах деятельности: экономики, маркетинга, технологий и инноваций. Для благоприятного развития всех экономических и технологических аспектов организации, потребуется эффективная система управления персоналом.

Наиболее актуальным фактором развития конкурентоспособности является увеличение методов оценки работников предприятий и комплексное управление всего персонала в целом. Организациям необходимо решать первостепенные задачи, связанные с ростом рентабельности денежных вложений в сотрудников, увеличением производительности компаний, расширением сферы предоставляемых услуг, а также с созданием и поддержанием управленческой системы.

Ресурсные, инновационные, культурные, масштабные и технологические преимущества предприятий способны усовершенствовать конкурентные способности финансовой и производственной составляющей экономики нашей страны. Для усовершенствования уже имеющихся сфер, организациям необходимо определить собственные возможности и дальнейшие перспективы в трудовом потенциале работников, поскольку персонал не только несет в себе определенные затраты на основополагающие критерии рынка труда, но и является существенным фактором дохода [1].

Конкурентоспособность компании во многом определяется от развитости различных конкурентных предприятий в разнообразных масштабах: материальная и социальная защита людей при оказании трудовых услуг, а также эффективные критерии производственной сферы деятельности.

Конкурентоспособные компании необходимо анализировать с помощью различных методов: горизонтальным анализом является сравнение аналогов тенденций организаций за прошедшие периоды; вертикальным анализом принято считать структурирование показателей с помощью детализации; анализом факторов является исследование в области влияния конкурентоспособности во всей сфере экономики; сравнительный анализ создан для рассмотрения исходных показателей с их аналогами.

Факторы конкурентоспособности созданы для определения основных процессов производственной и хозяйственной деятельности предприятий. Кроме того, они являются важной составляющей социальной и экономической жизни общества, способной изменить общую конкурентоспособность организации [2]. В совокупности, факторы включают в себя явления и процессы, определяющие основные средства и труд предприятий, в условиях использования прогрессивных трудовых норм. Для определения норм труда необходимо выявить наиболее рациональные технические и организационные условия, благодаря которым появится возможность использования технологий и оборудования повышенной эффективности.

Для создания оптимальных процессов сравнения предприятий между собой и увеличения их конкурентоспособности следует ввести в управление персоналом нормирование труда. К его средствам относят нормативные материалы, соответствующие оборудованию, средства для измерения и анализа основных трудовых процессов [1]. Благодаря нормированию труда возможно качественное обеспечение наиболее эффективного применения производственных и трудовых ресурсов, сокращение затрат на сотрудников, а также повышение конкурентоспособности изготавливаемой и предоставляемой продукции.

Улучшение системы плановой экономики способствует увеличению эффективности производственной деятельности, уменьшению издержек производства, улучшению организационной деятельности в сфере трудовых выплат [1, 2]. Широкое распространение рыночных отношений способно оказать значительное влияние на развитие нормативных составляющих различных предприятий, исключая отсутствие единых трудовых нормативов и мер по регулированию труда. Нормы по трудозатратам включают в себя следующие функции: оценку необходимой численности персонала, планирование перспектив и задач производственной важности, анализ эффективности труда, стимулирование нормальной трудовой деятельности по общепринятым критериям, соблюдение интересов работников и его персонального карьерного роста.

Принятие норм труда по разнообразным категориям сотрудников расширяет уже имеющиеся возможности увеличения конкуренции на рынке. Кроме того, необходимо выделить дополнительную прибыль компаний и их дальнейшее развитие в сфере интегрирования интересов различных сторон. Введение системы управления труда может организациям в самоопределении необходимых затрат, созданию рационализированного труда, а также эффективному использованию оборудования. Методы нормирования включают в себя следующие аспекты: улучшение трудового нормирования, высокое

качество трудовых норм с дальнейшим ориентированием на наиболее выгодные затраты труда, определение норм с учетом факторов конкурентоспособности, рациональное использование соответствующих норм.

Введение различных вариантов цифровизации и автоматизации предприятий позволило многим компаниям успешно реализовать нормирование труда с последующим детализированным расширением данной деятельности [3].

Таким образом, развитие управленческой системы напрямую зависит от конкурентоспособности предприятий. Анализ различных методов и факторов труда позволил выявить определенную сферу деятельности организаций, направленную на улучшение рыночной конкуренции. Нормирование труда включает в себя различные сферы деятельности экономических, производственных и управленческих составляющих разнообразных компаний. Необходимо осознавать возможность улучшения трудовых норм в организационной и технической сфере условий работы в пользу сотрудников. Благодаря своему преимуществу в более детализированной работе с сотрудниками, необходимо принять во внимание соответствующие преимущества введения данного инструмента в обеспечение высокого уровня конкуренции организаций.

Список использованных источников

1. Зайцева, И.В. Инновационная модель экономики и развитие промышленности / Зайцева И.В., Кривошеева В.М. // Особенности инновационного развития региона сб. науч. тр. – Санкт Петербург, ИНПРОМ, 2013. – С. 230-231.

2. Сергеева, Т.П. Регулирование ресурсного потенциала регионального рынка труда: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Сергеева Т. П. – Курск, 2011. – 218 с.

3. Евстигнеева, П.В. Анализ особенностей маркетинга в России в условиях цифровизации / П.В. Евстигнеева // Мир новой экономики. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 69-76.

REGULATION OF LABOR AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

D.E. Abdurafieva, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

Competitiveness is a determining factor in improving market relations. By analyzing literary sources and synthesizing the data obtained, several aspects were identified in the management system of enterprises, thanks to which competition will become high-level and labor productivity will increase.

Key words: competitiveness, organization, enterprise, employee, personnel, economic, management

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ

А.А. Адуллина, Э.Ф. Хузиева

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

Статья посвящена разработке и внедрению системы управления проектами в организации. Создание системы управления проектами в организации рассматривается в виде комплексного проекта, направленного на упорядочение процессов реализации проектной деятельности и обеспечение своевременности управленческих решений.

Ключевые слова: корпоративный стандарт, персонал, проектная деятельность

Понятие деятельности является одним из базовых понятий в современном мире.

Деятельность есть специфически человеческая форма активного отношения к окружающему миру, содержание которой заключается в его целенаправленном изменении и преобразовании [1]. Любая деятельность включает в себя цель, средство, результат и сам процесс, поэтому ее осознание является неотъемлемой характеристикой деятельности.

В преобладающем числе организаций, функционирующих в различных средах, можно выделить несколько видов деятельности, являющихся предметом осуществления операционной и проектной деятельности.

Деловая активность – это производственная, коммерческая или иная деятельность организации, направленная на производство товаров или оказание услуг.

Наряду с термином «деловая активность», существует также более общий термин, используемый в организации для характеристики преобладающей деятельности, которым является «операционная деятельность».

Операционная деятельность организации – это деятельность, направленная на получение выгоды (прибыли) от находящихся в ее распоряжении активов. К операционной деятельности относится хозяйственная деятельность организации, а также иная вспомогательная деятельность за исключением инвестиционной и финансовой деятельности.

Проектная деятельность организации – деятельность, направленная на увеличение количества проектов и программ, а также получение результатов портфелей проектов и программ, с целью достижения привлекательных для организации результатов и повышения эффективности ее деятельности [2].

Итак, проектная деятельность организации, как правило, связывается с необходимостью:

– осуществления преобразований, обеспечивающих устойчивое положение компании на рынке товаров и услуг, участником которого она является, включая создание новых и совершенствование существующих товаров и услуг;

– повышения эффективности операционной деятельности за счет внедрения передовых технологий её осуществления, включая повышение квалификации персонала. Компания может рассчитывать на устойчивое положение на рынке при условии, что она осуществляет свою деятельность эффективно [3].

Компания может рассчитывать на устойчивое положение на рынке при условии, что она осуществляет свою деятельность эффективно. Это утверждение распространяется как на операционную, так и на проектную деятельность.

Для обеспечения эффективной реализации проектной деятельности, ею необходимо управлять. То же самое можно сказать об операционной деятельности компании. Управление операционной деятельностью организации описывается и исследуется в общем менеджменте, а управление проектной деятельностью – в проектном менеджменте.

Разработка и внедрение СУПД в организации – комплексная задача, и выполнять её правильнее всего в форме проекта. Ожидание сколько-нибудь существенных улучшений, путем создания и внедрения одного из компонентов СУПД, например, разработка корпоративного стандарта, без внедрения других компонентов - глубочайшее и опасное заблуждение.

Целями фазы «Ввод СУПД в действие» являются создание условий для применения разработанной СУПД в ходе осуществления проектной деятельности организации.

Задачами фазы являются:

1. Реализация пилотного проекта средствами СУПД.
2. Анализ результатов пилотного проекта и доработка СУПД.
3. Перевод СУПД в промышленную эксплуатацию.

Необходимые предпосылки:

1. Все компоненты СУПД созданы.
2. Проектный офис создан.
3. Проект для апробации СУПД (пилотный проект) определен.

Существуют разные «тактики» ввода разработанной СУПД в действие. Основной из них является апробация использования всех элементов системы для одного или нескольких пилотных проектов с дальнейшим распространением применения СУПД на остальные проекты [4]. Прежде чем принять решение о начале эксплуатации созданной СУПД для осуществления проектной деятельности организации, необходимо убедиться в том, что все её

элементы реализованы, обеспечивают заданную функциональность и соответствуют требованиям, описанным на начальной фазе.

Пилотный проект – проект ограниченного масштаба, выполняемый до начала осуществления аналогичного, но полномасштабного проекта, с целью оценки его будущих возможных затрат (времени, финансов, персонала и пр.), получаемых эффектов, сопутствующих побочных явлений, а иногда и самой целесообразности.

После завершения пилотного проекта команда управления проектом должна быть открыта для обмена информацией с остальными специалистами организации относительно возможностей СУПД и полученного опыта. Исходя из этого, желательно в состав команды управления включить сотрудников разных подразделений организации.

После завершения пилотного проекта необходимо оценить:

- успешность пилотного проекта;
- качество созданной системы, руководствуясь соответствующими критериями.

Помимо этого, должна быть дана оценка качества и эффективности работы команды внедрения.

Таким образом, разработка, создание и внедрение СУПД – сложное и, как правило, уникальное мероприятие, при реализации которого необходимо учитывать следующие особенности:

1. СУПД, в силу того, что она глубоко интегрируется в систему управления организацией, фактически, становится «двигателем», а не просто инструментом, для всей проектной деятельности организации.

2. Результаты проектной деятельности организации будут зависеть не только от реализованной функциональности СУПД, но и от качества работы персонала, вовлекаемого в эту деятельность.

3. Внедрение СУПД целесообразно реализовать как проект, мониторинг эффективности которого должен вестись постоянно.

4. Проект внедрения СУПД носит поэтапный характер, который может занимать не один месяц. Попытка внедрить её сразу для всех ролей и всех процессов в большинстве случаев приводит к провалу.

Список использованных источников

1. Антонов, Г.Д. Управление проектами организации: Уч. / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – Москва: Инфра-М, 2018. – 64 с.

2. Балашов, А.И. Управление проектами: Учебник и практикум для СПО / А.И. Балашов, Е.М. Рогова, М.В. Тихонова и др. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 383 с.

3. Балашов, А.И. Управление проектами: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.И. Балашов, Е.М. Рогова, М.В. Тихонова и др. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 383 с.

4. Верзух, Э. Управление проектами: ускоренный курс по программе MBA / Э. Верзух. – Москва: Диалектика, 2019. – 480 с.

DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE MANAGEMENT SYSTEM PROJECT ACTIVITIES IN THE ORGANIZATION

A.A. Adullina, E.F. Huzieva

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article is devoted to the development and implementation of a project management system in an organization. The creation of a project management system in an organization is considered as a comprehensive project aimed at streamlining the processes of implementing project activities and ensuring the timeliness of management decisions.

Keywords: corporate standard, personnel, project activity

УДК. 338.984

ЛИЗИНГ КАК СПОСОБ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЦЕССА РЕНОВАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

М.Р. Акрамов

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье приведен разбор разновидностей лизинга, описаны их сходства и различия, обозначены плюсы и минусы лизинговой процедуры перед иными формами приобретения основных средств предприятием с целью сохранения собственной конкурентоспособности или повышению ее уровня.

Ключевые слова: Лизинг, основные средства, лизингодатель, лизингополучатель, кредит, модернизация, конкурентоспособность

На сегодняшний день, в условиях тяжелой экономическо-политической ситуации, лизинг, пожалуй, остается самым перспективным методом модернизации бизнеса с целью сохранения им конкурентных позиций. Поскольку, при определенных условиях, может позволить предприятию

планировать процесс собственного развития, не опасаясь за введение новых ограничений со стороны внешних контрагентов, повысить или сохранить текущий уровень конкурентоспособности с минимальными затратами.

Услуги лизинга – это своего рода более расширенная разновидность аренды имущества, включающая в себя также некоторые финансовые преференции для клиентов. С помощью лизинга, клиентом может быть приобретена в собственность как новые, так и уже бывшие в употреблении основные средства, с последующей возможностью выкупа данной собственности в случае необходимости, по остаточной цене.

Юридически, в процессе лизинговой сделки участвуют несколько сторон. Первая из них, это непосредственно лизингодатель. Им является лицо которое передает имущество по договору лизинга на определенных условиях самому лизингополучателю. Лизингополучателем является лицо, которое в процессе проведения лизинговой процедуры является так называемым арендатором имущества. Помимо них в процедуре лизинга также может участвовать третья сторона, ею является продавец или поставщик, который по договоренности с лизингодателем, передает имеющееся у него имущество лизингополучателю. В зависимости от условий, лизинг может иметь различные виды. Так, существует оперативный лизинг – это форма лизинга, который имеет под собой передачу собственных основных средств на непродолжительный срок, как правило оборудования, которое получает очень маленький процент износа и в последующем практически всегда сдается в пользование другим лизингополучателям.

Другим видом лизинга является финансовый лизинг, процедура, при которой объект передается лизингополучателю в длительное пользование с возможным последующим его выкупом. В данной форма есть весомый ряд преимуществ перед простой арендой, аутсорсингом или простой покупкой. Например, чаще всего для приобретения имущества по договору лизинга, стартовый аванс составляет в среднем 10 %, что меньше чем при простом кредите в банке. Вторым преимуществом является возможность использовать полученные основные средства сразу же после внесения аванса и заключения договора. В-третьих, имущество, после полного его использования может быть выкуплено в случае потребности по остаточной стоимости с учетом амортизации и НДС. Четвертым плюсом, лизинга является то, что по сравнению с аутсорсингом, собственник производства может полностью контролировать все производственные процессы, в которых задействовано приобретенное в лизинг оборудование. Таким образом, финансовый лизинг является гибким инструментом решения инвестиционных задач различных уровней, дает право на получения налоговых льгот посредством проведения налоговой оптимизации, имеет куда меньшие требования к финансовым возможностям клиента, позволяет получить различные льготы от государства.

Еще одной формой лизинга является возвратный лизинг, он представляет собой ситуацию, когда лизингодатель и продавец – это одно лицо. В отличие от финансового лизинга, в данном случае предприятие продает собственное имущество лизинговой компании, а затем берет у нее же то же самое оборудование на условиях лизинга, получив при этом дополнительное финансирование и решив проблему с последующей продажей более не требующихся основных средств в случае смены курса производства. Так, после проведения возвратного лизинга, предприятие получает возможность профинансировать модернизацию собственных основных средств, задействованных в других направлениях. Благодаря передаче основных средств в лизинг, появляется возможность к получению налоговых льгот по налогу на прибыль. В зависимости от условий договора, по истечению срока, переданные в лизинг основные средства либо выкупаются обратно, либо окончательно отдаются текущему лизингодателю. Однако, возвратный лизинг подойдет не всем, ведь зачастую лизинговые компании заинтересованы лишь в ликвидной части основных средств, устойчивой к износу и очень редко заключают соглашение, если объект введен в эксплуатацию более двух лет назад.

Отдельно стоит поговорить про условия, которые чаще всего выставляют лизинговые компании. Первым требованием является авансовый платеж, существуют компании, которые просят в качестве авансового платежа от 10 до 25 процентов от стоимости переданных основных средств, в зависимости от их ликвидности. Вторым требованием является величина процентной ставки, которая меняется в зависимости от ликвидности переданных основных средств, наличия обеспечения, востребованности на рынке и т.д. и чаще всего находится в промежутке 10-15 % годовых. Третьим условием является срок лизинга, при возвратном лизинге, он практически никогда не заключается на срок, превышающий 5 лет, самый распространенный период от 1 до 3 лет. Четвертым требованием является залог, и даже не смотря на то, что объект лизинга и так находится в собственности лизингодателя, он все равно рискует, поскольку в пользовании переданные основные средства находятся не на его площадке и следовательно, он не может контролировать их на протяжении всего периода лизинга.

Подводя итог, хочется еще раз обозначить плюсы и минусы процедуры лизинга как способа профинансировать модернизацию фонда основных средств организации.

Так к плюсам можно отнести простоту и скорость оформления сделки в сравнении с кредитованием, поскольку требования к кредитруемому значительно ниже. Наличие возможности получения налоговых льгот, так называемого налогового щита, позволяющего снизить налог на прибыль и использовать освободившиеся средства на модернизацию иных основных средств предприятия. Объекты лизинга после использования не нужно собственноручно реализовывать, их просто можно не выкупать у

лизингодателя. Возможность модернизировать основные средства предприятия без сильной финансовой нагрузки.

Помимо очевидных плюсов, у лизинга имеются также и минусы. Подобные процедуры с уменьшением налоговых выплат через лизинговую процедуру, хоть и являются полностью законными, зачастую привлекают большое количество проверок со стороны фискальных служб, что может в отдельные моменты затруднять работу предприятия, на периоды проверки добросовестности компании. Некоторые лизингодатели могут поставить неудобные условия, которые не чувствительны к внешним событиям и не являются причиной для послаблений в случае возникновения необходимости.

Список использованных источников

1. Авдеев, В.В. Аренда или лизинг. Возвратный лизинг и риски связанные с налоговой оптимизацией. Бухгалтер и закон. – 2021. – № 7 (151).– С. 7-9.

2. Афанасьева, Н.Д. Разновидности лизинга. Лизинг автомобилей, оборудования и зданий, их сходства и различия. Молодой ученый. – 2020. – №47 (337). – С. 80-83.

3. Бойтемиров, Т.Ф. Сравнение условий лизинга, как предприятию выбрать для себя лучшие условия. Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – № 3. – С. 26-36.

4. Давыдова, Э.И. Лизинг. Преимущества лизинга. Экономика и социум. – 2021. – № 11-1 (90). – С. 927-929.

5. Оноприенко, Н.В. Финансовая деятельность организации. Лизинг. монография / Москва, 2019.

LEASING AS A WAY OF FINANCING THE PROCESS OF RENOVATION OF FIXED ASSETS OF AN ENTERPRISE IN ORDER TO OBTAIN BENEFITS

M.R. Akramov

*Kazan State Power Engineering University
Kazan, Russia*

The article provides an analysis of the types of leasing, describes their similarities and differences, identifies the pros and cons of the leasing procedure over other forms of acquiring fixed assets by an enterprise in order to maintain its own competitiveness or increase its level.

Key words: Leasing, fixed assets, lessor, lessee, credit, modernization, competitiveness

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ПОМОЩЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПОИСКОМ

М.В. Алексеенко

*Уфимский государственный авиационный технический университет,
г. Уфа, Россия*

Данная статья посвящена вопросу об управлении знаниями с помощью информационных систем. Приведены результаты исследования, решение проблемы с получением информации, а также предложены основные аспекты системы управления, которые включают требования к системе, пользователей системы и её концепция.

Ключевые слова: управление знаниями, интеллектуальный поиск, предприятие, требования, концепция, эффективность управления предприятием

С каждым годом количество информации на предприятиях разного масштаба растёт. Она идёт из разных источников: системы документооборота, личные разговоры, еgr-системы, корпоративная почта и другие информационные системы, использующиеся на предприятии. Соответственно, она не структурирована и несёт оперативный характер использования, то есть для применения здесь и сейчас. Данные IDC показывают, что в настоящий момент сотрудники тратят около 2,5 часов в день или более 30 % рабочего времени на поиск данных. Для организаций, работающих в условиях динамично меняющегося рынка, такие показатели эффективности крайне низки. Кроме того, нет чёткой гарантии, что сотрудник, передающий информацию по процессу, сам имеет актуальную информацию. Компания Nintex провела опрос среди 1000 штатных сотрудников США из разных отраслей и отделов. 39 % опрошенных людей заметили нарушение процессов документооборота/продаж в своей организации. Особенно:

- 49 % сказали, что у них проблемы с поиском документов;
- 43 % испытывают проблемы с запросами на утверждение документов и обменом документами;
- 33 % борются с управлением версиями документа [2].

Новые корпоративные информационные системы облегчили выполнение сотрудником работы по назначенным задачам, позволили быстрее принимать решения, а также данные предприятия стало проще отслеживать и манипулировать ими. Но есть и обратная сторона, которая заключается в том, что увеличилось количество информационных потоков внутри организации из-

за которого найти какую-либо информацию стало труднее. Это снижает эффективность управления предприятием.

Решением данной проблемы является использование системы управления знаниями с интеллектуальным поиском.

Система управления знаниями – это совокупность информации и информационных носителей, а также процессов, позволяющих собирать, формализовать, хранить и эффективно использовать знания, необходимые для производства товаров и услуг, и достижения устойчивых конкурентных преимуществ [3].

Интеллектуальный поиск – это решение для сотрудников и клиентов компаний, с помощью которого авторизованные пользователи могут получать информацию из единой системы внутрикорпоративных данных. Обычно поиск производится по всем файлам, письмам, базам, системам управления цифровыми активами или контентом. Кроме того, разработчиком четко прописываются права доступа к тем или иным данным, что повышает информационную безопасность компании.

«Сегодня в качественном корпоративном поиске заинтересованы компании разного масштаба: от среднего и малого бизнеса до международных корпораций. Количество информации растет с каждым днём, и наличие эффективного поиска становится важной частью экосистемы любого бизнеса. И речь идёт не только про быстрый и точный поиск: сегодня, говоря о современных поисковых системах, мы говорим о снижении вероятности принятия решений, основанных на недостоверной или неполной информации, сокращении трудозатрат, трансфере знаний и обмене опытом. Корпоративный поиск – важнейший инструмент работы для сотрудников и владельцев бизнеса» [1].

Предполагаемая система управления знаниями с интеллектуальным поиском должна отвечать следующим требованиям:

- 1) Безопасность – защита от утечки корпоративных данных и угрозы кибератак;
- 2) Структурированность – быстрый и удобный поиск информации;
- 3) Масштабируемость – возможность системы увеличивать свою производительность при увеличении количества выделяемых ресурсов;
- 4) Стандарт – соответствие используемым стандартам производства продукции и оказания услуг.

Теперь рассмотрим предполагаемых пользователей системы. Это будут не только опытные сотрудники, но и новые и уволенные сотрудники. Уволенные сотрудники должны будут загружать в систему описание всего накопленного опыта за весь период работы. Новые сотрудники будут использовать систему как адаптация на новом рабочем месте. Опытные сотрудники будут использовать систему как помощника при выполнении работы.

На Рисунок 1 изображена предполагаемая концепция системы управления знаниями с интеллектуальным поиском.

Подсистема приобретения знаний предполагает загрузку информации в систему управления знаниями пользователем вручную.

Подсистема механизма логического вывода предполагает выгрузку информации на основе тех информационных потоков и нормативной информации, которые передаются внутри предприятия. Она взаимосвязана с базой знаний и базой данных для вывода информации на запрос пользователя.

Подсистема «Приложения», в которые входят программные и аппаратные комплексы, содержит в себе все информационные потоки из информационных систем, которые применяются на предприятии.

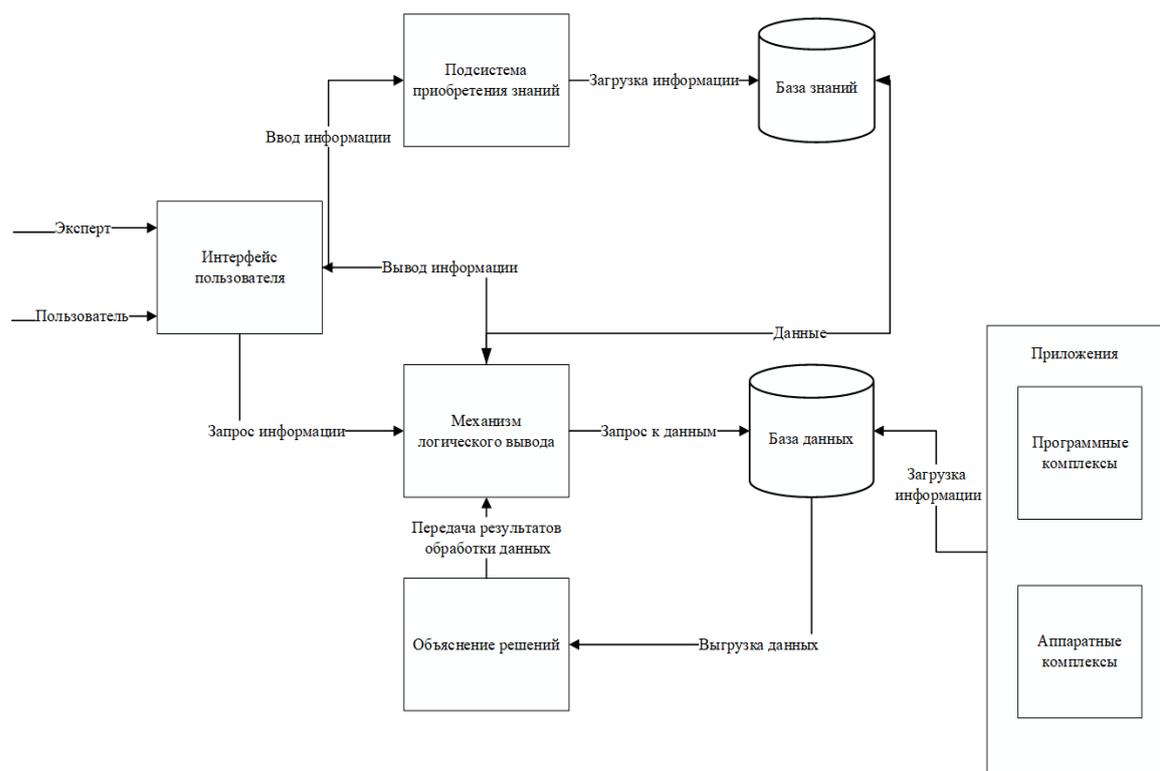


Рисунок 1 – Концепция системы базы знаний

Таким образом, в данной статье описана актуальность проблемы управления знаниями предприятия, предложено решение и обобщенная концепция системы управления знаниями.

Список использованных источников

1. Корпоративный поиск: виды, плюсы использования и возможности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://embedika.ru/blog/enterprise-search-is> (дата обращения: 13.05.2022)

2. The Knowledge Quotient: Unlocking the Hidden Value of Information Using Search and Content Analytics [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<http://pages.coveo.com/rs/coveo/images/IDC-Coveo-white-paper-248821.pdf> (дата обращения: 13.05.2022)

З. Молчанов, М.А. Теория управления экономическими системами: учебник / М.А. Молчанов, В.А. Молчанова. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 307 с.

INCREASING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT THROUGH THE USE OF THE KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM WITH INTELLIGENT SEARCH

M.V. Alekseenko

*Ufa State Aviation Technical University,
Ufa, Russia*

This article is devoted to the issue of knowledge management using information systems. The results of the study, the solution to the problem of obtaining information, and the main aspects of the management system, which include the requirements for the system, users of the system and its concept, are presented.

Keywords: knowledge management, intelligent search, enterprise, requirements, concept, enterprise management efficiency

УДК 338

КОРПОРАТИВНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: ЭВОЛЮЦИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е.В. Алферова¹

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Москва, Россия*

В статье рассмотрены понятие корпоративной отчетности, ее главные проблемы и возможные перспективы развития в современном мире. Определены роль и достоинства корпоративной отчетности.

Ключевые слова: корпоративная отчетность, заинтересованные лица, интегрированная отчетность, устойчивое развитие

Переход России к концепции устойчивого развития обеспечивал решение проблем сбережения благоприятной окружающей среды и ряда экономических

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Х. Ш. Нурмухамедова

задач. Концепция повлекла за собой изменение информационного обеспечения о выполненных результатах организаций.

Следовательно, чтобы улучшить финансовое положение и сохранить устойчивость на экономическом рынке, для заинтересованных лиц стало необходимо развивать корпоративную отчетность. Корпоративная отчетность представляет собой группу отчетов, основанных на достоверной информации, которые нужны для понимания процессов во всей организации. Корпоративная отчетность является главным каналом связи организации и заинтересованных лиц. Подходы к пониманию корпоративной отчетности существуют разные: одни ученые считают её системой показателей, другие - комплексом публичных отчетов, которые используются при управленческих решениях заинтересованными внешними пользователями.

Однако, термин «корпоративная отчетность» не имеет единого определения. Малиновская Н. В. определяет корпоративную отчетность как систему публичных отчетов корпорации, сформированных на основе национальных и признанных международных стандартов, предназначенных для удовлетворения информационных потребностей ключевых заинтересованных пользователей. По существу, понятие корпоративной отчетности равнозначно понятию публичной отчетности [1, с. 15].

Рассматривая цель составления корпоративной отчетности следует обратиться к исследованию Ю.Е. Чистяковой, где она определена как «представление информации о результатах стоимости капитала и стратегии деятельности корпорации» [3, с. 12].

Следует отметить, что в корпоративной отчетности раскрываются как финансовые, так и нефинансовые показатели.

Эволюция методологических основ к предоставлению информации в корпоративной отчетности возникла из-за изменений интересов пользователей отчетности. Цифровизация оказала существенное влияние на составление отчетности. Вместо бумажных носителей в крупных организациях используются цифровые версии.

Известно, что на протяжении долгого времени на территории Российской Федерации в качестве главного пользователя отчетности было государство. Переход к рыночной экономике повлек за собой расширение списка субъектов, которые в своей деятельности активно пользовались отчетностью. Из-за этого необходимо было обеспечить пользователей достоверной и полезной информацией для принятия решений в отношении организаций.

В этой связи стали применяться Международные стандарты финансовой отчетности (далее – «МСФО»), которые включают в себя перечень документов, отражающих требования к финансовым отчетам. С помощью данных требований получилось увеличить качество предоставляемой информации об экономических субъектах [2, с. 15]. Однако, в МСФО были выявлены недостатки. К недостаткам МСФО можно отнести следующие:

– Сложность формирования отчетов. Несовершенство и постоянное изменение МСФО затрудняет деятельность как сотрудников при составлении отчетности, так и заинтересованных лиц при её проверке;

– Отчетность базируется на прошлых фактах хозяйственной деятельности и не содержит информации о развитии в будущем (для внешних пользователей этот вопрос очень важен, так как в условиях нестабильных рыночных отношений необходим точный прогноз для принятия решений);

– Достоверность данных. Отчетность требует субъективного мнения. Однако она составляется на основе профессионального мнения, следовательно она объективна, что может способствовать снижению достоверности данной информации.

В процессе развития корпоративной отчетности новой её направленностью стала интегрированная отчетность. Интегрированная отчетность – это основной документ, который составляет компания. Однако, ошибочно считать, что это объединение финансовой отчетности и отчетности в области устойчивого развития. Интегрированная отчетность включает в себя информацию о воздействии компании на окружающую среду, перспективы эффективности деятельности. Следует отметить, что интегрированная отчетность способствует повышению инвестиционной привлекательности.

При составлении интегрированной отчетности необходимо придерживаться следующих принципов:

- ориентация на будущее;
- краткость;
- существенность;
- связанная информация;
- достоверность и полнота.

Интегрированная отчетность представляет собой относительно новое направление отчетности, в связи с чем единая методология ее разработки еще не определена. Важно отметить, что аудит интегрированной отчетности не проводится, несмотря на то, что проведение аудита было бы целесообразным для подтверждения достоверности представленной информации. Следовательно, в настоящее время для заинтересованных лиц интегрированная отчетность не является основным и важным источником для анализа деятельности компании.

По причине того, что интегрированная отчетность – новое направление, она имеет значительное количество недостатков. Однако, это направление интенсивно развивается и совершенствуется.

Таким образом, в целях улучшения корпоративной отчетности целесообразно изучать и внедрять тенденции ее развития, учитывая международную практику.

Список использованных источников

1. Корпоративная отчетность: проблемы и перспективы: монография / кол. Авторы; под ред. Н.В. Малиновской. – Москва: КНОРУС, 2021. – 182 с.
2. Малиновская, Н.В. Интегрированная отчетность: теория, методология и практика: автореферат дис. ... д-ра экон. Наук / Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва, 2017. – 46 с.
3. Чистякова, Ю.Е. Концепция корпоративной отчетности, ее учетно-аналитическое обеспечение и внутренний контроль: автореф. Дис. ... канд. Экон. Наук: 08.00.12 / Марийский государственный технический университет. Йошкар-Ола – 210. –18 с.

CORPORATE REPORTING: EVOLUTION, PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

E.V. Alferova

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

The article discusses the concept of corporate reporting, its main problems and possible prospects for development in the modern world. The role and advantages of corporate reporting are defined.

Keywords: corporate reporting, stakeholders, integrated reporting, sustainable development

УДК 338.22

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНОВ НА ПРИМЕРЕ ЯМАЛО-НЕНЕЦКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА

Д.А. Ануфриев, Э.Ф. Хузиева

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье проведен анализ стратегического развития региона. Определены цели и значение стратегического развития, приведена оценка эффективности ранее предложенных положений, изучены направления и этапы планируемой стратегии развития региона.

Ключевые слова: стратегия развития, качество жизни, задачи, ресурсы, комплекс мер, благосостояние

Уровень развития регионов и предприятий напрямую влияет на уровень качества жизни проживающих и работающих в них людей. Успех социально-экономического развития регионов, предприятий и организаций прежде всего зависит от стратегического планирования. Оно помогает сосредоточиться участвующим лицам на самых важных задачах их деятельности, выполнение которых обеспечит их окружение комфортной жизнью.

Целями стратегического планирования также являются построение четкого видения будущего за счет постановки конкретного пошагового плана выполнения определенных задач, направленных на улучшение благосостояния. Благодаря выполнению такого плана в условиях рыночной системы хозяйственно-рыночных отношений повышается конкурентоспособность субъекта.

Оценивая эффективность ранее предложенных стратегий развития социально-экономической сферы Ямало-Ненецкого Автономного Округа, можно сделать вывод о том, что проведенный комплекс мероприятий указывает на стабильную экономическую ситуацию в регионе и позитивно характеризует перспективы развития местности.

Автономным округом были успешно выполнены следующие целевые показатели:

- Повысилась среднегодовая численность населения до планируемых результатов в результате целостной работы экономической и социальной сферы;

- Увеличился средний показатель продолжительность жизни, который теперь превышает средний показатель по России – 73 года;

- Обеспечение высокого процента численности занятых – 77 % от численности населения по России за счет проведения мероприятий по снижению безработицы и реализации на территории округа финансовых программ, обеспечивающих устойчивый показатель внутреннего регионального продукта региона на уровне 2 трлн. рублей;

Проведение комплекса мер по повышению экономических показателей Ямало-Ненецкого Автономного Округа позволили добиться существенных результатов в рамках стратегии развития региона, что в свою очередь стало основой для разработки государственных программ, включая:

- Создание комфортных условий для жизни населения;

- Стабильный экономический рост;

- Экологическое природопользование;

- Осуществление эффективного предоставления, управления и контроля за обеспечением государственных услуг населению.

Таким образом, автономным округом были успешно реализованы основные показатели планируемой стратегии социально-экономического развития в рамках 2012-2020 года.

Разрабатывая стратегию социально-экономического развития Ямало-Ненецкого Автономного Округа следует учитывать немаловажный фактор – стратегические риски, приводящие к существенному уменьшению показателя численности населения, а также ведущие к нехватке числа рабочих мест.

К числу стратегических рисков относится:

– Изменяемость климата, которая влечет за собой появление технических неустоек и экологических проблем;

– Ухудшение положения за счет конкуренции на мировом рынке возобновляемых источников энергии;

– Тенденция увеличения дистанционного формата работы, приводящая к увеличению числа работников вахтовым методом, вследствие чего повышается риск смещения центра экономической активности на север автономного округа.

По этим причинам реализация стратегического планирования следует с учетом предполагаемых стратегических рисков и разработанных сценариев.

Первый сценарий предполагает обеспечение рынка необходимыми ресурсами топливно-энергетического комплекса за счет внедрения проектов по освоению шельфовых месторождений. Кроме того, в рамках данного сценария рассматривается вопрос дефицита рабочей силы, предполагая создание условий мотивации сотрудников оставаться жить в регионе за счет предоставления арендного жилья и повышения условий комфортного проживания, в том числе развитие социальной и культурной сферы, образования, сферы развлечений и отдыха. Вопрос экологического природопользования предполагает современный подход к проблеме утилизации отходов и поддержании экологии:

Разрабатываются и реализуются функциональные системы переработки отходов, охраняются природные объекты. Механизм разработки стратегического планирования округа по данному сценарию значительно ускоряет темпы роста экономических показателей и оптимизирует реализацию управления регионом.

Второй сценарий предполагает иной подход, который реализуется в зависимости от влияния внешних факторов, затрачивая при этом минимум ресурсов и используя при этом наименее ресурсоемкие проекты. Механизм сценария не предполагает резкое повышение социально-экономических показателей, как при реализации первого сценария.

Таким образом, основываясь на проанализированных положениях социально-экономического стратегического планирования Ямало-Ненецкого Автономного Округа, следует отметить сбалансированно-четкую систему ориентиров и сценариев, генерирующую целенаправленный комплекс мер по повышению качества жизни населения, и созданию устойчивых экономических и социальных показателей.

Кроме того, стратегия планирования позволяет на основе анализа учитывать текущие социально-экономические положения и формировать программы дальнейших действий, реализация которых выстраивает гармоничную жизнедеятельность людей, привлекая в регион серьезный поток новых инвестиций и других экономических ресурсов, обеспечивающих устойчивое развитие.

Список использованных источников

1. Министерство экономического развития Российской Федерации/ Проект стратегии социально-экономического развития Ямало-Ненецкого автономного округа до 2035 года [Электронный ресурс]: <https://www.economy.gov.ru>

STRATEGIC MANAGEMENT OF THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS ON THE EXAMPLE OF THE YAMAL-NENETS AUTONOMOUS DISTRICT

D.A. Anufriev, E.F. Khuzieva

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article analyzes the strategic development of the region. The goals and significance of strategic development are determined, an assessment of the effectiveness of previously proposed provisions is given, the directions and stages of the planned strategy for the development of the region are studied.

Key words: development strategy, quality of life, tasks, resources, set of measures, welfare

УДК 338.2

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ БИЗНЕСА КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Р.М. Ахметзянов, Р.А. Тимофеев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье характеризуется актуальность формирования системы управления рисками бизнеса на современном этапе.

Описаны негативные факторы, влияющие на межгосударственные отношения и деятельность экономических субъектов. Отражены риски в условиях глобализации и усиления взаимосвязи компаний, а также влияние экономических санкций на деятельность компаний в России.

Раскрыты понятие риска и этапы управления рисками. Даны предложения по идентификации, анализу и планированию рисков, а также усилению мониторинговой и контрольной функций.

Подчеркнута необходимость формирования системы управления рисками бизнеса в ответ на вызовы и угрозы.

Ключевые слова: риски, управление рисками, экономическая безопасность, проектный подход, санкции

В настоящее время весь мир живет в условиях неопределенности и напряженности. В Евросоюзе обсуждаются кризисы в сферах энергетики, миграции и изменения климата. В США наблюдается рекордная за последние годы инфляция, в Китае – падение производства. В ряде стран назревает продовольственный кризис. Пандемия COVID-19 продемонстрировала опасность возникновения новых инфекций и высокую степень влияния эпидемиологических факторов на мировую экономику. Перед Россией стоят вызовы, связанные с применением санкций.

Глобализация предопределила специализацию стран и международное разделение труда, а свободная торговля укрепила взаимосвязь товаропроизводителей и позволила отдельным компаниям отказаться от собственного производства в пользу закупок у иностранных поставщиков. В свою очередь, ресурсный фактор предопределил сравнительные преимущества России, которые сосредоточились в нефтегазовом секторе, лесной промышленности и металлургии. По данным Всемирного банка, доля промышленного экспорта в России в «допандемийном» 2019 году была более чем втрое ниже, чем в среднем в мире, – 20,6 % против 68,8 %, в то время как доля топлива, руды и металлов составила совокупно 69,3 %, что в четыре раза выше, чем в среднем в мире [1].

Вместе с тем положительное сальдо внешнеторгового баланса демонстрировало сбалансированность экспорта и импорта. Так, по данным Федеральной службы государственной статистики [2], за 2021 год внешнеторговый оборот России составил 798 миллиардов долларов США, а сальдо торгового баланса – 190,1 миллиардов долларов США. Положительное сальдо счета текущих операций, по данным Банка России, увеличилось до исторического максимума [3]: профицит за 2021 год составил 120 миллиардов долларов США.

В этих условиях какие-либо значительные изменения в структуре национальной экономики не проводились, а хозяйствующие субъекты продолжали ориентироваться на встраивание в производственные цепочки крупных корпораций, экспорт конкурентоспособной конечной продукции, привлечение инвестиций и государственную поддержку. Однако такие тренды неизбежно порождали потенциальные риски. К примеру, компании Boeing и Airbus стали практически полностью зависимы от поставок российского титана, а «КАМАЗ» – от компонентов компаний Bosch, Daimler (ФРГ) и Cummins (США).

Длительное время глобальные и политические факторы не рассматривались в стратегиях, особенно на уровне малых и средних компаний, в качестве потенциальной угрозы. Однако события на Украине в 2022 году и последующее применение в отношении Российской Федерации экономических санкций со стороны ряда государств стали, очевидно, вызовом для

экономической безопасности страны и устойчивости бизнеса. В истории международных экономических отношений санкции со стороны отдельных государств в отношении другого государства стали самыми масштабными.

Существующая напряженность в межгосударственных отношениях неизбежно отразилась на мировой торговле, макроэкономике, поведении инвесторов, потребительских ожиданиях. Мировые цены на нефть и газ вновь побили рекорды. В связи с неопределенностью в России на некоторое время была приостановлена деятельность биржи и установлен временный запрет на выход из российских активов иностранных инвесторов. Введен особый порядок продажи валюты, установления курса валют. Платежные системы Visa и Mastercard ограничили возможности для карт, выпущенных российскими банками. Следуя командам головных штаб-квартир, в том или ином виде приостановили либо прекратили деятельность в России более сотни иностранных компаний [4]. Эти решения отразились как на рынке труда в связи с простоями и сокращениями сотрудников, так и на сложных производственных процессах, когда отсутствие одного уникального элемента делает невозможным выпуск конечной продукции. Под угрозой срыва оказались поставки продукции для отечественных компаний, начиная от офисной бумаги формата А4 и чековой ленты, заканчивая комплектующими для самолетов «МС-21», вертолетов «Ансат» и автомобилей «Lada».

Простейший PEST-анализ продемонстрировал, что влияние политических и технологических факторов может иметь большее значение для экономики, чем, собственно, социально-экономических.

В этих условиях для бизнеса и предпринимателей в Российской Федерации управление рисками становится одним из наиболее актуальных и требующих внимания направлений.

Следует отметить, что через призму проектного подхода риск – это неопределенное событие или условие, которое в случае возникновения имеет воздействие (позитивное или негативное) по меньшей мере на одну из целей проекта.

В Своде знаний по управлению проектами (англ. Project Management Body Of Knowledge, PMBOK) рекомендуется управлять рисками в четыре этапа:

1. Идентификация: выявить риски, которые могут помешать целям проекта;
2. Анализ: определить, какие из выявленных рисков наиболее опасны;
3. Планирование: спланировать наиболее опасные риски;
4. Мониторинг и контроль: поддерживать план проекта и список рисков в актуальном состоянии.

Сообщество IT-специалистов «Хабр» графически отобразило систему управления рисками следующим образом [5].

Управление рисками проекта

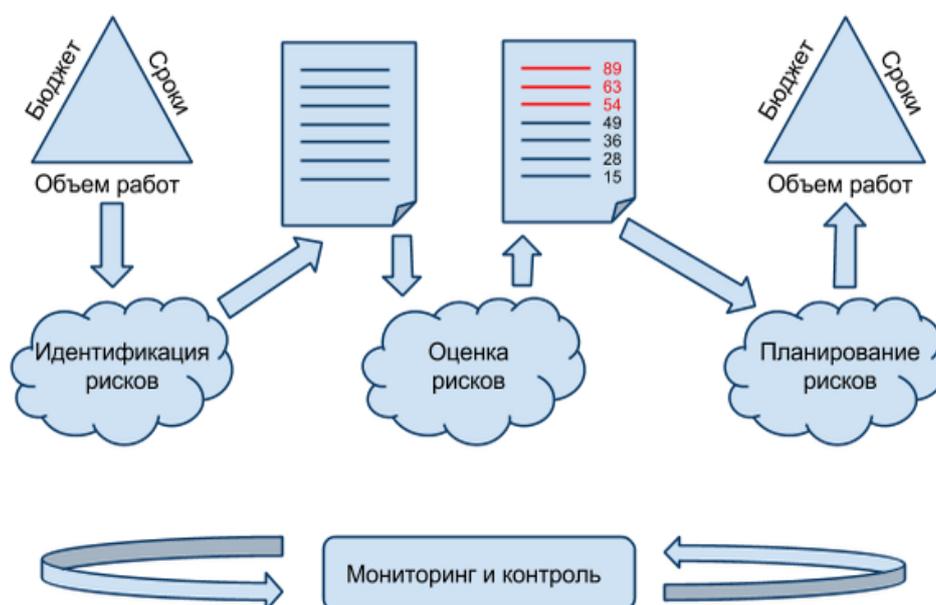


Рисунок 1 – Система управления рисками проекта

Текущая ситуация ставит во главу системы управления рисками идентификацию угроз. В свою очередь, это требует от руководства компаний и менеджеров погруженности в том числе в глобальную повестку: необходимо отслеживать публичные заявления лидеров государств, компаний и поставщиков, связанных с ними контрагентов, чтобы верно идентифицировать риски и обеспечить грамотное планирование своей деятельности.

Рекомендуется учитывать потенциальные риски в формате причина-риск-эффект. К примеру, для строительной компании приостановка деятельности в России компании Schneider Electric (причина) может отразиться на поставках средств автоматизации (риск), что приведет к срыву сроков сдачи объекта (эффект).

После идентификации всех возможных рисков следует выделить список главных рисков. Для этого возможно указать вероятность риска и урона по десятибалльной шкале. Важность риска будет оцениваться числом, выраженным с помощью умножения балла вероятности на балл критичности последствий. Ранжирование рисков позволит сосредоточить внимание на главных рисках.

После этого начинается этап планирования рисков. Представляется целесообразным для главных рисков продумать модели или стратегии, которые обезопасят реализуемый проект и компанию в целом. Используются три стратегии:

1. Transfer: перенос ответственности за последствия риска на третью сторону (заказчика, компанию партнера, страховую компанию и так далее);
2. Assert: принятие ответственности за последствия риска на себя без совершения дальнейших действий;
3. Mitigate: борьба с риском и принятие ответственности за него на себя.

Для борьбы с рисками следует иметь несколько планов. Основной, для того, чтобы риск подавить и нивелировать, и отходной, на случай если риск все-таки случился и может повлиять на проект и компанию.

Необходимость подготовки планов и запасных стратегий ярко иллюстрирует библейский пример: Ной построил ковчег до потопа, а не после него. Кроме того, деятельность в сфере планирования имеет экономические основы: гораздо дешевле работать с рисками, нивелируя их эффект, чем с серьезными последствиями рисков, к которым компания была не готова.

Следует отметить, что существенно выросла роль мониторинговой и контрольной функций бизнеса, так как в текущих условиях важно «держать руку на пульсе», отслеживать события и оперативно принимать решения.

Всё это предопределяет актуальность формирования системы управления рисками бизнеса в ответ на вызовы и угрозы, в том числе глобального характера.

Список использованных источников

1. ЭКОНС. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РАЗГОВОР // Глобальные производственные цепочки: место для России, URL: <https://econs.online/articles/ekonomika/globalnye-proizvodstvennye-tsepochki-mesto-dlya-ro/> (дата обращения: 13.05.2022).

2. Федеральная служба государственной статистики // Главная страница / Статистика / Анонсы / 23 марта – о внешней торговле в январе 2022 года, URL: <https://rosstat.gov.ru/announcements/document/157473> (дата обращения: 13.05.2022).

3. Банк России // Платежный баланс Российской Федерации; № 4 (10), IV квартал 2021 года; информационно-аналитический комментарий, URL: http://www.cbr.ru/collection/collection/file/39718/balance_of_payments_2021-04_10.pdf (дата обращения: 13.05.2022).

4. КоммерсанТЪ // Какой иностранный бизнес прервал работу в России, URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5240137> (дата обращения: 13.05.2022).

5. Хабр. Сообщество IT-специалистов // Управление рисками, URL: <https://habr.com/ru/post/73571/> (дата обращения: 13.05.2022).

BUSINESS RISK MANAGEMENT AS A RESPONSE TO CHALLENGES AND THREATS AT THE PRESENT STAGE

R.M. Akhmetzyanov, R.A. Timofeev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article characterizes the relevance of the formation of a business risk management system at the present stage.

The negative factors influencing interstate relations and the activity of economic entities are described. The risks are reflected in the context of globalization and the strengthening of the interconnection of companies, as well as the impact of economic sanctions on the activities of companies in Russia.

The concept of risk and the stages of risk management are disclosed. Proposals were made for identifying, analyzing and planning risks, as well as strengthening monitoring and control functions.

The necessity of forming a business risk management system in response to challenges and threats is emphasized.

Keywords: risks, risk management, economic security, project approach, approval

УДК 338.2

АЛГОРИТМИКА ГОСУПРАВЛЕНИЯ В РУСЛЕ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

И.А. Балакирев, С.Л. Ложкина

*Московский международный университет,
г. Москва, Россия*

В статье определяется актуальность использование концепции устойчивого развития в рамках государственного управления. Рассматриваются преимущества и недостатки данной концепции с позиции взглядов экономистов – исследователей. Обозначены основные цели и перспективы использования концепции Устойчивого развития в рамках государственного управления.

Ключевые слова: государственное управление, устойчивое развитие, концепция.

В современном мире сложилась неоднозначная социально – экономическая ситуация, например среди менеджмента, рабочих, акционеров возникает спрос, а также потребность в новых экономических возможностях, например в увеличении заработной платы. Удовлетворению данных потребностей мешает напряженная ситуация с использованием природных ресурсов, а также стоит отметить существующую социальную нестабильность. С целью разрешения указанных выше проблем была разработана и выдвинута концепция Устойчивого развития.

Под концепцией Устойчивого развития понимают совокупность мер, направленных на удовлетворение потребностей человека, учитывая особенности окружающей среды и ограниченность ресурсов, то есть без ущерба для возможности удовлетворения потребностей будущих поколений.

Устойчивое развитие возможно при равновесии трех составляющих: экономический рост, социальная ответственность и экологический баланс.

ООН установил следующие цели в области Устойчивого развития:

- ликвидация нищеты;
- ликвидация голода;
- хорошее здоровье и благополучие;
- образование, соответствующее высокому квалификационному уровню;
- равноправие полов;
- выполнение требований по санитарной обработке и чистой воде ;
- энергетические ресурсы должны отвечать чистоте и доступности;
- возможность получения достойной и соответствующей квалификации претендента работы;
- выполнение стабильного экономического роста;
- наличие развитой инфраструктуры, внедрение инновационных разработок;
- сокращение разрывов в неравенстве населения;
- создание устойчивых и благоустройство имеющихся населенных пунктов;
- проявлении ответственности при потреблении;
- расширение производства на региональном уровне;
- поддержание экосистем морского назначения и экосистем суши;
- наличие правосудия, повышение эффективности институтов и мирное разрешение вопросов;
- сотрудничество в интересах устойчивого развития.

У концепции Устойчивого Развития есть свои противники и сторонники. Сторонники концепции отстаивают последнюю с общефилософских позиций (В.А. Коптюг, Н.П. Леверов, В.М. Матросов, А.Д. Урсул). Отмечают, что признавая концепцию Устойчивого развития, как не исключает ее эффективности в рамках современного госуправления. Суть данной идеи в том, что концепцию трактуют, как «идеальную систему», основанную на трех сферах – экономический рост, социальная ответственность и экологический баланс, которые находятся в определенном равновесии.

На отсутствие научного обоснования ответа на вопрос о принципиальной возможности создания равновесной и устойчивой экосистемы человеческого обитания указывают противники данной концепции. Также немало авторов указывают на процесс генерации художественного образа (или вымысла на основе реальных исторических событий) в данной концепции, например, Д. Р. Виннер, американский исследователь, причисляет к мифам идею достижения максимального экологического равновесия.

Остановимся кратко на основных проблемах современного госуправления.

Нормативно – правовая база имеет свои недочеты. Например, несовершенство в создании нормативно-правовых актов приводит к процессу отрыва руководящего аппарата госслужащих от потребностей общества, что вредит субъектам власти и подчиненным им структурам, а также эффективности государственного управления.

Коррупция. В современной системе государственного управления коррупционные действия чиновников представляют угрозу устойчивому развитию страны, а также понижает уровень доверия граждан к представителям власти.

Нестабильность государственного аппарата, ввиду слабой организации системы. Данная проблема приводит к переменам структуры, а также к увеличению частоты смены кадров управленческого менеджмента. В период современного развития нет идеальной государственной структуры в аппарате управления. Данную проблему стараются решить через формирование структурного отделения государственных руководящих органов, которая бы позволила наладить элементы и дать возможность объединить их в единое целое.

Обратимся к проблеме количественного состава действующих кадров государственного аппарата. Согласно данным Росстата, количество кадров руководящих органов уменьшается ежегодно. Сокращение госслужащих на самом деле не реализуется. Создается лишь «Наглядный показ» или Демонстрация – данное мнение популярно в обществе на данный момент времени. Многих чиновников госаппарата перераспределяют в другие ведомства, тем самым не решая данную проблему.

Непрофессионализм чиновников госаппарата. Качественный состав госслужащих часто бывает крайне низким, тем самым показывая их некомпетентность в решении поставленных перед ними задач. Сталкиваясь с проблемами, не могут их решить, а также порождают новые ввиду своей некомпетентности.

Снижение престижа государственных чиновников в глазах граждан. Негативное мнение общества о государственных чиновниках во многом связано с участием в коррупционной деятельности, некомпетентностью, низкой эффективностью работы.

Почему концепция Устойчивого развития подходит для решения проблем госуправления? Используя концепцию Устойчивого развития в рамках госуправления можно решить часть основных проблем. Например, одна из поставленных целей ООН в рамках концепции Устойчивого развития – это Качественное образование. Ведь реализуя данную цель можно вырастить поколение компетентных государственных служащих, которые будут способны решить поставленные перед ними задачи максимально эффективно.

Рассмотрим перспективы госуправления в рамках концепции Устойчивого развития. Реализация перспектив устойчивого развития в рамках государственного управления страны возможна только при комплексном

подходе, а также подготовке к решению проблемы: созданию более совершенной правовой системы, реализации экономических механизмов, регулирования социальных взаимоотношениях и формирование экологического типа сознания руководителей государственных структур и предприятий.

Список использованных источников

1. Шульга, Ю. Устойчивое развитие: что это такое и в чем его значимость// Forbes Contributor. 2021. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.forbes.ru/obshchestvo/425081-ustoychivoe-razvitie-chto-eto-takoe-i-v-chem-ego-znachimost>

2. Концепция устойчивого развития: «за» и «против». [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ecodelo.org/9031-2_3_2_kontsepsiya_ustoichivogo_razvitiya_zh_i_protiv-2_gradostroitel'naya_ekologiya_novoe_na_pra

3. Рождественский, К.Г., Краснокутский И.А. Основные проблемы государственного управления в России и пути их решения. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/Rozhdestvenskij-Kirill-Gennadevich1.pdf>.

4. Концепция устойчивого развития как направление государственного управления: проблемы и пути решения. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/law/01033665_0.html

5. Ложкина, С.Л., Афанасьев В.М. Глобальные стандарты финансового учета, построенного на принципах и на правилах: пути и технологии сближения // Управленческий учет. – 2021. – № 8-2. – С. 291-297

6. Ложкина, С.Л., Мамрукова О.И., Ионова Н.В. Финансовые элементы механизма государственной поддержки развития инноваций с учетом типа регионального развития // Экономические и гуманитарные науки. – 2021. – № 5 (352). – С. 3-12.

7. Ложкина, С.Л., Ионова Н.В., Ложкин В.А. Механизмы финансирования венчурных проектов в контексте государственного стимулирования развития инноваций // Экономические и гуманитарные науки. – 2020. – № 1 (336). – С. 3-13.

ALGORITHM OF STATE GOVERNANCE IN THE LINE OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

I.A. Balakirev, S.L. Lozhkina

*Moscow International University,
Moscow, Russia*

The article defines the relevance of using the concept of sustainable development in the framework of public administration. The advantages and

disadvantages of this concept are considered from the standpoint of the views of economists-researchers. The main goals and prospects for using the concept of sustainable development in the framework of public administration are outlined.

Key words: public administration, sustainable development, concept

УДК 338.436.33

К ВОПРОСУ ОБ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ АПК

М.М. Баранников, Е.А. Михнева, Д.А. Дмитриенко

*Ростовский государственный экономический университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия*

В статье рассмотрены основные факторы, оказывающие влияние на инновационное развитие АПК, дана характеристика кластерной политики, рассмотрены возможности инновационного развития АПК, рассмотрены преимущества кластерной политики региона, взаимосвязь с государственной кластерной политикой.

Ключевые слова: инновации, АПК, кластеры, инновационный потенциал

Аграрному сектору России в настоящее время требуется развитие инновационного потенциала для повышения конкурентоспособности на рынке. Дело в том, что зачастую в АПК применяются устаревшие технологии растениеводства и животноводства, используется устаревшая техника, а инновационная активность снизилась. Большой объем закупок импортной техники приводит к увеличению себестоимости продукции, конкурентоспособность АПК снижается, результатом чего становятся медленные темпы социально-экономического развития аграрного сектора.

Инновационное развитие АПК затрудняет ряд факторов, представленных на рисунке 1.

Как видно из рисунка 1, наличие таких факторов снижает конкурентоспособность отечественного АПК. Именно поэтому развитие инновационного потенциала агропромышленного комплекса в настоящее время должно стать важнейшим направлением внутренней политики России.

Отсутствие квалифицированных кадров в АПК связано в первую очередь с непривлекательностью отрасли для молодежи и подготовкой кадров. Следует усилить профориентационную работу вузов и сузов в школах для повышения интереса к сфере АПК, а также проводить разъяснительную работу для трудоспособного населения о востребованности специалистов в аграрном

секторе [1]. Так же одним из способов решения этой проблемы является создания социальной инфраструктуры и дополнительных условий для работников, например, предоставление питания.

отсутствие тесной эффективной связи между научными учреждениями и внедренческими структурами	низкий показатель финансирования с сопутствующим снижением научного потенциала в секторе аграрной науки
отсутствие систематического и последовательного процесса внедрения инноваций в АПК, что часто ведет к экономическому ущербу и потерям	наличие фактора монополизации в отечественном сельском хозяйстве
отсутствие целенаправленной государственной стратегии поддержки, координации и контроля в области аграрного инновационного развития	большой процент доли импортной продовольственной продукции
отсутствие опыта в вопросах кредитования инновационного сектора в АПК	отсутствие квалифицированных кадров в инновационной отрасли

Рисунок 1 – Факторы, затрудняющие инновационное развитие АПК [3]

Как видно из рисунка 1, наличие таких факторов снижает конкурентоспособность отечественного АПК. Именно поэтому развитие инновационного потенциала агропромышленного комплекса в настоящее время должно стать важнейшим направлением внутренней политики России.

Отсутствие квалифицированных кадров в АПК связано в первую очередь с непривлекательностью отрасли для молодежи и подготовкой кадров. Следует усилить профориентационную работу вузов и сузов в школах для повышения интереса к сфере АПК, а также проводить разъяснительную работу для трудоспособного населения о востребованности специалистов в аграрном секторе [1]. Так же одним из способов решения этой проблемы является создания социальной инфраструктуры и дополнительных условий для работников, например, предоставление питания.

Фактор монополизации в российском АПК в масштабе региональных рынков и предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции затрудняет вход на рынок малых предприятий, которые не в состоянии

конкурировать с предприятиями-монополистами даже при использовании инновационных технологий и техники. Наличие такого фактора говорит о том, что в такой ситуации предприятиям-монополистам просто незачем разрабатывать и внедрять инновации в производство.

Большая возможность технического перевооружения и повышения инновационного уровня – лизинг сельскохозяйственной техники. Следует отметить, что у компаний нет необходимости приобретать технику, чтобы повысить экономическую эффективность производства. Среди лизинговых компаний, оказывающих поддержку агропромышленному комплексу, холдинг «ЭкоОйл», завод ООО «Черноземье», торговый дом ООО «ТД «Черноземье», транспортную компанию ООО «Эй Би Транс», АО «Росагролизинг» - компания с государственным участием в уставном капитале.

Для развития АПК в инновационном направлении необходимо эффективно использовать научно-технический потенциал региона, интегрировать возможности производства, науки. Следует также уделить особое внимание технологической модернизации экономики, основывающейся на инновационных технологиях. Для решения поставленной задачи требуется создание таких условий, как соответствующая инфраструктура инновационной деятельности. К этому понятию относятся такие компоненты, как материальные, технические, законодательные компоненты, обеспечивающие информационное, экспертное, маркетинговое, финансовое, кадровое и другое обслуживание инновационной деятельности [4].

Эффективным способом внедрения инноваций является формирование кластеров, таких как, например, Национальный промышленный кластер сельскохозяйственного машиностроения (ООО «КЗ Ростсельмаш», ООО «Ростовский литейный завод» и др.), Инновационный территориальный кластер «Донские молочные продукты» по производству и переработке молочной продукции в Ростовской области (ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет», ЗАО «Кировский конный завод», ООО «Дон-Агро» и др.).

Влияние кластеров на экономику страны весомое, и именно по этой причине в разработке кластерной политики на уровне региона обязательно принимаются во внимание направления кластерной политики на уровне государства. Политика кластеров Ростовской области включает в себя два этапа. На первом этапе в период 2015-2017 годов разрабатывались изменения в нормативно-правовой базе, разрабатывалась стратегия финансирования, а также было уделено внимание схема продвижения продукции организаций на рынке. Второй этап направлен на формирование благоприятных экономических, правовых и других условий для развития кластеров.

Инновации в АПК предполагают разработку и использование новых технологий производства в отраслях растениеводства, животноводства, в отрасли переработки продукции, а также повышение квалификации специалистов и их переподготовка для осуществления деятельности в аграрном секторе. Можно выделить три направления инноваций в АПК (рисунок 2):

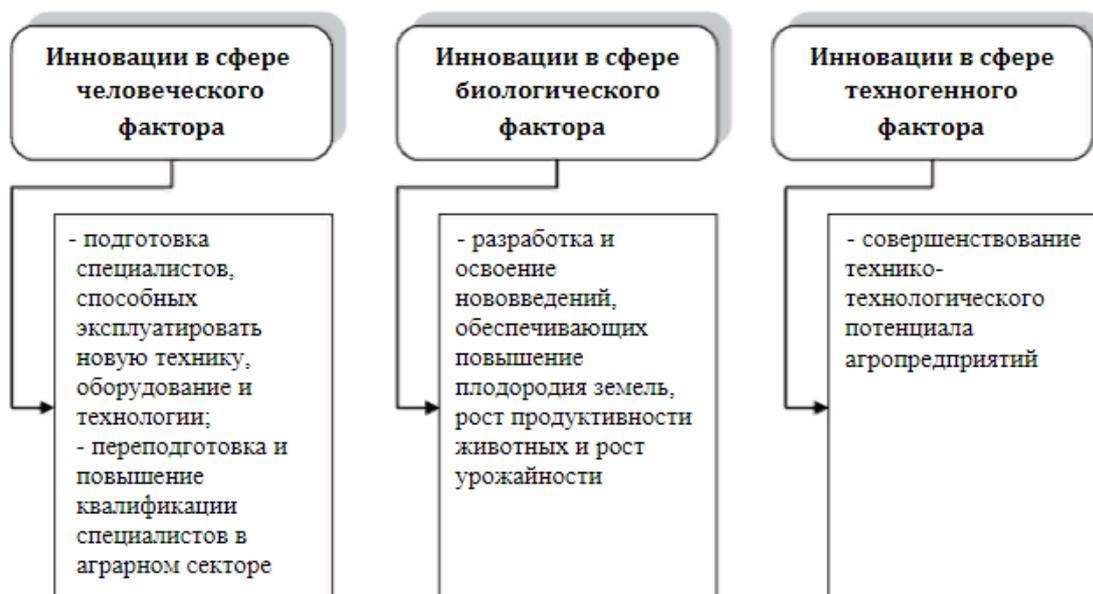


Рисунок 2 – Направления инноваций в АПК [2]

Как видно из рисунка 2, все три направления инноваций в АПК являются важными элементами инновационного процесса. Несмотря на многие факторы, из-за влияния которых инновационное развитие АПК становится затруднительным, необходимо отметить наличие потенциала отечественного аграрного сектора для развития. Так, в России АПК следует по пути инноваций в следующих направлениях: селекционном (новые сорта сельскохозяйственных растений, устойчивых к вредителям), организационном (аграрные технопарковые структуры и центры трансфера инновационных технологий для аграрного сектора), социально-экономическом (система квалифицированных кадров, улучшение условий труда работников сельского хозяйства), технологическом (применение ресурсосберегающих технологий в сельском хозяйстве).

Следует отметить, что методы перехода АПК на новый уровень производства должны быть дополнены проектами, которые предполагают создание единой среды, где возможно было бы использовать современные технологические возможности развития аграрного сектора и комплекса инфраструктуры бизнеса сельскохозяйственной продукции.

Список использованных источников

1. АПК-2021: новые возможности и глобальные вызовы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://chr.plus.rbc.ru/partners/618905817a8aa963aed6ebbf>
2. Жадан, М.В. Инновационное развитие сельского хозяйства: вызовы и перспективы // Экономические отношения: журнал. – №2. –Т .9. – 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/334714849_Innovacionnoe_razvitie_selskogo_hozajstva_vyzovy_i_perspektivy

3. Зеленкова, Л.В. Инновационная деятельность и инновационные технологии в АПК // В сборнике: Молодежная наука – гарант инновационного развития АПК. Материалы X Всероссийской (национальной) научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – 2019. – С. 102-106.

4. Литвиненко Инна Леонтьевна, Киянова Лилия Дмитриевна. Обеспечение инновационного развития региональных АПК: проблемы и пути решения// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. №2 (50). Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/5012/>

ON THE ISSUE OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX M.M.

Barannikov, E.A. Mikhneva, D.A. Dmitrienko

*Rostov State University of Economics,
Rostov-on-Don, Russia*

The article considers the main factors influencing the innovative development of the agro-industrial complex, characterizes the cluster policy, considers the possibilities of innovative development of the agro-industrial complex, considers the advantages of the cluster policy of the region, the relationship with the state cluster policy.

Keywords: innovations, agro-industrial complex, clusters, innovation potential

УДК 332.12

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Д.Е. Бекбергенева., Е.К. Чолоян

*Оренбургский филиал, Московский государственный юридический университет
им. Кутафина,
г. Оренбург, Россия*

В данной статье необходимо определить необходимость преобразования имеющейся системы экономической безопасности ввиду перехода к цифровой экономике. Данное исследование происходит посредством изучения специфических черт цифровой экономики, а также экономической безопасности в современных цифровых условиях. Определены факторы,

которые влияют на безопасность цифровизации нынешней экономики, а также основные этапы перехода к цифровой экономике. Научная статья посвящена формированию цифровых экономик в результате вступления экономик мира в цифровое пространство, а также рассмотрению эффектов цифровизации, которые условно подразделяются на две большие группы: положительные и отрицательные.

Ключевые слова: экономическая безопасность, цифровая экономика, факторы экономической безопасности, цифровизация, цифровое пространство

Современный этап общественного развития характеризуется высоким уровнем цифровизации, а также широким распространением цифровых технологий, активно влияющих на различные условия хозяйствования, которые, в свою очередь, формируют целый комплекс изменений в жизнедеятельности субъектов экономических отношений. Скачок к цифровому развитию сопровождается значительными преобразованиями в системе экономических отношений. Многие ученые данный этап называют «цифровым цунами», «съедающим» все на своем пути и увеличивающимся в пространстве и во времени. В экономически развитых странах мира наблюдается неимоверный рост доли цифровой экономики в ВВП, а по прогнозам компании Gartner к 2025 году в процесс цифровых преобразований будут вовлечены все сферы хозяйственных систем большинства стран мира. Цифровая экономика удовлетворяет потребности большей части потребителей таким образом: цифровизация меняет изначально сферу потребления товаров услуг, а затем проникает в другие сферы. Число финансовых операций, которые осуществляются с помощью банковских переводов как в пределах одного государства, так и между ними, растёт в геометрической прогрессии. Интернет магазины, системы, позволяющие оплачивать товары услуги безналичными деньгами, электронные очереди, становятся обычным явлением для любого человека в развитой стране. В современном мире экономическая безопасность предприятий представляет собой гарантию его результативного и длительного функционирования. Данное состояние создает условия для постоянного развития предприятия и сокращения отрицательного влияния внешнего мира.

Цифровизация экономики является достаточно известным термином. Относительно особенностей проведения цифровизации на уровне предприятия в литературе описываются следующие аспекты: приоритеты цифровизации на промышленном предприятии, проблемы и перспективы цифровизации промышленного предприятия, описание инфраструктуры и архитектуры предприятия как инструментов цифровизации бизнеса, а также особенности цифровизации отдельных процессов на предприятии. Но при этом остается недостаточно изученным сам процесс цифровизации предприятия, исходя из этого целью данного исследования явилось описание основных этапов процесса цифровизации предприятия.

В процессе цифровизации предприятий следует выделить следующие этапы: определение цифровой зрелости предприятия; создание первоначальных пилотных проектов цифровизации отдельных хозяйственных бизнес-единиц; определение необходимых будущих средства поддержки цифровизации бизнес-процессов; внедрение технологий обработки и анализа больших массивов данных на основе создания кросс-функциональных экспертных групп; трансформация максимального количества бизнес-процессов предприятия в цифровые, охватывая весь потенциал цифровых инструментов; создание цифровой экосистемы, представляющей собой единую сеть на основе технологии блокчейн, которая позволяет разрабатывать комплексные решения для предоставления продуктов и услуг клиентам.

Экономическая безопасность предприятия должна гарантировать рентабельное использование имеющихся в распоряжении организации ресурсов с целью недопущения угроз и всестороннего обеспечения устойчивой деятельности предприятия. Основная задача экономической безопасности – разработка наиболее эффективной системы защиты от различных внутренних и внешних угроз, которые могут оказать негативное влияние на работу предприятия и стать одной из причин ухудшения финансового и экономического положения в целом. Без сомнений можно утверждать, что уровень экономической безопасности современных предприятий во многом зависит именно от эффективного использования многих ресурсов (средств, обеспечивающих осуществление деятельности, направленной на достижение поставленной цели), например, таких, как:

- организационные (технологии и техника, базы знаний (архивы, фонды, библиотеки, депозитарии), IT-системы, патенты, объекты интеллектуальной собственности и т.д.);
- финансовые (деньги, ценные бумаги, кредиты и т.д.);
- физические (недвижимость, земля, оборудования, права на владение месторождениями, выгодное географическое положение и т.д.);
- человеческие (способности к руководству, умение работать в команде, образование, практический опыт, креативность сотрудников и т.д.);
- партнерские (высокий уровень доверия контрагентов, сеть поставок и дистрибуции, привлеченные инвесторы и т.д.);
- репутационные (деловая репутация, лояльность целевой аудитории, честность в введении сделок, статус качества и надежности фирмы и т.д.);
- культурно-организационные (целесообразность используемой схемы мотивации персонала, приверженность сотрудников идеям, декларированным руководством и т.д.).

Конкурентоспособность, а также качество товаров и услуг, в большей степени, зависят от рентабельного использования вышеперечисленных ресурсов. Поэтому каждое предприятие при разработке основных направлений своей деятельности должно уделять особое внимание недопущению угроз экономической безопасности, вызванных нерациональным истощением

основных источников производства. На основе указанных ресурсов выделяют следующие элементы, составляющие систему экономической безопасности: финансовый; кадровый; технико-технологический; маркетинговый; управленческий. Своевременный мониторинг представленных элементов позволяет оценить состояние экономической безопасности предприятия. Дальнейшую деятельность целесообразно рассчитывать, опираясь на результаты данного мониторинга.

На современном этапе экономика активно развивается в условиях цифровизации, сопровождающейся активным использованием информационно-телекоммуникационных технологий. Цифровизация характеризуется как положительными последствиями, так и отрицательными. Если говорить о плюсах, то нужно отметить упрощение процедуры, которая эффективно сказывается на развитии бизнеса. Среди негативных результатов нельзя не упомянуть утечку информации, вызванную отсутствием достаточной защищенной, недоступной для хакеров и разработанной системы экономической безопасности предприятий.

Рассмотрим более подробно все преимущества цифровой экономики. Во-первых, растет производительность труда, так как монотонную работу, которая занимает у человека слишком много времени, теперь берут на себя компьютеры, а работники при этом занимаются наиболее важными делами и не забывают лишний раз голову. Например, бухгалтеры 90-х годов долго рассчитывали зарплату, а потом составляли и печатали отчеты. На это у них уходило несколько дней. Теперь у каждого бухгалтера есть компьютер с установленной на него программой, которая сама рассчитывает зарплату, считает премию и автоматически составляет отчеты в соответствии с запрограммированными правилами. Во-вторых, снижаются издержки. В общественном транспорте вместо кондукторов имеются специальные терминалы, к которым прикладываются транспортные или банковские карты, чтобы оплатить проезд. На входе в метро стоят турникеты со считывателем проездных. Заказы в интернет-магазинах обрабатывают специальные программы, а не кассиры. Во всех трех ситуациях автоматизировали процессы за счёт оборудования. Организации поставили его вместо обученного человека, потому что электронике не нужно платить зарплату, она не устаёт и тратит меньше денег. Таким образом, перечисленные профессии постепенно «вымирают». В-третьих, появляются новые рабочие места. Когда оборудование занимает рабочее место человека, в мире появляются новые рабочие места. Яндекс-такси сделал приложение, которое самостоятельно принимает заказы, а потом передает их водителю. Сначала в их штате было 6 000 таксистов. Через 2 года таксистов стало 60 000. Приложение заменило диспетчеров на линии, и Яндекс стал платить их зарплату новым таксистам. В-четвертых, появление электронных денег. Чтобы оплатить покупку деньгами на банковской карте в 2009, нужно было найти банкомат и снять деньги со счёта. А оплачивать покупки или налоги через интернет было просто невозможно. За 10 лет всё

поменялось. Теперь даже в маленьких продуктовых магазинах есть терминал для приёма карт. Заказы в интернет-магазинах можно оплатить по номеру карты и CWW-коду или через электронный кошелёк. Коммунальные счета оплачивают через онлайн-банк. Деньги перестали быть только материальным предметом. Они появились и в абстрактном, цифровом мире. В-пятых, развился фриланс. За каждый выполненный заказ фрилансеру на электронный счёт приходит гонорар. Ему не надо устраивать дополнительную встречу с клиентом, чтобы тот отдал ему деньги. Не дай бог, если заказчик работает в другом городе или стране. Удобный перевод денег развил фриланс от тёмного занятия до прибыльной работы. Люди перестали ограничивать себя одним городом или регионом, потому что им не надо тратить своё время, чтобы забрать гонорар. Деньги придут фрилансеру на счёт. Снятие границ увеличило количество заказов. Фрилансер из России без ограничений может работать на американскую фирму или работать на курорте. Необходимо остановиться и на минусах цифровой экономики. Во-первых, конфиденциальную информацию клиентов могут украсть хакеры. У хакеров есть своя среда обитания для поиска и продажи информации – даркнет. Там можно найти всё незаконное. О том, как попасть в даркнет нельзя писать: это незаконно. Даркнет опасен тем, что мошенники покупают личную информацию людей, порой слишком личную. Во-вторых, растёт количество мошенников. Самая распространённая уловка аферистов – рассылка большого количества сообщений с заражёнными ссылками или файлами. Когда пользователь нажимает на них, то вирус попадает в компьютер, ищет номера счетов, пароли от кошельков или PIN-коды от карт. Затем собранная информация передаётся мошенникам. Вирусы могут быть, где угодно: внутри картинок, аудио - или видеофайлов. В общем, во всём, что передаётся через интернет. Некоторые программы скачиваются сразу, когда пользователь открывает диалог. В-третьих, исчезают профессии. В примере с Яндекс-такси приложение заменило диспетчеров. Где-то через 20 лет такой профессии вообще не будет. Люди боятся, что их променяют на машину, а они останутся без работы. Каждый пятый человек готов на понижение заработной платы, лишь бы его не уволили. Но начальники не заменят специалиста, если он важен. Если надо – начальник переведет сотрудника на другие задачи. Поэтому замена коснётся только неквалифицированных работников. Люди станут работать в других профессиях, которые больше нужны человечеству. Но кто-то потеряет свою любимую работу, как диспетчеры. Их заменил искусственный интеллект.

Рассмотрев и проанализировав все плюсы и минусы цифровой экономики, можно сделать некоторые выводы. В первую очередь необходимо разработать правовую основу формирования и внедрения системы экономической безопасности с целью устойчивого функционирования предприятий в условиях становления цифровой экономики, например, выработать методические рекомендации, способствующие безопасному переходу к цифровой экономике. Очень важно учитывать также тот факт, что

при развитии экономической безопасности предприятий в условиях цифровизации экономических отношений целесообразно определить цели предприятий, которые выступают гарантией формирования сверхэффективной системы экономической безопасности. Цели должны образовывать взаимосвязанный комплекс, учитывающий внутренние и внешние факторы среды, в пределах которой предприятия осуществляют свою деятельность. Со становлением цифровой экономики связана одна из существенных проблем – нехватка специалистов, обладающих навыками в области цифровой экономики. Поэтому необходимо комплексно и поэтапно проводить мероприятия, направленные на решение всевозможных проблем.

В рамках подготовительного этапа обеспечения экономической безопасности в условиях рыночной экономики необходимо провести оценку сведений о внешней и внутренней среде предприятий. В рамках следующего этапа нужно выделить качественные и количественные параметры ресурсов.

После определения целей и ресурсов начинается разработка мероприятий по внедрению системы экономической безопасности на практике. Затем проводится диагностика. Важный феномен, который нужно учитывать: объектом обеспечения экономической безопасности на сегодняшний день является не только экономическое состояние и все то, что входит в эту категорию, но и информация, различные данные, сведения, непосредственно используемые в цифровой деятельности. Итак, в рамках современного этапа развития экономики крайне необходимо учитывать многие факторы внешней и внутренней среды, играющие важную роль в процессе цифровизации экономики.

Наиболее серьезная проблема, с которой может столкнуться предприятие в процессе цифровизации – это, конечно же, не покупка правильной технологии, а именно трансформация организации и цифровой культуры сотрудников и потребителей. В процессе трансформации предприятие должно пройти этапы оценки цифровой зрелости, создания пилотных проектов преобразований, определения будущих средств поддержки, внедрения технологий обработки больших массивов данных, цифровизации бизнес-процессов и создания цифровой экосистемы.

Список использованных источников

1. Бекбергенева, Д.Е. Социально-экономическое развитие Оренбургской области в условиях перехода к цифровизации / Д.Е. Бекбергенева, Д.А. Гурина // Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации: Сборник материалов V Международной научно-практической конференции, Москва, 11 марта 2022 года / Редколлегия: Бабаева З.Ш. [и др.]. – Москва: ИП Овчинников Михаил Артурович (Типография Алеф), 2022. – С. 144-150. – DOI 10.34755/IROK.2022.34.98.007. – EDN YCPDKO.

2. Бекбергенева, Д. Е. Этапы процесса цифровизации предприятия / Д. Е. Бекбергенева // Актуальные направления современной науки, образования и технологий: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 23 апреля 2020 года. – Чебоксары: Негосударственное образовательное частное учреждение дополнительного профессионального образования «Экспертно-методический центр», 2020. – С. 76-81. – EDN UYTNRD.

3. Бекбергенева, Д.Е. Вызовы цифровизации региональной экономики : Монография / Д.Е. Бекбергенева. – Оренбург: ООО «Агентство «Пресса», 2020. – 100 с. – ISBN 978-5-6044674-0-4. – EDN AFAOZJ.

4. Графова, Т.О., Шахгереева Г.И. Стратегия развития предприятия как основа стратегического учета и экономической безопасности предприятия // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 6-5 (53). – С. 19-23.

5. Максимов, С.Н. Административно-правовое регулирование в сфере экономической безопасности: Монография. Т. 1. М.: НОУ ВПО «МСПУ», 2013.

6. Скорев, М.М., Графова Т.О., Бакина С.С. Стратегическая устойчивость в условиях цифровой экономики: кадровый и финансовый аспекты // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – №2 (93). – С. 24-29.

ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES IN A MARKET ECONOMY

D.E. Bekbergeneva, E.K. Choloyan

*Orenburg branch, Moscow State Law University Kutafin,
Orenburg, Russia*

In this article, it is necessary to determine the need to transform the existing system of economic security in view of the transition to a digital economy. This research takes place through the study of the specific features of the digital economy, as well as economic security in modern digital conditions. The factors that affect the security of the digitalization of the current economy, as well as the main stages of the transition to a digital economy, are determined. The scientific article is devoted to the formation of digital economies as a result of the entry of the world's economies into the digital space, as well as to the consideration of the effects of digitalization, which are conventionally divided into two large groups: positive and negative.

Key words: economic security, digital economy, economic security factors, digitalization, digital space

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КРИПТОВАЛЮТНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Д.Е. Бекбергенева, А.О. Горшкова, Т.Г. Жангабилова

*Московский государственный юридический университет им. Кутафина,
г. Москва, Россия*

В данной статье был проведен анализ международного опыта правового регулирования криптовалют и операций с ними, возможностей применения данного опыта зарубежных стран при формировании законодательства Российской Федерации в данной сфере, в условиях перехода нашей страны к цифровой экономике.

Ключевые слова: правовое регулирование, цифровая экономика, криптовалюта, технологии

Проблема влияния развивающихся технологий на мировую экономику и общество, вызывающая необходимость регулирования обращения криптовалют на государственном уровне, крайне актуальна, рассматривается правительствами разных стран.

Развивающиеся технологии имеют огромное влияние не только на мировой научный прогресс, но и на мировую и национальную экономику. Именно поэтому необходимо государственное регулирование обращения криптовалют. Эта тема является очень актуальной и занимает очень важную позицию в повестках многих государств. Возникновение цифровой экономики породило множество вопросов о ее регулировании, о пересмотре традиционных подходов к защите потребителей, хранению информации для цифровой сферы. Также, национальная политика, законы, нормативные акты, которые регулируют данную сферу, должны согласовываться с усилиями по улучшению операционной среды, включая ИТ-инфраструктуру, интернет-услуги, цифровые платформы. Данные рычаги могут оказывать значительное влияние на развитие цифровых инструментов. Несмотря на это, органы государственной власти должны предоставить благоприятные политические и правовые условия, которые бы способствовали активному росту интернет-активности коммерческих предприятий и организаций. Мировая экономика постепенно продолжает переходить в цифровую сферу, в то время как правовые нормы, которые обеспечивают функционирование цифровой экономики, во многих странах все еще находятся на стадии зарождения, зачастую при этом препятствуя не только росту национального дохода, но и доступу на мировые рынки. В это же время технологические инновации и киберугрозы идут на опережение развития национальных стратегий и требуют наиболее новых

подходов и широкого международного сотрудничества. Полное правовое регулирование криптовалюты приведет к большим изменениям в экономической системе государства.

1 января 2021 года в России вступил в силу Закон «о цифровых финансовых активах и цифровой валюте», который позволяет трактовать криптовалюту как вариант цифровой валюты, запрещает её использование в России для оплаты товаров и услуг, но допускает использование в качестве объекта инвестирования. Развитие информационных технологий оказывает огромное влияние на мировую экономику. За последние 5 лет в мире произошел информационный бум и большую популярность начали набирать криптобиржи, а также любая иная деятельность так или иначе связанная с криптовалютой. В данный момент основное регулирование криптовалюты составляют внутренние акты бирж. Этого пока достаточно, чтобы предотвращать или наказывать за преступления, связанные с отмыванием денег, воровством валюты и тд. Но государство, безусловно, стремится полностью урегулировать эту сферу деятельности, что является затруднительным в связи с вышеназванными условиями. В этом стремлении есть как плюсы, так и минусы. Основным преимуществом правового регулирования для государственной экономики будет являться увеличение бюджета путем получения государством налоговых отчислений от криптовалютного дохода и связанных операций. Основным же минусом будет являться, безусловно, наличие высоких рисков, связанных с ослаблением национальной валюты, благосостояния потребителя. Более того, как уже стало известно из опыта прошлых лет, поведение и цикл криптовалюты очень сложно спрогнозировать. Это также может быть связано с отсутствием опыта других стран.

В настоящее время появилось уже более двух тысяч различных криптовалют, и их число продолжает расти; самыми известными являются биткойн и эфириум. Очевидно, что с развитием рынка криптовалют, усложнением происходящих на нем процессов и технологий (появление smart contract, ICO, токенов) возрастает необходимость в правовом урегулировании происходящих процессов. При этом, конечно, теряется одна из отличительных особенностей, изначально присущая криптовалютам и способствующая их распространению в мире, – независимость от каких-либо регуляторов.

В сообщении, подготовленном компанией Chainalysis – ведущего поставщика исследований и ПО для управления рисками в отношении виртуальных валют в США, указывается, что рост киберпреступности связан с увеличением финансирования ICO и за период с июня по август 2017 года сумма украденных средств увеличилась со \$100 млн до \$225 млн.

В своем отчете компания Chainalysis выделяет четыре существующие категории киберпреступности:

– Создание эксплойтов – программ или фрагментов программного кода, которые используют уязвимость ПО для получения информации либо прав на выполнение любых операций;

– Хакерские атаки – взлом с целью получения несанкционированного доступа к компьютеру;

– Фишинг – рассылка электронных писем и личных сообщений с целью получения доступа к личной информации, в том числе логинам и паролям;

– Схемы Понци – мошенническое вовлечение в финансовую пирамиду.

В настоящее время в мире есть государства с полным запретом криптовалют, такие как Эквадор и Боливия, но это скорее исключение, поскольку более развитые страны стараются идти путем адаптации нового сегмента финансового рынка к существующей экономике. Основная цель, которую преследуют регулирующие органы практически всех государств, – это упорядочивание отношений в сфере цифровых валют, которое направлено на предотвращения их использования для легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, финансирования терроризма и любой другой преступной деятельности. Для реализации этой задачи планируется ввести лицензирование деятельности криптовалютных бирж и обязанность проводить идентификацию клиентов. Другими аспектами правового регулирования, позиция по которым может отличаться в разных странах, и без решения которых сложно осуществлять правоприменение, являются: определение, является ли криптовалюта товаром или все-таки валютой, то есть средством платежа или предметом обмена; необходимо ли осуществлять налогообложение доходов или нет. Основные обозначенные Банком России риски: отсутствие обеспечения по виртуальным валютам, отсутствие юридически обязанных по ним субъектов, спекулятивный характер операций, высокий риск потери стоимости, возможность вовлечения, в том числе непреднамеренно, в противоправную деятельность, включая легализацию (отмывание) доходов, полученных преступным путем, и финансирование терроризма, вовлеченность в осуществление сомнительных операций при предоставлении услуг по обмену виртуальных валют.

При рассмотрении поставленных проблем, можно обратить внимание на опыт зарубежных стран. Среди регуляторов США нет единого подхода к регулированию криптовалют (см. табл. 1) (при этом, обращение криптовалюты разрешено в штатах Вашингтон, Нью-Йорк, Южная Каролина, Джорджия, Пенсильвания, НьюМексико, Нью-Гэмпшир, в остальных штатах не регулируется). Согласно данным социологического опроса британской компании YouGov15, проведенного в конце августа 2018, года 79 % населения США имеют представление о криптовалюте. На территории страны установлено наибольшее количество биткоин-банкоматов16. Криптовалюта в США регулируется как на федеральном уровне, так и на уровне штатов. Например, в штате Вашингтон для ведения бизнеса криптовалют необходима специальная лицензия BitLicense, что приводит к значительному оттоку

криптовалютных компаний из штата. Также в данном штате предложили установить специальные тарифы для майнеров, так как их деятельность требует большого количества электроэнергии. По этой же причине в городе Платтсбург объявили 18-месячный мораторий на промышленную добычу полезных ископаемых.

Таким образом, можно сделать вывод, что, хотя законодательство США в основном лояльно относится к криптовалютам, однако не все регулирующие органы приравнивают ее к полноценным платежным средствам, наряду с фиатными деньгами.

Канадское агентство по финансовой защите потребителей не классифицирует криптовалюты как «законное платежное средство». Однако в 2014 году парламент Канады принял законопроект C-31 о цифровых валютах. В 2017 году CSA (Канадские администраторы ценных бумаг) выпустили уведомление о возможности применения закона о ценных бумагах к криптовалютам. В 2018 году глава Центрального банка Канады С. Полоз заявил, что не согласен с термином «криптовалюта» и технически относит ее к ценным бумагам. Сингапур, один из крупнейших финансовых центров проектов South Blockchain. Правовое регулирование криптовалютной индустрии началось в 2014 году, когда налоговая служба IRAS приравнила криптовалюту к товару. Этот статус сохраняется и по сей день. MAS (валютное управление Сингапура) рассматривает токены как товары. Если токены подпадают под критерий ценной бумаги, то они могут быть классифицированы как таковые. В 2017 году MAS предоставил домам специальный документ, содержащий правила, по которым токены относят к ценным бумагам. Также стоит отметить, что в Сингапуре отсутствует налог на прирост капитала по товарам (с сентября действует территориальный принцип уплаты налогов. Эта система снижает сумму налоговых обязательств в 4 раза по сравнению с другими странами. Криптовалюты в Австралии не считаются финансовым продуктом, поэтому их не нужно лицензировать. «Правительство приняло Кодекс поведения игроков индустрии цифровых валют. Документ регулирует отношения между участниками криптовалютного бизнеса в стране. Правительство также внедряет использование технологии блокчейн во всех сферах государственного управления (наземных транспорт, почта). Главной особенностью австралийской налоговой системы является двойное налогообложение всех операций с криптовалютой, налог взимается как при обмене фиатных денег на криптовалюту, так и в процессе оплаты товаров и услуг криптовалютой. Но если цифровой валюта в Австралии используется в качестве инвестиций, то налог на прирост капитала не требуется. Также стоит отметить, что основным направлением политического развития Австралии является борьба с финансированием терроризма. Поэтому правительство активно борется с отмыванием доходов, которые полученный незаконным путем. Венесуэла стала первой страной в мире, выпустившей собственную национальную криптовалюту. В 2017 году президент предложил создать

Управление, которое бы управляло криптовалютным рынком в стране. Особое внимание было уделено 28-му созданию национальной цифровой валюты «Петро», которое должно стимулировать развитие венесуэльской экономики. В 2018 году начался первый этап продажи этой валюты. Цена Petro привязана к баррелю нефти, а стоимость поддерживается запасами природных ресурсов страны. Правительство Венесуэлы планирует использовать эту валюту для привлечения инвестиций в свою экономику для преодоления экономического кризиса. Аргентина является лидером в развитии рынка криптовалют. В 2014 году Буэнос-Айрес стал первым городом, запустившим одну из самых известных в мире бирж Viteх.lа. В следующем году президент Аргентины поддержал идею введения биткойна в стране. А с 2016 года, например, за услуги такси Uber можно платить биткойнами. Также в соответствии с законодательством Аргентины криптовалюта не является национальной валютой. Но в соответствии с законом могут считать. как деньги или считаться товаром (вещью) Таким образом, мы видим, что регуляторы стран, которые мы отнесли к третьей группе, получили ряд преимуществ: статистика использования криптовалют, возможность контролировать практику применения, контроль операций, арбитраж и установление ответственности, а также идентификация в целях предотвращения отмывания денег и развития терроризма. В то же время им следует опасаться повышения интереса граждан к инвестированию в криптовалюты, и хотя это, с одной стороны, привлечет дополнительные инвестиции, с другой стороны, потенциально увеличит риски потери средств гражданами.

Таким образом, проведя анализ всего выше описанного, можно сделать вывод о том, что криптовалюты в современное время требуют адаптации налогового законодательства, разработки единых стандартов, идентификации криптовалют для получения дохода. Правовое регулирование отрасли, непосредственно связанной с криптовалютой, в большинстве стран находится в процессе становления. Криптовалюта в перспективе своей, безусловно, становится оборотной единицей российской и мировой экономики. Позитивное или негативное влияние она имеет для общества - вопрос времени.

Список использованных источников

1. Бекбергенева, Д.Е. Особенности регулирования приоритетных областей цифровой экономики / Д.Е. Бекбергенева // Экономические науки. – 2020. – № 184. – С. 37-40. – DOI 10.14451/1.184.37. – EDN FGCWWN.

2. Бекбергенева, Д.Е. Цифровые платформы как инструмент цифровой трансформации / Д.Е. Бекбергенева // Глобальная экономика в XXI веке: роль биотехнологий и цифровых технологий: Сборник научных статей по итогам работы четвертого круглого стола с международным участием, Москва, 15–16 июня 2020 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «КОНВЕРТ», 2020. – С. 27-28. – EDN YLDCHJ.

3. Криптовалюта в России: законодательное недорегулирование» - Мария Шувалова, 2021г.

4. Правовое регулирование криптовалютной отрасли в России и за рубежом - Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации», 2018 г.

5. Правовое регулирование криптовалют в мире – Открытый журнал.

LEGAL REGULATION OF THE CRYPTOCURRENCY INDUSTRY IN RUSSIA

D.E. Bekbergeneva, A.O. Gorshkova, T.G. Zhangabilova

*Moscow State Law University named after Kutafina,
Moscow, Russia*

This article analyzes the international experience of legal regulation of cryptocurrencies and transactions with them, the possibilities of applying this experience of foreign countries in the formation of the legislation of the Russian Federation in this area, in the context of our country's transition to a digital economy.

Key words: legal regulation, digital economy, cryptocurrencies, technologies

УДК 330

ОЦЕНКА РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Ю.А. Бондаренко, И.Н. Хромова

*Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

В ходе исследования были рассмотрены основные методы для оценки и управления рисками в инвестиционных проектах, выявлены проблемы, с которыми сталкиваются организации при ведении инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: риск, оценка риска, анализ риска, инвестиционный проект

Риск – это неопределенное событие или условие, которое в случае возникновения имеет позитивное или негативное воздействие. Поскольку проекты могут быть независимыми или взаимоисключающими, крайне важно

использование аналитических методов в соответствии с каждой конкретной ситуацией. Существование неопределенности означает, что решения и поведение не основаны на рутине. Действительно, финансовые решения принимаются в условиях неопределенности. Таким образом, измерение и управление рисками становятся все более важными. Принятые решения в настоящее время имеют свои результаты, обусловленные будущими событиями, и могут повлиять на более поздние [2].

Многие компании не подготовлены к оценке рисков и оценке проектов, и эта ситуация увеличивает их уровень финансовой зависимости. В инвестирующих органах, которые отвечают за фискальные и финансовые стимулы, востребованы профильные специалисты, с хорошими навыками подготовки и анализа инвестиционных проектов, для обеспечения качественных оценок. В этом контексте необходимо введение оценки риска как важного процесса анализа инвестиций в коммерческие и промышленные проекты.

Оценка проекта и рисков – важные начальные шаги, которые могут способствовать будущему успеху управления проектом. А некачественный процесс оценки рисков может поставить под угрозу проект и сделать управление рисками более требовательным.

В этом контексте важно не только то, какие показатели, но и то, как и почему проводится процесс.

Событие риска можно рассматривать как дискретное событие, которое влияет на проект в лучшую или худшую сторону, в то время как неопределенность возникает, когда нет достаточной и четкой информации, доступной для лиц, принимающих решения, что снижает доверие на оценку альтернатив и связанных с ними рисков, что усложняет принятие решений.

Неопределенность определяется как отсутствие объективных распределений вероятностей, связанных с событиями, которые могут произойти.

В этом контексте ее можно представить в виде трех групп:

- Неопределенность в отношении цен и компонентов инвестиции;
- неопределенность в отношении сроков выполнения графика;
- неопределенность в отношении возникновения событий.

Принятие решений с учетом рисков имеет важное значение для эффективного и действенного управления проектами.

Риски классифицируют на 10 категорий:

- 1) риски, связанные с ресурсами;
- 2) технические риски;
- 3) бизнес-риски;
- 4) программные риски;
- 5) экономические риски;
- 6) финансовые риски;

- 7) государственные риски;
- 8) экологические риски.

Процесс оценки рисков в инвестиционных проектах можно определить как процесс, состоящий из пяти этапов: оценка ожидаемых будущих денежных потоков по проекту, определение ставки дисконтирования, расчет финансовых показателей эффективности инвестиций, определение стоимости проекта и сравнение ее с денежными потоками проекта, принятие решения об инвестировании [3].

Кроме того, процесс оценки риска инвестиционного проекта обычно осуществляется с учетом чувствительности и риска. Как правило, при анализе чувствительности и риска можно измерить влияние на финансовые показатели при изменении определенных соответствующих параметров инвестиций.

Анализ риска исследует различные возможные сценарии, в которых рассматривается сочетание факторов. Обычно процедура сценарного анализа рассматривает три типа сценариев анализа рисков проекта.

Первым сценарием специалисты по бизнес-проектам считают сценарий, который использует ожидаемое значение для каждой из оценок проекта. В оптимистичном сценарии некоторые интересующие параметры со стороны базового сценария увеличиваются в стоимости, а в пессимистическом сценарии значения уменьшаются по сравнению с базовым сценарием.

При анализе рисков предполагается, что неопределенности, связанные с оценками параметров, учитываются субъективно. Таким образом, более эффективный подход заключается в построении случайных сценариев.

В вероятностном анализе используется симуляция Монте-Карло для моделирования комбинированного воздействия многочисленных факторов риска относительно их частот. Метод Монте-Карло – это метод выборки, используемый для работы с числовыми сложными системами, которые имеют случайные компоненты. Возможная проблема заключается в определении вероятностных распределений различных переменных, особенно в некоторых отраслях, где эти дистрибутивы недоступны, поскольку каждый проект уникален и подвержен влиянию различных факторов риска. Другое ограничение использования вероятностного анализа заключается в том, что влияние немонетарных аспектов проектов часто нелегко поддаются количественной оценке. Кроме того, с ростом популярности проектов, финансируемых и управляемых из частных источников, может потребоваться систематическая оценка вариантов инвестирования, особенно если они конкурируют за один и тот же капитальный ресурс. На значение каждого параметра влияет множество рисков и неопределенности, которые часто трудно поддаются количественной оценке. Кроме того, эти методы не допускают количественных факторов, которые следует учитывать при оценке варианта инвестирования. Игнорирование этих аспектов может привести к неудаче проекта, несмотря на благоприятную финансовую составляющую.

Одним из способов преодоления указанных выше недостатков является использование теории возможностей, когда пользователю нужно только определить возможный диапазон и наиболее вероятное значение для каждого инвестиционного параметра без ввода относительной частоты каждого фактора. Теория возможностей основана на концепции, согласно которой все значения в определенном диапазоне возможны, но точное значение неизвестно. Используя это предположение, авторы разработали систему для интеграции денежных и немонетарных факторов в оценку инвестиций с использованием теории возможностей для представления возможных значений каждого параметра, которые могут повлиять на общее предпочтение конкретного проекта. Они использовали чистую приведенную стоимость как функцию денежной оценки, объединяющая все возможные факторы, влияющие на чистую приведенную стоимость, и получение ее денежного распределения. Для количественных факторов они также использовали распределение возможностей и определяли немонетарное распределение возможностей, используя вес для каждого фактора. Наконец, определяется общий рейтинг проекта, используя метод индекса ранжирования.

Таким образом, в настоящее время разработан широкий спектр инструментов и моделей для оценки рисков инвестиционного проекта, которые позволяют качественно планировать крупные инвестиции в различных отраслях.

Список использованных источников

1. Антонов, Г.Д. Управление рисками организации: Учебное пособие / Г. Д. Антонов, В.М. Тумин, О. П. Иванова. – Москва: Инфра-М, 2019. - 464 с.
2. Белов, П.Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование в 3 ч. Часть 3: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П. Г. Белов. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 272 с.
3. Касьяненко, Т.Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум для СПО / Т.Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 381 с.

Y.A. Bondarenko, I.N. Khromova

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,
Krasnodar, Russia*

In the course of the study, the main methods for assessing and managing risks in investment projects were considered, and the problems faced by organizations in the conduct of investment activities were identified.

Key words: risk, risk assessment, risk analysis, investment project

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

И.И. Бордюкова, О.А. Зарубина

*Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний,
г. Рязань, Россия*

В статье уделено внимание методам оценки конкурентоспособности. Успешная деятельность организации заключается в умении реагировать на изменения ее микро- и макросреды, особенно когда речь идет о воздействии внешних факторов, таких как предприятия-конкуренты, находящиеся в том же сегменте рынка. В связи с этим важно осуществлять оценку конкурентоспособности выпускаемой продукции по сравнению с аналогичной в рамках целевого сегмента.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, SWOT-анализ

В условиях современной рыночной экономики потребители ориентируются не только на качество товара, но и на само предприятие, выпускающее продукцию. Поддержание уровня конкурентоспособности является одной из приоритетных задач организации, потому что напрямую считать одним из важнейших факторов его коммерческого успеха.

Конкуренция тесно связана с понятием конкурентоспособности, ведь она может формироваться на различных уровнях, то есть конкурентоспособность товара или услуги, предприятия, отрасли, региона и страны в целом [2].

В большинстве случаев продукция, производимая предприятием, поступает на рынок, имеющий уже ту или иную сложившуюся модель конкурентных отношений. И главная задача предприятия в этом случае – продемонстрировать необходимый уровень конкурентоспособности своей продукции, позволяющий достичь поставленные перед ним задачи, реализуя при этом стратегию позиционирования продукции на рынке [4].

Одним из матричных методов оценки конкурентоспособности является SWOT-анализ, позволяющий выявить преимущества и недостатки организации. Рассмотрим применение данного метода на примере ООО «Экватор», данное предприятие специализируется на производстве деревянных поддонов (таблица 1).

Преимуществом данного метода оценки является простота и наглядность представления информации о сильных и слабых сторонах организации.

Таблица 1 – SWOT- анализ ООО «Экватор»

Сильные стороны	Возможности
1.Высокое качество продукции; 2.Быстрота обслуживания; 3.Квалифицированные кадры; 4.Близость расположения к постоянным клиентам; 5.Устойчивые отношения с поставщиками	1.Применение новых технологий и оборудования; 2.Выпуск новой продукции; 3.Расширение географии продаж
Слабые стороны	Угрозы
1.Изношенность основных производственных фондов; 2.Не проводятся маркетинговые исследования; 3.Отсутствие сайта и других социальных сетей; 4.Неизвестность организации; 4.Цена выпускаемой продукции выше, чем у конкурентов.	1.Появление на рынке новых конкурентов; 2.Риск неспособности ремонта или покупки нового оборудования в связи с политической ситуацией; 3. Снижение доходов покупателей; 4.Рост цен на сырье.

В случаях, если необходимо сопоставить конкурентоспособность организации с другими предприятиями, то используется методика оценки конкурентоспособности фирмы Ж.Ж. Ламбена. Раскроем суть данного метода на основе сравнения ООО «Экватор» и компании – лидера на рынке ООО «Палет-Стиль» (таблица 2).

Далее представляется целесообразным уделить внимание расчету коэффициента конкурентоспособности [3]:

$$K_{\text{ксп}} = \frac{C_i}{C_{\text{л}}} = \frac{16}{24} = 0,67, \quad (1)$$

где $K_{\text{ксп}}$ – коэффициент конкурентоспособности;

C_i – сумма баллов анализируемого предприятия;

$C_{\text{л}}$ – сумма баллов предприятия-лидера.

Значение коэффициента равное 0,67 говорит о низком уровне конкурентоспособности организации.

Преимуществом данного метода является возможность проследить по каким критериям организация отстает от предприятия-лидера и в зависимости от них скорректировать свои действия, но с другой стороны оценки по некоторым показателям являются субъективными, например, имидж компании, что не обеспечивает точность результата. Мы можем увидеть связь двух вышеуказанных методов, те слабые стороны, которые указаны в SWOT-анализе (таблица 1), повлекли за собой снижение баллов в процессе сравнения с конкурентом.

Таблица 2 – Сравнительная характеристика конкурентоспособности предприятий

Критерии оценки	Диапазон оценок			ООО «Палет - Стил»	ООО «Экватор»
	Низкая (1-2)балла	Средняя (3-4 балла)	Высокая (5 баллов)		
1.Относительная доля рынка	Менее 1/3 рынка	Более 1/3 рынка	Лидер	5	3
2.Отличительные свойства товара	Товар не дифференцирован	Товар дифференцирован	Товар уникален	1	1
3. Издержки	Выше, чем у конкурента	Равны	Ниже	5	2
4.Степень освоения технологии	Осваивается с трудом	Осваивается легко	Осваивается полностью	4	3
5.Каналы товаропродажи	Посредники не контролируются	Посредники контролируются	Прямые продажи	5	5
6.Имидж	Отсутствует	Развит	Сильный имидж	4	2
Итого баллов:				24	16

Для точной оценки уровня конкурентоспособности предлагаем использовать операционный метод, в котором основные показатели деятельности предприятия сравниваются с идентичными показателями организаций, ведущих свою деятельность в том же сегменте рынка. В данном случае коэффициент будет вычисляться по формуле [1]:

$$K = \sum a_i * \frac{l_a}{l_b}, \quad (2)$$

где a_i – коэффициент весомости;

l_a – значение показателя исследуемой компании;

l_b – значение показателя конкурента, эталона;

При этом, количество сравниваемых показателей может варьироваться от одного до нескольких десятков.

Исходя из всего вышесказанного, организациям необходимо регулярно проводить оценку конкурентоспособности, иначе это может спровоцировать отток потребителей к предприятиям, занимающим более сильные позиции на рынке. Диапазон методик для проведения анализа достаточно широк, но, поскольку у каждого из методов есть свои недостатки, наиболее точной оценки конкурентоспособности можно добиться, используя методы в совокупности.

Список использованных источников

1. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 121 с.

2. Зарубина, О.А. К вопросу о конкурентоспособности предприятия / О.А. Зарубина, Н.С. Тарантин // Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: Сборник статей VI Международной научно-практической конференции, Пенза, 18-19 мая 2021 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2021. – С. 80-84.

3. Трещевский Ю.И., Вертакова Ю.В. Экономика и организация производства: учебное пособие / под ред. ; рук. авт. кол. Ю.В. Вертакова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 331 с.

4. Феофанова, А.С., Зарубина О.А. К вопросу о конкурентоспособности продукции // Организационно-экономические и инновационно-технологические проблемы модернизации экономики России: сб. статей X Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. – С. 227-230.

APPLICATION OF METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF PRODUCTS

I.I. Bordyukova, O.A. Zarubina

*Academy of Law and Management Federal Penitentiary Service,
Ryazan, Russia*

The article pays attention to the methods of assessing competitiveness. The successful activity of an organization consists in the ability to respond to changes in its micro- and macro-environment, especially when it comes to the impact of external factors, such as competing enterprises located in the same market segment. In this regard, it is important to assess the competitiveness of manufactured products in comparison with similar ones within the target segment.

Keywords: competition, competitiveness, SWOT analysis

ПРИНЦИПЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

В.А. Гречко, Е.В. Радченко, А.М. Дребот

*Севастопольский государственный университет,
г. Севастополь, Россия*

Статья посвящена противодействию коррупции и основным ее направлениям в Российской Федерации. Авторы раскрывают суть системообразующих элементов противодействия коррупции. Подчеркивается важность формирования антикоррупционного правосознания и правовой культуры личности.

Ключевые слова: коррупция, правонарушение, противодействие коррупции, антикоррупционная политика, антикоррупционное правосознание

В большинстве государств мира понятие «коррупция», а также меры по противодействию ей, юридически закреплены в правовых актах и законах. Законодательство Российской Федерации в определении коррупции следует образцам, которые содержатся в международно-правовых актах. В соответствии с законодательством РФ, под термином «коррупция» следует понимать:

а) злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп или иное незаконное использование физическим лицом своего служебного положения вопреки законным интересам общества и государства с целью получения выгоды в виде денег, ценностей, другого имущества или услуг, имущественных прав или незаконное предоставление таких льгот указанному лицу другими физическими лицами;

б) совершение указанных действий от имени или в интересах юридического лица (п. 1 ст. 1 Федерального закона от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции») [1].

Актуальность проблемы заключается в том, что коррупция в постсоветских странах со всей очевидностью стала системным явлением институциональной системы. Коррупционная составляющая проявляется во всех сферах общественной жизни. Следовательно, противодействие коррупции является стратегической задачей не только государства, но и всего общества. Также, отметим, что в Европе и США коррупционные схемы прочно вросли в саму систему капиталистических отношений – обрели условно цивилизационные формы в виде лоббирования и благотворительности – официального возмущения не вызывают и в статистику правонарушений не входят, а процессы лоббирования облагаются налогом.

Согласно статистическим данным Генеральной прокуратуры РФ, «в 2020 году размер причиненного материального ущерба от преступлений коррупционной направленности по расследованным преступлениям составил 58,4 млрд. рублей, что составляет 11,4 % от суммы ущерба, причиненного всеми видами преступлений, в 2019 году – 55,1 млрд. рублей, или 8,8 %, в 2018 году – 46 млрд. рублей, или 11 %» [5].

Противодействие коррупции относится к деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, институтов гражданского общества, организаций и отдельных лиц в рамках их полномочий:

а) для предотвращения коррупции, включая выявление и последующее устранение ее причин (предотвращение коррупции);

б) выявление, предупреждение, пресечение, раскрытие и расследование коррупционных правонарушений (борьба с коррупцией);

в) минимизация и (или) устранение последствий коррупционных правонарушений [1].

Элементами системы противодействия коррупции являются: цель, принципы и основные направления ее реализации.

Цель противодействия коррупции заключается в защите общества, государства, личности, их прав и свобод от угроз и неблагоприятных последствий, порождаемых коррупцией, а также в искоренение причин и условий, которые ее порождают [2].

В настоящее время противодействие коррупции осуществляется на разных уровнях взаимодействия человека и государства (на бытовом уровне - в университете, поликлинике, отделении полиции; в муниципальном образовании, субъекте Российской Федерации, всей страны; в межгосударственных отношениях) [7].

Под влиянием процессов глобализации коррупция в последние десятилетия приобрела транснациональный характер. Это влияет на экономику всех стран и общества в целом, поэтому многие государства объединяют усилия для борьбы с этим явлением. С этой целью страны мирового сообщества разрабатывают и совершенствуют антикоррупционные принципы, которые находят отражение в документах ООН, международных конвенциях, договорах и соглашениях и могут применяться как в государственных органах, так и в частных компаниях [4]. Антикоррупционные принципы отражены и в правовых актах РФ, такие как:

1) признание, обеспечение и защита основных прав и свобод человека и гражданина;

2) законность;

3) гласность и открытость деятельности государственных органов и органов местного самоуправления;

4) неотвратимость ответственности за совершение коррупционных правонарушений;

5) комплексное использование политических, организационных, информационно-пропагандистских, социально-экономических, правовых, специальных и других мер;

6) приоритетное применение мер по предотвращению коррупции;

7) сотрудничество государства с гражданскими общественными институтами, международными организациями и отдельными лицами [1].

Борьба с коррупцией осуществляется по трем основным направлениям:

1) противодействие путем прямого воздействия на участников коррупционных отношений любыми законными средствами, в том числе административными, экономическими, правовыми и др.;

2) предупреждение коррупции путем устранения причин и условий, способствующих совершению коррупционных правонарушений. Борьба с коррупцией может быть эффективной только в том случае, если она включает в себя не только наказание коррупционеров, но и выявление и устранение причин и условий коррупционных правонарушений;

3) минимизация и (или) устранение последствий коррупционных правонарушений.

Правовое регулирование и правоприменительная деятельность государственных органов не гарантируют абсолютного искоренения коррупции. Успешное противодействие коррупции возможно только в условиях полной нетерпимости к любым коррупционным проявлениям извне. Это требует «перенастройки» мировоззрения - формирования у людей стойкого неприятия коррупционных отношений и возможности участия в них [3].

Актуализируется систематическая деятельность по формированию антикоррупционного правосознания и правовой культуры личности. Значительная роль в этом отводится образованию, правовому просвещению, а также антикоррупционной пропаганде.

Вовлечение большого числа подростков в борьбу с коррупцией возможно благодаря системному использованию современных информационных технологий, например, с помощью:

1) создания и продвижения антикоррупционных кампаний в социальных сетях (познавательные материалы о вреде коррупции, создание антикоррупционных баннеров, которые могут выступать демотиваторами);

2) создания специальных антикоррупционных групп в социальных сетях;

3) отрицательное отношение к коррупции в обществе также можно сформировать с помощью разработки и популяризации графического контента и «мемов», высмеивающих коррупцию;

4) использование различных интернет-форумов и блогов государством (для распространения фактов борьбы с коррупцией и создание нетерпимости к ней в обществе с помощью профессиональных информационных технологий разными специалистами в сфере интернет-площадок для обмена информацией);

5) сформулированный в виде видеофрагментов антикоррупционный материал также возможно распространять и транслировать с помощью

созданных каналов и профилей в таких видеохостинга как YouTube и TikTok [6].

Таким образом, действия по противодействию коррупции не может быть уделом отдельных общественных организаций или государственных органов и должностных лиц в силу ее распространенности в обществе и ее масштабов. Антикоррупционная политика не должна принимать эпизодический характер после очередного разоблачения чиновника. Системность, прозрачность и активное вовлечение общества в процессы по противодействию коррупции существенно повысит эффективность антикоррупционной политики.

Список использованных источников

1. О противодействии коррупции: Федер. закон (от 25.12.2008 г. N 273-ФЗ последняя ред.). – Доступ из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – Текст: электронный. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/

2. Ионов В., Окунькова И. Многоликая коррупция: Выявление уязвимых мест на уровне секторов экономики и государственного управления / В. Ионов, И. Окунькова. – под ред. Кампос Э. – М.: Альпина Пабли., 2016. – 551 с. – [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/914490>

3. Кудрявцев В. Н. Организованная преступность и коррупция в России (1997-1999) (главы автора Кудрявцева В.Н.) / В. Н. Кудрявцев. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 49 с. – [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/739627>

4. Макарова М. Н. Коррупция как предмет социологического анализа / М. Н. Макарова, Р. В. Вахрушев. // Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика. – 2012. – №3. С. 53-60. – [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/504546>

5. Официальный сайт государственного информационного агентства федерального уровня «ТАСС» [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://tass.ru/>

6. Скобликов, П.А. Коррупция в России XXI века: неформальные термины и понятия: словарь / П.А. Скобликов. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 168 с. – [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1872066>

7. Тавокин, Е.П. Коррупция в органах власти / Е. П. Тавокин. // Znanium.com. – 2016. – №1-12. – [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/612569>

PRINCIPLES AND DIRECTIONS OF ANTI-CORRUPTION

V.A. Grechko, E.V. Radchenko, A.M. Drebot

*Sevastopol State University,
Sevastopol, Russia*

The article is devoted to the fight against corruption and its main directions in the Russian Federation. The authors reveal the essence of the system-forming elements of anti-corruption. The importance of the formation of anti-corruption legal awareness and legal culture of the individual is emphasized.

Keywords: corruption, offense, anti-corruption, anti-corruption policy, anti-corruption legal awareness

УДК 330.3

НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: ОПЫТ РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

С.В. Губарьков, Д.В. Популлова, Л.М. Танцюра

*Российская таможенная академия, Владивостокский филиал
г. Владивосток, Россия*

В статье обоснована необходимость проведения цифровой трансформации в системе государственного управления. Отражены этапы трансформации Единого портала государственных услуг в Российской Федерации. Проведен анализ получения гражданами России государственных услуг различными способами. Выделены основные проблемы цифровой трансформации в системе государственного управления РФ. Представлен опыт зарубежных стран в проведении цифровой трансформации в системе государственного управления.

Ключевые слова: информационные технологии, государственное управление, инновации, цифровизация власти, IT-технологии

На нынешнем этапе человеческого развития цифровая трансформация выступает одним из современных ресурсов для совершенствования сфер жизни общества. Не обходят стороной IT-технологии и сферу государственного управления.

Рассматриваемая тема является актуальной, так как управленческие процессы в России и зарубежных странах находятся на стадии перехода к электронному, а в каких-то странах уже и к цифровому, более удобному и оптимальному методу управления. Накопленный опыт использования IT-технологий в государственном управлении позволяет следовать современным тенденциям, делать выбор в пользу их эффективного применения, что оказывает влияние на качество управления государством, а также на рост удовлетворенности граждан деятельностью государственных органов [1].

Под цифровой трансформацией государственной власти следует понимать поэтапное преобразование технологий, начиная с выработки решений государством и заканчивая применением инновационных технологий для формирования качественных результатов функционирования в сфере государственного управления [2].

На сегодняшний день Россия не занимает лидирующую позицию по применению IT-технологий в государственной власти, она находится лишь на начальном этапе внедрения инноваций. Рассмотрим информационные системы в РФ, которые действуют в рамках этапа «Электронное правительство». Именно этот этап является ведущим в России, так как он широко применяется на данный момент. В электронное правительство входит система ЕПГУ (Единый портал государственных услуг). Данной системой могут пользоваться физические и юридические лица. В ней зафиксирована информация о федеральных учреждениях, о совокупности услуг, которые предоставляются в электронном виде. На сегодняшний день портал насчитывает уже более 30 тысяч сервисов в электронном виде. Проведем обзор трансформации Портала государственных услуг с начала введения по настоящее время (см. рис. 1) [3].



Рисунок 1 – Трансформация ЕПГУ

Портал развивается, увеличивая количество услуг, предоставляемых в электронном виде, и улучшая их качество. Министерство цифрового развития РФ в отчете о проведенной деятельности за 2021 год установило, что в 2020 году число пользователей, зарегистрированных на Портале, превысило 100 млн. человек.

Проведем анализ изменения количества граждан, обратившихся к органам государственной власти двумя способами: посещение лично и через Интернет (рис. 2). Для примера представим показатели обращения граждан за государственными услугами в 2015, 2018 и 2019 годах (в % от количества всего населения России).

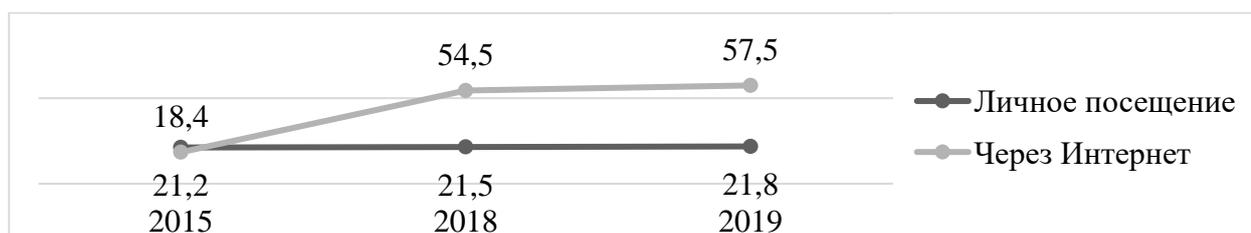


Рисунок 2 – Взаимодействие граждан с органами власти для получения государственных услуг: личное посещение и с помощью Интернета

Исходя из рис. 2 видно, что доля личного посещения практически не увеличивается (менее 1 %), но зато взаимодействие с органами государственной власти через сеть Интернет с каждым годом существенно повышает свои показатели (на 35,7 %). И к 2019 году население со значительным разрывом отдает свое предпочтение сети Интернет для взаимодействия с государственной властью.

К основным проблемам цифровой трансформации в системе государственного управления стоит отнести ненадлежащую степень согласованности трансформации на федеральном и региональном уровне. Для полномасштабного развития цифровой трансформации следует ее проводить во всех субъектах Российской Федерации.

Субъект РФ не может проводить цифровизацию без должного финансирования, из этого вытекает проблема недостатка финансирования. Рассмотрим статистику расходов бюджета некоторых регионов на развитие инновационных технологий. На рис. 3 представлена статистика трех регионов с самым низким объемом расходов на IT-технологии (Ивановская, Магаданская и Костромская области) и с самым высоким объемом расходов (Москва, Санкт-Петербург и Московская область) по состоянию на 2020 год.

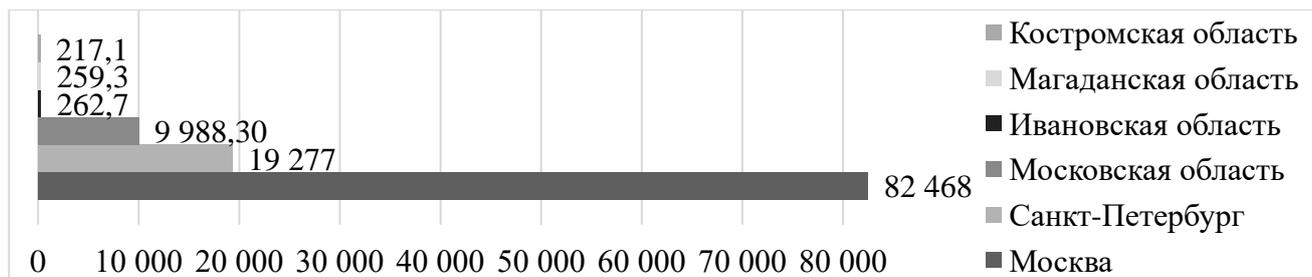


Рисунок 3 – Рейтинг регионов с самым низким уровнем расходов бюджета на IT-технологии и с самым высоким

Анализ уровня расходов бюджета свидетельствует о большой разнице показателей. В Москве суммарные расходы бюджета на IT-технологии, в том числе, и на государственное регулирование, на душу населения составили 6650,6 рублей, в то время как в Костромской области этот показатель составил всего 361,8 рублей в 2020 году.

На сегодняшний день во многих странах накоплен значительный опыт реформирования системы государственного управления. Изучим качество государственного управления в странах и регионах мира (см. рис. 4) [4].

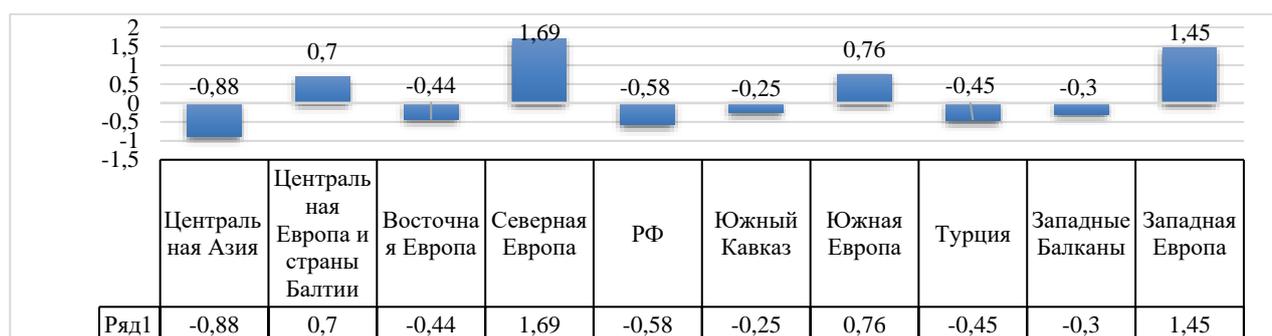


Рисунок 4 – Показатели качества государственного управления в странах мира (WGI), 2019 г.

Показатели были составлены с помощью 6 субиндексов: борьба с коррупцией, качество регулирования, эффективность государственного управления и другие. Страны Северной и Западной Европы имеют самые высокие оценки по всем субиндексам. Страны Центральной Азии и РФ имеют самые низкие оценки, за исключением субиндекса «Политическая стабильность».

Согласно оценкам ООН, в 2018 году первое место в рейтинге электронных правительств заняла Дания. Около 88 % граждан хотя бы один раз в год пользуются возможностью цифрового взаимодействия с государством.

Еще одной ведущей страной в сфере цифровой экономики является Великобритания, где с 2017 по 2020 реализовалась Программа трансформации правительства.

Примером использования цифровых технологий при планировании результатов является внедренная в Великобритании онлайн-платформа

«Predictiv» (<https://www.predictiv.co.uk>), позволяющая проводить поведенческие эксперименты в режиме реального времени. Данная платформа позволяет государственным органам апробировать новые меры государственного регулирования.

Проведение рандомизированных контролируемых испытаний занимает 1-2 недели и позволяет органам власти получить ответы на вопросы, на которые прежде требовались годы исследований. К настоящему времени на платформе было проведено более 30 испытаний, и результаты уже влияют на государственную политику страны.

Таким образом, цифровые технологии могут значительно изменить традиционные подходы к планированию, мониторингу и оценке результатов государственных органов. Объединение данных из различных источников, работа с неструктурированными и частично структурированными источниками информации, апробация отдельных инициатив в рамках контролируемых испытаний, интеграция постоянного сбора обратной связи в процесс разработки, мониторинга и оценки государственного регулирования позволяют государству более качественно выявлять и решать проблемы сегодняшнего дня, прогнозировать и своевременно реагировать на проблемы будущего.

Список использованных источников

1. Теория финансов: учебное пособие / А.А. Бессонова, С.В. Губарьков, Е.А. Курасова, В.В. Лихачева, Е.Д. Рубинштейн, Е.Н. Стенькина; Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента. – Владивосток: Изд-во Дальне-вост. федерал. ун-та, 2022. – 202 с.
2. Акаткин, Ю.М., Ясиновская Е.Д. Цифровая трансформация государственного управления: монография. – Москва: 2018. – 48 с.
3. Морозова, О.А., Лосева В.В., Иванова Л.И. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении: учебное пособие для вузов. 2-е изд. – Москва: Юрайт, 2021. – 142 с.
4. Полюшкевич, О.А., Журавлева И.А., Дружинин Г.В. Основы цифровизации государственного и муниципального управления: учебное пособие. Иркутск: Издательство ИГУ, 2020. – 163 с.

THE NEED FOR DIGITAL TRANSFORMATION IN THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM: THE EXPERIENCE OF RUSSIA AND FOREIGN COUNTRIES

S.V. Gubarkov, D.V. Populova, L.M. Tantscura

*Russian Customs Academy, Vladivostok Branch,
Vladivostok, Russia*

The article substantiates the need for digital transformation in the public administration system. The stages of transformation of the Unified Portal of Public Services in the Russian Federation are reflected. The analysis of the receipt of public

services by citizens of Russia in various ways is carried out. The main problems of digital transformation in the public administration system of the Russian Federation are highlighted. The experience of foreign countries in carrying out digital transformation in the public administration system is presented.

Keywords: information technologies, public administration, innovations, digitalization of power, IT technologies

УДК 339.137.2

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАФЕ ТАДЖИКСКОЙ КУХНИ «МИР» В Г. ТОМСКЕ

С.Е. Денисов

*Национальный исследовательский Томский государственный университет,
г. Томск, Россия*

В данной статье были определены способы управления конкурентоспособностью организаций, проведен краткий анализ конкурентоспособности на примере кафе таджикской кухни «Мир» осуществляющую свою деятельность в г. Томске. Были использованы такие аналитические инструменты, как SWOT-анализ, выявивший слабые и сильные стороны предприятия, а также угрозы и риски. В результате исследований были сделаны соответствующие выводы для повышения конкурентоспособности в целом, а также повышения конкурентоспособности исследуемой организации.

Ключевые слова: конкуренция, общественное питание, экономика

В условиях серьезной конкуренции на рынке, необходимо не просто найти место на рынке, но и постоянно повышать свои конкурентные преимущества для продвижения среди других организаций, занимающихся аналогичной деятельностью.

Управление процессом повышения конкурентоспособности предполагает целостную систему действий по улучшению всех показателей деятельности, особенно финансово-экономических результатов. Конкурентоспособность организации определяется совокупностью свойств, характеристик и особенностей реализации бизнес-процессов, целью которых является достижение лучших результатов экономической деятельности.

Определение конкурентных преимуществ, а так же негативных факторов влияния на конкурентоспособность конкретной организации является важнейшим шагом на пути совершенствования и финансового состояния и экономических результатов деятельности, а также улучшения положения среди конкурентов и в целом на рынке.

К способам управления и повышения конкурентоспособности экономического субъекта на примере общепита можно отнести:

1. Рекламную компанию как коммерческим способом, так и посредством «сарафанного радио»;

2. Создание благоприятной атмосферы в заведении за счет обустройства доброжелательного персонала, соответствующими элементами внутреннего интерьера

3. продвижения системы стандартов качества;

4. кооперации сил государственных органов, бизнеса, университетов в процессе разработки и передачи технологий;

5. создание экологически чистых технологий в процессе поиска путей снижения стоимости производства;

6. рост затрат фирм на повышение квалификации, переподготовку и подготовку кадров;

7. создание наукоемких производств;

8. направление инвестиций в НИОКР.

Исследование состояния системы конкурентных преимуществ позволяет выявить организационные резервы повышения конкурентоспособности.

Томск является студенческой столицей России (численность студентов составляет примерно 15 % от общего населения). Сфера общественного питания развита на очень хорошем уровне.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей конкурентоспособности кафе таджикской кухни «Мир» в г. Томске. Выбор данного заведения обусловлен тем, что Мир значительно выделяется на фоне аналогичных мест общественного питания.

Результаты, проведенной экспертной оценки конкурентного положения рассматриваемого кафе «Мир» показывают, что данная единица не отстает от конкурентов и даже превосходит их по некоторым позициям.

В частности, можно выделить несколько преимуществ данного заведения, таких как:

1. При относительно низкой цене порции внушительного размера, что позволяет взять только одно блюдо и сэкономить на втором;

2. Расположение в непосредственной близости от студенческих общежитий, жилых районов, авто- и железнодорожного вокзала;

3. Круглосуточный график работы. Это очень важно, потому что к 2022 году из-за пандемии и оттока студентов, многие места общественного питания не выдержали сложностей и отошли от круглосуточного графика работы.

4. Наличие обширного меню с фактически присутствующими позициями – что в меню, то можно заказать;

5. Два больших зала со столами на 4 человека позволяют комфортно пообедать без ожидания очереди;

6. Креативный подход к клиенту – в «Мире» работают два очень приветливых близнеца, которые вступают в контакт практически с каждым посетителем, например: практически всегда при оглашении чека, продавец умножает сумму в 10 раз, чем вводит в ступор.

7. Блюда можно разнообразить бесплатными продуктами (кетчуп, аджика, маринованный лук и т.д.) в неограниченном количестве.

Все это приводит к тому, что в «Мире» постоянно очередь, независимо от времени суток. Ночью можно часто встретить сотрудников МВД, Скорой помощи, таксистов.

Вместе с достоинствами можно выделить и недостатки:

1. Практически все блюда очень жирные в виду особенности восточной кухни. На вегетарианское меню приходится 17 % (без учета кондитерских изделий и напитков).

2. Ввиду большого количества посетителей, «Мир» является скорее столовой, чем кафе. Основная цель посетителя не провести время за приемом пищи, а быстро, вкусно и недорого поесть. Это сильно сказывается на отношении руководства к внутреннему декорированию заведения. Одно помещение покрыто стенами с яркими панелями, другое отделано белой плиткой. Кроме меню, никаких элементов декора нет.

3. Кафе «Мир» не является сетевой организацией, поэтому, охват составляет только Кировский и Советский районы.

4. В «Мире» отсутствует как собственная доставка, так и интеграция с сервисами доставок. Вызвано это, скорее всего, с отсутствием востребованности в реализации продукции таким образом и нехваткой персонала.

Подводя итог, можно сказать следующее. Кафе таджикской кухни «Мир» в городе Томске занимает призовое место в рейтинге бюджетных столовых (средний чек около 250 рублей по меркам 2022 года). Вызвано это недорогими ценами, крайне большими порциями, удобной транспортной и пешеходной доступностью, круглосуточной работой. Не стоит также забывать про особый подход к клиенту. Устранять недостатки заведению не предоставляется возможным, в виду отсутствия других филиалов и дополнительной востребованности в клиенте.

Список использованных источников

1. Катькало, В.С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Издат. Дом С.-Петерб. Гос ун-та, 2008. – 548 с.

2. Рубин, Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие и профессионализм в бизнесе. – Москва: Маркет ДС, 2008. – 464 с.

3. Грант, Р.М. Современный стратегический анализ. СПб.: Питер, 2008. – 560 с.

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE TAJIK CUISINE CAFE «MIR» IN TOMSK

S.E. Denisov

*National Research Tomsk State University,
Tomsk, Russia*

In this article, the methods of managing the competitiveness of organizations were identified, a brief analysis of competitiveness was carried out on the example of

the Tajik cuisine cafe «Mir» operating in Tomsk. Analytical tools such as SWOT analysis were used, which revealed the weaknesses and strengths of the enterprise, as well as threats and risks. As a result of the research, appropriate conclusions were made to increase competitiveness in general, as well as to increase the competitiveness of the organization under study.

Keywords: competition, public catering, economy

УДК 658.56:

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

И.Д. Егоров, А.В. Никончук

*Сибирский государственный университет науки и технологий
им. М.Ф. Решетнева,
г. Красноярск, Россия*

В статье рассмотрены показатели качества производства мебели, идентифицированы риски процесса производства мебели, проведены расчеты стоимости затрат при возникновении риска и на его предупреждение.

Ключевые слова: затраты, качество, мебельное производство, процессная модель, система менеджмента качества

В Красноярском крае на конец 2021 году функционировало 853 индивидуальных предпринимателя, занятых в производстве мебели, поэтому повышение удовлетворенности потребителей и обеспечение конкурентоспособности предприятия являются актуальными задачами [1]. Потенциальными преимуществами для организации от применения системы менеджмента качества (СМК), основанной на настоящем стандарте, является способность предприятия стабильно предоставлять продукцию и услуги, которые удовлетворяют требования потребителей и применимым законодательным и нормативным правовым требованиям [2]. Основой СМК предприятия является процессный и риск-ориентированный подходы. Построение процессов позволяет планировать процессы и их взаимодействие. На рисунке 1 представлена сеть бизнес-процессов предприятия по производству мебели, которая визуализирует взаимодействие процессов и определяет их последовательность [3, с. 489].

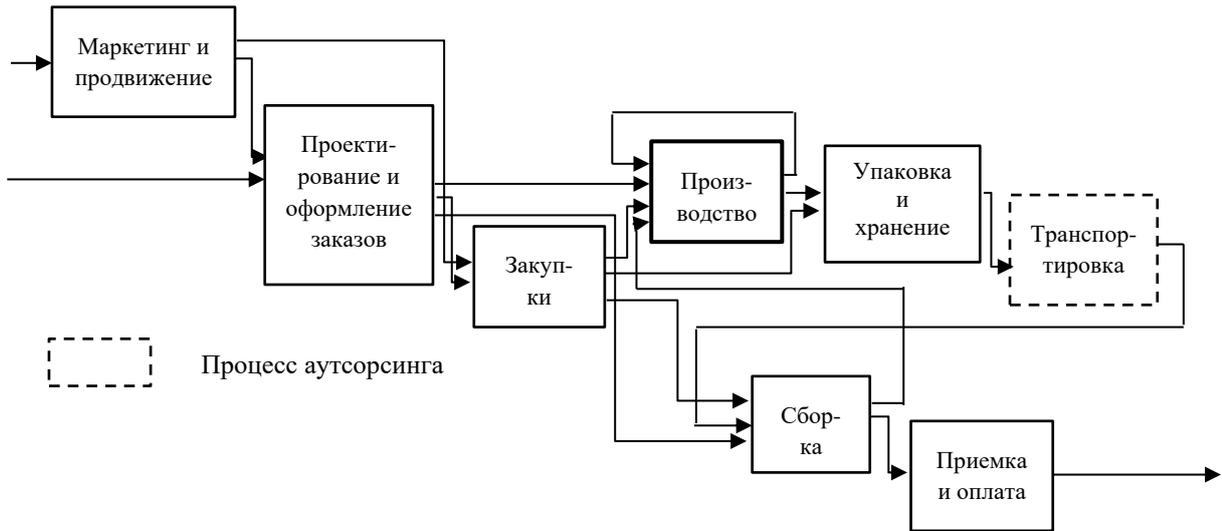


Рисунок 1 – Бизнес-процессы предприятия по производству мебели [3]

Нами построено иерархическое дерево показателей качества производства мебели. Фрагмент в части показателей надежности и безопасности представлен на рисунке 2.

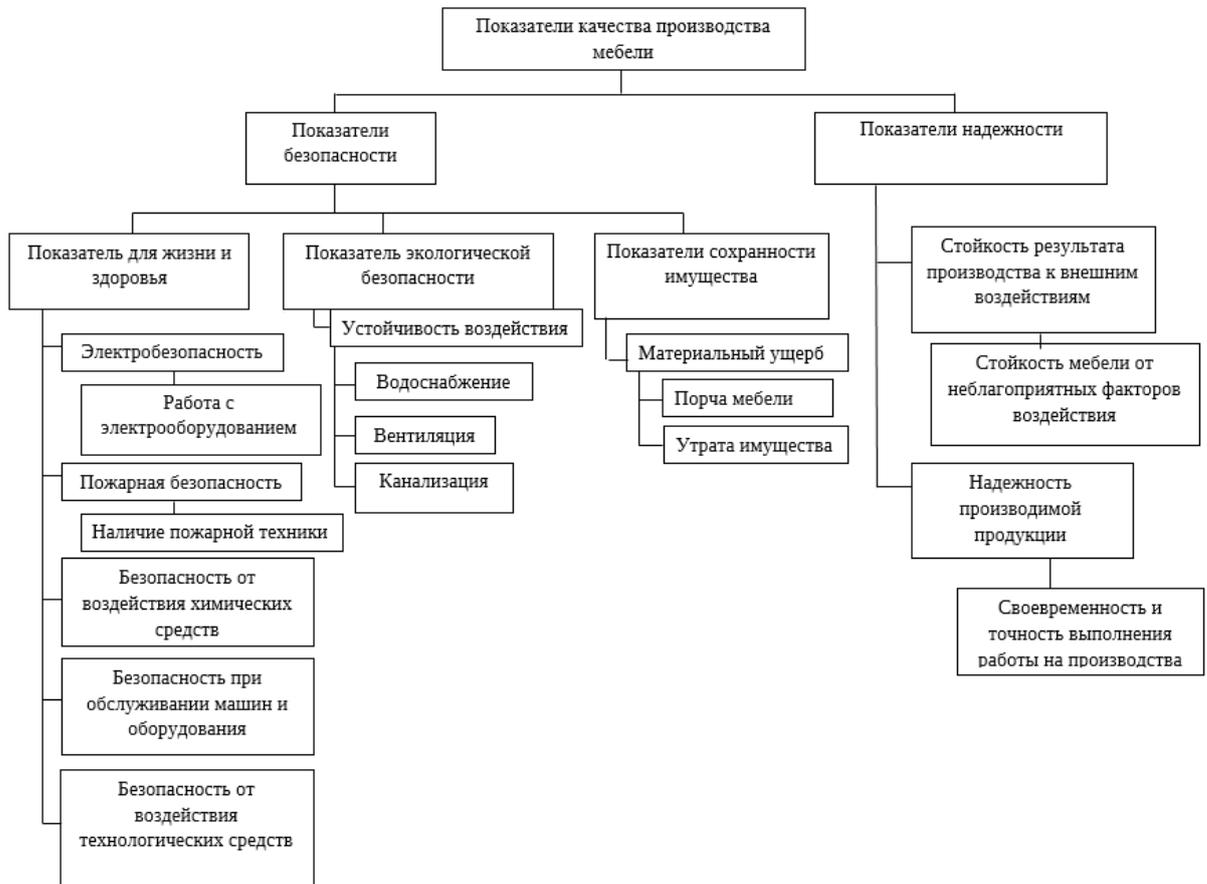


Рисунок 2 – Показатели качества производства мебели

Таким образом, на результаты процессов мебельного производства влияют показатели качества материалов, сборки и установки, что напрямую оценивается потребителем и соответствует его желаниям. В период эксплуатации потребитель оценит устойчивость к внешним воздействиям и надежность мебели. Иерархическое дерево показателей качества производства мебели позволяет определить точки контроля и идентифицировать риски в процессах. Нами определен владелец процесса «Производство мебели» и обозначены события, негативно сказывающиеся на удовлетворенности конечного потребителя (табл. 1).

Таблица 1 – Процесс производства мебели

Процесс	Ответственный	Результат процесса	Единица измерения результата процесса	Событие, негативно сказывающееся на достижении результата
Раскройка заготовок	Главный инженер	Заготовки для готовой продукции	шт.	Количество заготовок не соответствует проекту и договору заказ. Нарушение размеров заготовок Шаблоны и чертежи детали не соответствуют проекту
Обработка торцов деталей	Главный инженер	Обработанные детали заказа	шт.	Нехватка материалов для проклейки торцов. Поломка оборудования для приклеивания.
Выбор и установка фурнитуры	Главный инженер	Подготовленные детали мебели для сборки	шт.	1.Нарушена точность при сверлении деталей. 2.Цвет фурнитуры не соответствует заказу. 3.Нарушены сроки поставки материалов поставщиком.

Нами проведена оценка и обозначены критические события: нехватка материалов для проклейки торцов; нарушены сроки поставки материалов поставщиком. Для предотвращения риска нехватки материалов предложены следующие мероприятия: провести инвентаризацию на складе по материалам, сопоставить затраты материалов с количеством заказов; включить в обязанность главного инженера анализировать остатки материалов на этапе формирования заказа клиентом; при поступлении товара на склад проводить процедуру контроля качества поступающего сырья и материалов.

Для оценки финансового риска, в случае наступления события «Нехватка материалов для проклейки торцов» были проведены расчеты стоимости затрата при возникновении риска и затрат на предупреждение риска (табл. 2).

Таблица 2 – Расчёт стоимости затрат при возникновении и предупреждение рисков

Наименование риска	Событие, которое может возникнуть при наступлении риска/ действие, направленное на предупреждение возникновения риска	Расчет затрат при наступлении риска/ для предотвращения риска	Стоимость риска, руб.
Нехватка материалов для проклейки торцов	<u>Событие:</u> Сдвиг сроков изготовления	Затраты могут возникнуть если клиент потребует компенсацию за сдвиг сроков изготовления.	Компенсация 2000 руб. Потеря клиента - 30000 рублей.
	<u>Действия:</u> 1) регулярное проведение инвентаризации на складе по материалам, анализ остатков.	Заработная плата инженера за 1 час работы.	300,00
	2) включить в обязанность главного инженера анализ остатка материалов при принятии заказа на изготовление.	Заработная плата главного инженера за 0,5 часа работы.	150,00
	3) при поступлении товара на склад проводить процедуру по анализу качества предоставляемого сырья и материалов.	Заработная плата главного инженера за 1 час работы.	300,00
Итого:			750,00 руб.

Проведя расчеты по затратам при возникновении риска и затратам на предупреждения рисков, мы получили, что еженедельной потерей может быть компенсация клиентам за задержки сроков поставки мебели и потеря следующего клиента за негативный отзыв о предприятии. Процедура по анализу остатков материалов на складе и контроль качества поставляемой продукции позволит в сроки выполнить заказ. На мероприятия на предупреждение возникновения рисков может быть потрачено всего 750 рублей. При возникновении риска затраты составят 32 000 рублей, что в разы больше, чем затраты на предупреждение риска.

Список использованных источников

1. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва: официальный сайт. – Красноярск. – URL: <https://krasstat.gks.ru/folder/32919> (дата обращения: 18.05.2022)

2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. –Москва : Стандартиформ, 2015. – 23 с. – Текст : непосредственный.

3. Шаропов, С.М., Трошкова Е.В. Проектирование элементов системы менеджмента качества мебельного производства//Сб. материалов Всероссийской научно-практической конференции «Лесной и химический комплексы – проблемы и решения» (18-19 сентября 2020 г.). – Красноярск, 2021. – С. 487-490. – URL.: ID: 45598723_(дата обращения: 18.05.2022).

PROCESS APPROACH IN QUALITY MANAGEMENT OF FURNITURE PRODUCTION

I.D. Egorov, A.V. Nikonchuk

*Reshetnev Siberian State University of Science and Technology,
Krasnoyarsk, Russia*

The article discusses the quality indicators of furniture production, identifies the risks of the furniture production process, calculates the cost of costs in the event of a risk and its prevention.

Key words: costs, quality, furniture production, process model, quality management system

УДК 338.12

ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ПЕРИОД СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Д.Д. Еремин, А.Д. Морковина, С.А. Рязов

*Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых,
г. Владимир, Россия*

Авторы в своей работе дают подробный анализ проблеме психологических факторов, влияющих на величину спроса в период экономического кризиса и обращают внимание на важность учета психологических детерминант в поведении потребителя. Особое внимание в исследовании уделено взаимосвязи экономических и психологических закономерностей.

Ключевые слова: психология, потребность, спрос, потребитель, экономический кризис

В современном мире в условиях рыночной экономики, особо важную роль играет изучение факторов, влияющих на поведение потребителей в условиях социально-экономической нестабильности. Стремительное развитие психологической науки в последнее десятилетие позволяет более точно изучить неценовые детерминанты спроса потребителя на рынке.

Истории известны сотни примеров проявления социально-экономической нестабильности, поражающих своими масштабами относительно ущерба, нанесенного финансовой и социальной системам. Одним из крупнейших экономических кризисов в истории, безусловно, является Великая депрессия 1929-1939 гг., получившая свое название благодаря продолжительному и глубокому протеканию следующих фаз экономического цикла: спад, он же и называется «депрессией», и дно [4]. Мировой экономический кризис сопровождался практически полным крахом банковской системы. Спрос не был исключением: его уровень претерпел значительное сокращение, что вылилось в последующее падение цен на сельскохозяйственную продукцию примерно на 40-60 %. Долгое время исследователи психологии потребления предпринимали попытки обнаружить глубинные факторы, влияющие на поведение потребителя в условиях социально-экономической нестабильности. Применяя метод тестирования и анкетирования, ученые пришли к выводу, что на потребление нормальных благ влияют описанные нами ниже факторы.

Одним из таких факторов является состояние тревоги, свойственное каждому человеку в период какой-либо ситуации неопределенности. В Большом психологическом словаре К.М. Гуревич [2], тревога (англ. anxiety) – это переживание эмоционального дискомфорта, связанное с ожиданием неблагополучия, предчувствием грозящей опасности. В отличие от страха как реакции на конкретную, реальную опасность, тревога является переживанием неопределенной, диффузной угрозы [1, 3]. Особый рост этого состояния наблюдается в период экономических кризисов, которые сопровождаются такими явлениями как повышение цен на товары (инфляция, снижение реальных доходов населения), сокращение государственных трансфертов (стипендий и социальных выплат для домохозяйств, субсидий для фирм и т.д.). Повышенная тревога может способствовать росту величины спроса на покупку населением различных фармакологических средств, снижающих данное состояние, а также катализирует спрос на алкогольную и табачную продукцию [5].

Другим, не менее важным фактором, влияющим на поведение потребителя, является личностная ригидность человека. Обращаясь к тому же психологическому словарю, мы находим следующее определение [2]: «ригидность – неспособность корректировать программу деятельности в соответствии с требованиями ситуации» Различают когнитивную, аффективную и мотивационную ригидность. В поведении потребителя, обладающем личностной ригидностью, можно наблюдать упрямство, чрезмерную эмоциональную впечатлительность и неспособны к

саморегуляции. Согласно теории Дж. Кейнса, люди склонны уменьшать свое потребление с уменьшением дохода, но не в той мере, в какой уменьшается сам доход. Например, для многих граждан, привыкших к определенному набору продуктов потребления, оперативное изменение своего рациона может оказаться весьма затруднительным. Личностная ригидность как раз и является тем фактором, который препятствует индивиду изменить свой рацион. Примером таких продуктов может служить спрос на крепкие алкогольные напитки, от которых потребителю будет сложно отказаться в краткосрочной перспективе.

Еще одним фактором, влияющим на психологию потребителя в период социально-экономической нестабильности, являются психологические потребности личности. Известнейшей теорией человеческих потребностей является модель иерархии потребностей А. Маслоу. Он выделял 7 уровней потребностей: физиологические потребности, потребности в безопасности, потребности в принадлежности и любви, потребность в уважении, познавательные потребности, эстетические потребности и потребности в самоактуализации. С точки зрения экономической парадигмы, для нас имеют значения два низших – фундаментальных уровня потребностей. Физиологические потребности рядовой потребитель удовлетворяет по средствам приобретения товаров, относящихся к группе товаров первой необходимости: основные продукты питания, гигиенические товары, медикаменты и др. Эти товары имеют крайне низкую эластичность спроса по цене, из чего следует относительное постоянство величины спроса на них в условиях экономического кризиса.

В таблице 1 приведены данные о потреблении некоторых товаров первой необходимости. Как мы видим, объем потребления подобных товаров остается относительно стабильным, а это, в свою очередь, говорит нам о том, что люди стремятся удовлетворить потребность в еде и всячески избежать голода. При фрустрации данной потребности (на пример, дефицит товаров первой необходимости) у потребителей может значительно снизиться уровень жизни, а чувство безопасности и стабильности будет утеряно. Появление такого рода переменных может повлечь за собой снижение уровня общественного благосостояния, развитие теневого сектора экономики и появлению социальной нестабильности.

Таблица 1 – Потребление продуктов питания по РФ, в килограммах на душу населения в год

	Год										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Сахар	39	39	37	39	40	40	40	40	39	39	39
Масло	12,7	12,7	13	13,4	13,5	13,7	13,7	13,8	13,6	13,7	13,9
Овощи	92	99	101	98	102	103	102	102	102	102	104
Фрукты и ягоды	50	55	55	57	59	60	63	63	60	60	59

При фрустрации потребности в безопасности у человека может появиться страх незащищенности своих финансовых активов (вкладов и сбережений) от инфляции, наличие страха и тревоги потерять постоянное место работы и источники дохода. Иллюстрацией этого тезиса может служить изменение структуры вкладов физических лиц в рублях во время политического и экономического кризиса в России в 2014 году. Если в 2014 году доля вкладов физических лиц на срок 1-3 года составляла больше половины всех депозитов (51,3 %), то уже в 2016 году эта цифра уменьшилась до 33,9 %, а доля вкладов на более короткий срок (181 день – 1 год) возросла более чем в 2 раза (с 14,7 % до 35,2 %), согласно данным Росстата.

Таким образом, проанализировав различные факторы, влияющие на поведение потребителя в период социально-экономической нестабильности, мы пришли к выводам, что поведение потребителя в значительной степени определяется его психологическими особенностями, которые детерминирует его склонность к потреблению товаров и услуг.

Список использованных источников

1. Eremin, D., Vinarchik E. Beadweaving as a method for reducing anxiety in high school students in the period of preparation for school exams. - *Inovace a technologie ve vzdělávání*. – 2020. – С. 41-44.

2. Большой психологический словарь под ред. Мещеряков Б.Г., Зинченко В.П. – М.: 2003. – 857 с.

3. Еремин, Д.Д., Винарчик Е.А. Эмпирическое исследование уровня тревожности старших школьников в период подготовки к экзамену. – *Ярославский психологический вестник*. – 2021. – №3 (51). – С. 91-94.

4. Носова, С.С. Экономическая теория: учебник / С.С. Носова. – 4-е изд., стер. – Москва: КНОРУС, 2017. – 792 с.

5. Хасанова, И.И. Экономическая психология: учеб. пособие / И.И. Хасанова. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2010. – 119 с.

CONSUMER PSYCHOLOGY IN THE PERIOD OF SOCIO-ECONOMIC INSTABILITY

D.D. Eremin, A.D. Morkovina, S.A. Ryauzov

*Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletovs,
Vladimir, Russia*

The authors in their work give a detailed analysis of the problem of psychological factors affecting the amount of demand during the economic crisis and pay attention to the importance of taking into account psychological determinants in

consumer behavior. Special attention in the study is paid to the relationship of economic and psychological patterns.

Keywords: psychology, need, demand, consumer, economic crisis

УДК 338.46

ПЕРСПЕКТИВЫ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ «КЛИЕНТ-ИСПОЛНИТЕЛЬ» НА ШВЕЙНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Н.А. Еремина, И.Н. Камнева

*Институт пищевых технологий и дизайна-филиал ГБОУ ВО «Нижегородский инженерно-экономический университет»,
г. Нижний Новгород, Россия*

В статье характеризуется актуальность перспектив оптимизации на швейных предприятиях малого бизнеса системы «клиент-исполнитель», раскрываются методы и приемы, позволяющие повысить уровень обслуживания и оптимизировать процесс общения с клиентом. Рассматриваются ресурсы, способные улучшить качество коммуникации «клиент-исполнитель».

Ключевые слова: перспективы, малый бизнес, оптимизация, коммуникации, «клиент-исполнитель»

Когда распался Великий Запрещающий Механизм, утверждающий, что все люди должны иметь одинаковые возможности и перспективы, многие стали понимать, что их благосостояние в их же руках. Именно тогда начался рассвет эры малого предпринимательства, который продолжается и по сей день. Малый бизнес в России – это явление, способное максимально улучшить качество жизни населения, предлагая потребителю не только гибкую систему ценообразования, но и высококачественные, а в ряде случаев, уникальные товары. Малый бизнес повышает уровень социальной ответственности, экономической инициативы и осведомлённости граждан. Конкуренция, являющаяся основным мотиватором работы малых предприятий в системе рыночной экономики, позволяет сдерживать рост цен на товары и услуги, и побуждает предпринимателей постоянно повышать качество продукции и внедрять новые технологии.

Лучшими перспективами развития объективно обладают предприятия, вовлечённые в сферу сервиса. К ним относятся в том числе швейные ателье и

студии костюма. Успех швейного предприятия сферы сервиса обеспечивает ряд факторов. Гарантией положительного динамичного существования в условиях конкурентной среды для ателье будет отлаженная система маркетинга: формирование заказа, прогнозирование проектных серий, планирование и проведение мероприятий PR и другие. Прецедент к устойчивой репутации предприятия среди прочих типовых создаст отлаженная система коммуникации «клиент-исполнитель». Значительную роль в ней будут играть методы и приёмы, позволяющие повысить уровень обслуживания и оптимизировать процесс общения с клиентом на всех стадиях выполнения заказа.

Коммуникация «клиент-исполнитель» комплексная, включающая стадии:

- начальная стадия привлечения внимания клиента,
- внутри процессная стадия, когда осуществляются мероприятия приёма заказа и отработки основных проектных вопросов по ходу проведения примерок,
- завершающая стадия, реализующаяся в процессе сдачи заказа клиенту,
- перспективная стадия, предполагающая проведение комплекса рекламных мероприятий по продвижению проектных идей, демонстрирующих ассортиментные предложения ателье.

Для того, чтобы коммуникация считалась положительно реализованной, необходимо, чтобы все стадии были освоены качественно.

В процессе изготовления заказа на предприятиях малого бизнеса с клиентом общается группа специалистов: приёмщик заказов, дизайнер, исполнитель (закройщик). С первой минуты разговора по телефону и вплоть до того момента, когда клиент покинет ателье с удачно пошитым изделием, каждое слово в диалоге между исполнителем и потребителем является слагаемым успешного имиджа. Если предприятие дорожит репутацией и постоянно совершенствует корпоративную культуру, то общение с клиентом со стороны всех специалистов будет одинаково позитивным. Но проявление абсолютной исполнительской дисциплины и заботы о положительном имидже предприятия мы наблюдаем не всегда. Нарушение позитивной вербальной коммуникации между клиентом и исполнителем свойственно переходному периоду, в котором, собственно, развивается российский малый бизнес. Иными словами, люди не могут внятно излагать свои просьбы и предложения, договариваться, убеждать, соглашаться с критикой и искать пути корректировки решений. Однако мы должны понимать временность процесса и предусматривать мероприятия, ориентированные на перспективу. Рассмотрим ресурсы, способные улучшить качество коммуникации «клиент-исполнитель».

Первая составляющая коммуникации «клиент-исполнитель» – привлечение внимания клиентов – необходима для любого бизнеса. Выбирая канал привлечения клиентов, компания руководствуется, как минимум, следующими критериями:

- стоимость схемы привлечения клиентов,
- эффективность механизма привлечения клиентов.

В настоящий момент существует множество способов и методов привлечения клиентов. Для швейных предприятий системы сервиса оптимальны следующие:

- «оффлайн реклама»: полиграфическая реклама в газетах и журналах, стендовая реклама, в т.ч. на транспорте, раздача листовок, реклама на радио;
- «онлайн реклама»: баннерная реклама в сети «Интернет», организация и поддержание персонального сайта;
- директ-реклама – персональные рассылки с информацией об ассортименте, скидках, акциях.

Каждая рекламная технология позволяет достичь результата при условии того, что покрывает обширный потребительский сегмент. Швейные ателье так или иначе задействуют все виды рекламной коммуникации.

Наилучшие предложения по оптимизации коммуникации между клиентом и заказчиком представлены для следующей, внутривидеопроцессной стадии. Именно здесь предлагаются компьютерные технологии и оригинальные приспособления. Например, для осуществления мероприятий приёма заказа сегодня используют виртуальные примерочные. Они выглядят, как обычное зеркало, размещаются в примерочных магазинах готовой одежды и сканируют фигуру клиента, выбравшего или заказавшего для индивидуального изготовления ту или иную модель. Данные передаются на главный сервер швейного предприятия и далее запускаются в процесс.

Отработка основных проектных вопросов по ходу изготовления эскиза осуществляется в системе онлайн с помощью видео-ресурсов. Речь идет и о диалогах между дизайнером и клиентом, и о примерках с демонстрацией модельных решений на манекене.

На сегодняшний день многие отечественные компании для общения с клиентами используют различные инструменты «обратной связи» на своих веб-ресурсах. Наиболее популярной является возможность задать вопрос посредством сайта, скайпа, на форумах, чатах и других службах. Многие веб-ресурсы отечественного сегмента Интернета предоставляют посетителям возможность не просто ознакомиться с компанией и ее услугами, а еще и удаленно или же напрямую побеседовать с менеджером. С этой целью на контактной странице сайта размещается «форма обратной связи» – отправка вопроса или же комментария, возможность обсудить ту или иную проблему на форуме или чате, напрямую поговорить с представителем компании в мессенджере. Общение с клиентами через подобные службы пока не нашло достаточного распространения в менеджменте швейных ателье, несмотря на то, что для решения большого количества задач оно является наиболее экономичным выходом.

Завершающая стадия коммуникации – сдача готового изделия – оптимизируется так же с помощью современных средств связи и компьютерных технологий.

Финальная, перспективная стадия должна реализовываться в процессе участия ателье в специализированных ярмарках или выставках-продажах. Отсутствие презентации продукции ателье на выставочных стендах и в рекламных показах объясняется недостаточностью ассортимента, по мнению владельцев достойного для представления.

Сегодня рынок сервисных услуг по изготовлению швейных изделий находится в стадии формирования, конкурентная среда не определена, швейные ателье работают с постоянными клиентами, для которых авторитет выбранной марки уже понятен, или выполняют услуги ремонта. На этом этапе можно рекомендовать использовать технологии интернет-коммуникаций.

Улучшение качества общения потребителя и исполнителя неизбежно ведёт к улучшению рынка услуг. Современным предприятиям сервиса необходимо ориентироваться в новинках и видеть перспективу, повышая статус и формируя стратегию индивидуального развития в направлении брендинга.

Список использованных источников

1. <http://small-business.web-3.ru/basics/small/>
2. <http://tryonline.ru/instruction.html>
3. http://revolution.allbest.ru/manufacture/00102414_0.html
4. <http://finansovyvesovety.ru/kak-pravilno-razgovarivat-s-klientom/>
5. <http://www.kokh.ru/idei-dlya-biznesa-kak-otkryt-atele/>

PROSPECTS FOR OPTIMIZING THE «CLIENT-CONTRACTOR» SYSTEM AT SEWING ENTERPRISES OF SMALL BUSINESS

N.A. Eremina, I.N. Kamneva

*Institute of Food Technologies and Design - branch of the State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Nizhny Novgorod Engineering and Economic University»,
Nizhny Novgorod, Russia*

The article characterizes the relevance of the prospects for optimizing the «client-performer» system at sewing small businesses, reveals methods and techniques to improve the level of service and optimize the process of communication with the client. Resources that can improve the quality of communication «client-executor» are considered.

Key words: prospects, small business, optimization, communications, client-performer

АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

И.И. Зайцева, С.В. Губарьков

*Дальневосточный федеральный университет,
г. Владивосток, Россия*

В статье представлена краткая характеристика состояния строительного бизнеса в России. Рассмотрены особенности строительного проекта и основные этапы управления рисками проектов. Обоснована необходимость постоянной проверки рисков на актуальность в связи с изменениями во внешней окружающей среде.

Ключевые слова: риск, строительство, управление рисками, строительный проект

Исходя из обобщенных мнений руководителей строительных организаций и официальных количественных данных Росстата, экономический вид деятельности «Строительство» сохраняет за собой статус самой проблемной и непредсказуемой среди всех восьми базовых отраслей экономики страны. Причем текущая и ожидаемая экономическая неопределенность в строительстве вызвана как отраслевыми факторами, так и геополитическими.

Строительство в РФ последние годы развивается по рецессивно-стагнационному сценарию. Основной вклад в общий объем производственного строительства вносят в первую очередь крупные VIP-объекты (Керченский мост, космодром Восточный и др.). Эти объекты обеспечены новейшим оборудованием и квалифицированным персоналом, однако, не во всей отрасли имеется возможность вводить современные технологии и высоко оплачивать труд профессиональных рабочих [1].

В строительстве наблюдается неоднородность возможностей и качества выполняемых работ. Несмотря на кажущиеся высокую доходность и ожидаемую прибыль, отрасль характеризуется высокими рисками, что часто отталкивает потенциальных инвесторов, банки с трудом выдают кредиты на большие суммы и долгий срок, учитывая неопределенность перспектив и возможностей возврата денежных средств. Также в строительном бизнесе наблюдается монополистичность, что, как следствие, негативно сказывается на ценообразовании и качестве работ. Большинство компаний, особенно лидеры отрасли, работают преимущественно вне зоны конкуренции со стороны других строительных фирм. Лидеры рынка не только забирают на себя большинство крупных заказов, но и основной поток инвестиций уходит именно к ним, инвесторов привлекают гарантированная государственная поддержка и надежность компаний на рынке.

Управление проектом, связанным со строительством, многими параметрами отличается от стандартных методов. Это выражается в повышенной вероятности наступления риска, а значит, требует повышенного внимания со стороны риск-менеджера [2].

Особенности строительного проекта:

- большое число вовлеченных сторон;
- большая зависимость от экономической и политической ситуации в стране;
- постоянно меняющиеся цены на материалы и на работу;
- каждый проект уникален, поэтому нельзя использовать типовые схемы.

Учитывая все эти параметры, необходимо быстро принимать серьезные решения, быть готовым нести ответственность и всесторонне смотреть на проблемы.

Далее опишем стандартный процесс управления рисками. Он делится на три этапа [3]:

I этап – анализ. На данном этапе необходимо:

- идентифицировать риск - выявить опасности, которые могут угрожать имущественным и финансовым интересам;
- оценить риск – для этого используются экономико-статистические методы, метод оценки экспертами и так далее;
- анализ причин возникновения рисков.

II этап – принятие решения для уменьшения вероятности возникновения риска. В теории риск-менеджмента существует 4 метода:

- уклонение – компания не делает что-то, что может привести к возникновению негативных последствий;
- сокращение – проводятся мероприятия по сокращению негативных последствий;
- принятие – компания не делает ничего, чтобы сократить или избежать негативные последствия, она готова полностью понести за него ответственность;
- диверсификация и/или страхование – передача всего или части риска партнерам.

III этап – контроль:

- физический – принятие мер для снижения вероятности наступления риска, предупреждение его;
- финансовый – поиск источников, которые смогут компенсировать ущерб (страхование, самострахование).

Для управления рисками в строительстве необходимо постоянно дополнять существующие стандартные этапы специфическими для отрасли. Конечно, невозможно свести к минимуму все возможные риски, но можно заранее составить план действий, который поможет быстро и эффективно среагировать на возникшие трудности. Это становится особенно важно в стрессовых ситуациях, нельзя не учитывать психологический и человеческий

факторы. Также необходимо постоянно проверять риски на актуальность. Один риск может быть актуальным на определенном этапе реализации проекта или утратить свою значимость в связи изменениями во внешней окружающей среде [4].

В предложенном плане действий на случай кризисной ситуации обязательно должны быть прописаны цели в области качества, а также шаги для их достижения.

Цели должны соответствовать следующим параметрам:

- быть согласованными с политикой в области качества организации;
- быть измеримыми;
- учитывать требования проекта;
- подлежать постоянному мониторингу;
- должны актуализироваться по мере изменения внешней окружающей среды и с течением проекта.

Строительство несет опасный характер деятельности. Часто реальная стоимость выполнения проекта оказывается гораздо больше заранее рассчитанной и указанной в смете. Для того, чтобы этого не происходило, необходимо грамотно и точно составлять бизнес-план проекта, но по причине сложности и низкой квалификации работников, многие этапы упускаются или просчитываются неточно. Последние годы строительство остается лидером среди банкротств, это связано в первую очередь с нестабильной обстановкой в мире и в стране, а также с низким уровнем финансового менеджмента в закрытых компаниях. Успех строительных предприятий зависит от многих аспектов. Например, от состава основных фондов, квалификации рабочих, конъюнктуры строительного рынка в регионе, наличия и объема заказов, уровня конкуренции и т.п. Все это непосредственно влияет на планирование работы риск-менеджера строительной организации в сторону усложнения задач и схем действий.

Список использованных источников

1. Федорченко, В.А., Василенко Ж.А. - Инструментарий гибкой методологии управления проектами в строительной отрасли // Теоретическая и прикладная экономика. – 2022. – № 1. DOI: 10.25136/2409-8647.2022.1.35958 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=35958.

2. Губарьков, С.В. Основы финансовой деятельности организации: учебное пособие / С.В. Губарьков. – Владивосток: Изд – во Дальневост. федерал. ун-та, 2017. – 171 с.

3. Страхование [Электронный ресурс]: учеб. пособие для бакалавриата / Л.К. Васюкова, Ж.И. Лялина, Н.А. Мосолова, В.А. Останин. – Электрон. дан. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2017. – Режим доступа: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.438751>.

4. Губарьков, С.В. Меры поддержки инновационного предпринимательства в Российской Федерации / С.В. Губарьков // Социально-экономическое развитие регионов в цифровую эру: сборник материалов II Всерос. научно-практич. конф. (15 мая 2020 г., г. Биробиджан). – Биробиджан: ИЦ ПГУ им. Шолом-Алейхема, 2020. – С. 132-136.

RISK ANALYSIS AND MANAGEMENT OF CONSTRUCTION PROJECTS

I.I. Zaytseva, S.V. Gubarkov

*Far Eastern Federal University,
Vladivostok, Russia*

The article presents a brief description of the state of the construction business in Russia. The features of a construction project and the main stages of project risk management are considered. The necessity of constant checking of risks for relevance in connection with changes in the external environment is substantiated.

Key words: risk, construction, risk management, construction project

МЕТОДЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА ПРОЕКТНЫХ РИСКОВ

Д.Р. Зиятдинова

*Казанский Государственный Энергетический Университет,
г. Казань, Россия*

Рассматриваются актуальные количественные методы анализа проектных рисков для решения деловых проблем. Особое внимание обращается на преимущества и недостатки ключевых методов, их основные положения.

Ключевые слова: риск-менеджмент, инвестиционный проект, управление, анализ, финансы

Направление «Количественный анализ» по праву считается самым сложным и необходимым в программе MBA. Он знакомит с основными инструментами, используемыми в большей степени в области финансов, бухгалтерского учета, маркетинга и управления операциями. В мировой практике финансового менеджмента используются различные методы анализа рисков инвестиционных проектов (ИП). Наиболее распространенные из них должны включать: [1]

- метод корректировки нормы дисконта;
- метод достоверных эквивалентов (коэффициентов достоверности);

- анализ чувствительности критериев эффективности (чистый дисконтированный доход (NPV), внутренняя норма доходности (IRR) и др.);
- метод сценариев;
- метод Монте-Карло (имитационное моделирование) и др.

Метод корректировки нормы дисконта. Преимущества этого метода заключаются в простоте вычислений, которые можно выполнить с помощью даже обычного калькулятора, а также в наглядности и доступности. Однако этот метод имеет существенные недостатки.

Метод корректировки ставки дисконтирования приводит будущие потоки платежей к текущему моменту времени (т.е. обычное дисконтирование по более высокой ставке), но не предоставляет никакой информации о степени риска (возможных отклонениях результатов). В то же время полученные результаты существенно зависят только от размера надбавки за риск. Он также предполагает увеличение риска с течением времени с постоянным коэффициентом, что вряд ли можно считать правильным, поскольку многие проекты характеризуются наличием рисков в начальные периоды с постепенным снижением к концу реализации. Таким образом, прибыльные проекты, которые не предполагают значительного увеличения риска с течением времени, могут быть оценены неправильно и отклонены. Этот метод не несет никакой информации о вероятностных распределениях будущих потоков платежей и не позволяет нам их оценивать. Наконец, обратная сторона простоты метода заключается в существенных ограничениях возможностей моделирования различных вариантов, что сводится к анализу зависимости критериев NPV (IRR, PI и т.д.) от изменения только одного показателя – ставки дисконтирования. Несмотря на отмеченные недостатки, метод корректировки ставки дисконтирования широко используется на практике. [2]

Метод достоверных эквивалентов. Следует признать недостатки этого метода:

- сложность расчета коэффициентов достоверности, адекватных риску на каждом этапе проекта;
- невозможность анализа вероятностных распределений ключевых параметров.

Анализ чувствительности. Этот метод является хорошей иллюстрацией влияния отдельных начальных факторов на конечный результат проекта. Первым важным шагом в проведении анализа чувствительности является выбор изменяемых переменных. Как правило, чем больше или ненадежнее переменная, тем более важным становится для нее анализ чувствительности. Затем следует рассчитать значения относительной эластичности, отражающие, насколько изменяется критерийный показатель проекта при единичном изменении переменной риска. Анализ чувствительности завершает ранжирование переменных риска в зависимости от значений эластичности: чем выше значение, тем сильнее эта зависимость и тем более рискованным является

этот фактор для проекта. Другими словами, даже небольшое отклонение от первоначального плана окажет серьезное влияние на успех всего проекта.

Основным недостатком этого метода является предпосылка, что изменение одного фактора рассматривается изолированно, тогда как на практике все экономические факторы в той или иной степени коррелируют. По этой причине использование этого метода на практике в качестве независимого инструмента анализа рисков, по мнению авторов, очень ограничено, если вообще возможно.

Метод сценариев. На основе сценариев может быть проанализировано влияние одновременных изменений всех основных переменных проекта, определяющих его денежные потоки, на изменение выбранного критерия оценки эффективности проекта. Важным преимуществом метода является то, что отклонения параметров рассчитываются с учетом их взаимозависимостей (корреляций). Чаще всего рассчитываются три возможных сценария изменения переменных: пессимистический, оптимистичный и наиболее вероятный. В соответствии с этими расчетами определяются новые значения критериев. [3]

В целом, способ позволяет получить достаточно наглядную картину для различных вариантов реализации проекта, а также предоставляет информацию о чувствительности и возможных отклонениях. Использование программных средств, аналогичных Excel, позволяет значительно повысить эффективность такого анализа за счет практически неограниченного увеличения количества сценариев и введения дополнительных переменных.

Построение дерева решений основано на вероятностной оценке конкретного сценария. Этот метод представляет интерес для риск-менеджера проекта как на стадии планирования, так и на стадии его реализации. Для каждого сценария исследуется, как механизм реализации проекта будет работать в конкретных организационных и экономических условиях, каковы будут доходы, убытки и показатели эффективности отдельных участников.

Ограничением практического использования метода дерева решений является исходная предпосылка о том, что проект должен иметь предсказуемое или разумное количество вариантов развития. Метод особенно полезен в ситуациях, когда решения, принятые в любой момент времени, сильно зависят от решений, принятых ранее, и, в свою очередь, определяют сценарии дальнейшего развития событий.

Имитационное моделирование. Практическое применение этого метода продемонстрировало широкие возможности его использования при инвестиционном проектировании, особенно в условиях неопределенности и риска. Этот метод особенно удобен для практического применения, поскольку он успешно сочетается с другими экономико-статистическими методами, а также с теорией игр и другими методами исследования операций. Практическое применение этого метода авторами показало, что он часто дает более оптимистичные оценки, чем другие методы, такие как сценарный анализ, что, очевидно, связано с поиском промежуточных вариантов.

Разнообразие ситуаций неопределенности позволяет использовать любой из перечисленных методов в качестве инструмента анализа рисков, однако более перспективными для практического применения являются методы сценарного анализа и моделирования, которые могут быть дополнены или интегрированы в другие методы.

Список использованных источников

1. Дмитриев, М.Н., Кошечкин С.А. Количественный анализ риска для инвестиционных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.cfin.ru/finanalysis/quant_risk.shtml (дата обращения 20.04.2022).
2. Грачева, М.В. Риск-менеджмент инвестиционного проекта: учебник / М.В. Грачева, А.Б. Секерин. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 544 с.
3. Королькова Е.М. Риск-менеджмент: управление проектными рисками // Учебное пособие для студентов экономических специальностей – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. – 160 с.

METHODS OF QUANTITATIVE ANALYSIS OF PROJECT RISKS

D.R. Ziatdinova

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Rep. Tatarstan, Russia*

Actual quantitative methods of project risk analysis for solving business problems are considered. Special attention is paid to the advantages and disadvantages of key methods, their main provisions.

Keywords: risk management, investment project, management, analysis, finance.

УДК 338.1

ИНВЕСТИЦИИ КАК ИСТОЧНИК ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

В.В. Калитка, Д.А.Свиридова, Е.А. Шибанихин

*Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

В статье исследуется понятие термина «инвестиции», выступающего в качестве источника экономического роста. Рассмотрены особенности

инвестиций, стили инвестирования. Дано определению такому понятию «экономический рост», а также рассмотрены показатели, определяющие его развитие.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная политика, экономический рост, развитие, категория.

На сегодняшний день термин «инвестиции» используется во многих экономических организациях и компаниях. Данное понятие не имеет ограничений в определении термина частными инвесторами в ценные бумаги.

Термин «инвестиции» представляет собой вложение капитала в какое-либо дело с целью получения прибыли путём приобретения ценных бумаг. Вложение капитала может осуществляться различными способами- в акции, в облигации, в драгоценные металлы, в производные финансовые инструменты, в валюты.

В качестве отличительной особенности инвестиций выступает факт отсутствия гарантии их возвратности. Инвестор при вложении капитала несёт определённый риск, проявляющийся в качестве невозврата в случае проигрышной ситуации в инвестиционном проекте.

Термин «инвестиции» носит долгосрочный характер с достаточно минимальным промежутком времени финансовой отдачи в период одного года [2].

Инвестиции определяют в качестве экономической категории, присутствующей в организации:

- вложение капитала с целью прироста первоначально субсидированной стоимости;

- денежные связи, которые завязываются среди участников инвестиционной деятельности в ходе реализации инвестиционных проектов.

Экономическая стабильность гарантируется государством, в свою очередь, которое предпринимает определённые меры для решения поставленных задач:

- контролирование бюджета;
- снижение коррупции;
- внесение новшеств в систему государственного регулирования;
- разработка законов, которые способствуют регулированию отношений в области экономики;

- поддержка со стороны государства, а также разработка мер по поддержке отраслей народного хозяйства.

Инвестиции могут способствовать промышленному развитию, преодолению экономического спада, научно-техническому прогрессу и необходимы для дополнения основного капитала, повышения эффективности управления и выхода на рынок. Подбор более результативного метода инвестирования начинается с четкого определения возможных вариантов. Сравниваются альтернативные проекты, выбирается лучший по

рентабельности, безопасности и надежности. При принятии решения определяется, где выгоднее всего заработать: производство, недвижимость, иностранная валюта. Акции или же покупка товаров для перепродажи.

Экономический рост представляет собой возрастание показателей хозяйственной деятельности. Достигнуть увеличения экономического роста можно при сокращении затрат и расширении рынка сбыта. Инвестиционная деятельность выражается через инструмент преобразования в социально-экономической сфере общества [3].

Инвестиции, являясь экономической категорией, выполняют основные задачи, без которых невозможно нормальное развитие экономики государства:

- ускорение научно– технического прогресса, повышение качества отечественной продукции и обеспечение ее конкурентоспособности
- создание сырьевой базы промышленности
- осуществление политики расширенного воспроизводства
- решение социально значимых проблем
- охрана окружающей среды
- обеспечение обороноспособности государства

Инвестирование в экономический рост сопровождается с выявлением мультипликативного эффекта при помощи которого, происходит процесс стимулирования деятельности экономики, распространяющееся на все субъекты хозяйствования.

В качестве двигателя экономического роста выступает научно-технический прогресс, оказывающий влияние на внедрение инновационной деятельности в процесс производства. Экономический рост характеризуется реальным объёмом выпуска продукции, национальным доходом, а также показателями национального продукта. Данные показатели характеризуются различными причинами, возникающими в процессе экономического роста, а также могут определить причины, которые препятствуют достижению достаточно-значимым результатам.

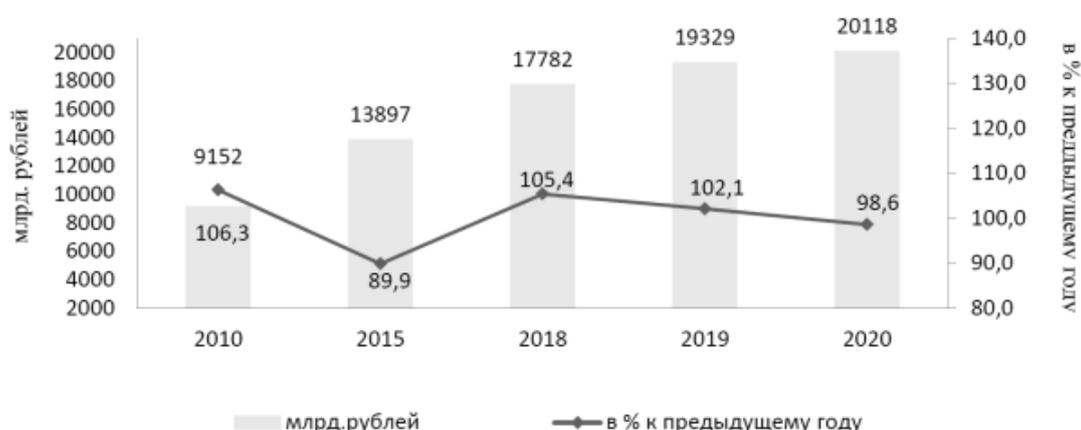


Рисунок 1 – Динамика инвестиций в основной капитал в 2010-2020 гг.

Доля инвестиций в основной капитал увеличилась, по сравнению с 2010 годом, но с 2018 года наблюдается устойчивое снижение темпов роста инвестиций.

Таблица 1 – Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования

	2020 г.		Справочно в % к итогу
	млрд. руб.	в % к итогу	2019 г.
Инвестиции в основной капитал	15217,8	100	100
В том числе по источникам финансирования: Собственные средства	8624,3	56,7	55,0
Привлеченные средства	6593,5	43,3	45,0
В том числе: Кредиты банков	1451,3	9,5	9,8
Заемные средства других организаций	695,3	4,6	4,8
Инвестиции из за рубежа	43,7	0,3	0,4
Бюджетные средства	2846,8	18,7	16,2
В том числе из: Федерального бюджета	1278,8	8,4	7,6
Бюджетов субъектов Российской федерации	1382,4	9,1	7,4
Местных бюджетов	185,6	1,2	1,2
Средства государственных внебюджетных фондов	31,3	0,2	0,2
Средства организаций и населения, привлеченные для долевого строительства	454,0	3,0	4,3
В том числе средства населения	376,0	2,5	3,1
Прочие	107,1	7,0	9,3

Статистические данные показывают, что более половины инвестиций в основной капитал осуществляется за счет собственных средств (56,7 %), а за последние 4 года наблюдается устойчивая тенденция к снижению доли заемных

средств в инвестиции в основной капитал (48,7 % – в 2017 г., 47,0 % – в 2018 г., 45,0 % – в 2019 г., 43,3 % – в 2020 г.). Снижение иностранных инвестиций и притока иностранного капитала вызвано геополитической напряженностью между Россией и Западом.

Экономика Российской Федерации, длительное время находящаяся в экономическом кризисе, нуждается в инвестициях в основном для своей стабилизации и подъема, так как вложения являются важнейшей экономической категорией, играющей важную роль как на макро-, так и на микроуровне, определяют рост экономики и необходимы для обеспечения нормальной деятельности, стабильных финансовых условий и максимизации будущей прибыли.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что инвестиции представляют источник экономического роста, достигающегося путём создания комплексных условий. Для обеспечения экономического роста необходимо создание определенных условий безопасности национального хозяйства. На сегодняшний день актуальным является формирование механизма инвестиционной деятельности, способствовавшее решению проблем стимулирования сбережений, выступающего в качестве источника инвестиций.

Список использованных источников

1. Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – Москва: Инфра-М, 2017. – 240 с.
2. Нешиной, А.С. Инвестиции: учебник: / А. С. Нешиной. – Москва: Дашков и К, 2018. – 351 с.
3. Шарп, У.Ф. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / У. Ф. Шарп. – Москва: Инфра-М, 2021. -1040 с.

INVESTMENTS AS A SOURCE OF ECONOMIC GROWTH

V.V. Kalitka, D.A. Sviridova, E.A. Shibanihin

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,
Krasnodar, Russia*

The article explores the concept of the term «investment», which acts as a source of economic growth. The features of investments, investment styles are considered. The definition of such a concept as «economic growth» is given, and the indicators that determine its development are also considered.

Keywords: investments, investment policy, economic growth, development, category

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛЕСНОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.А. Кисельчук

*Санкт-Петербургский государственный лесотехнический
университет имени С.М. Кирова,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В настоящее время значительное внимание лесной отрасли Российской Федерации нацелено на цифровизацию лесопромышленных предприятий. В статье рассмотрены вопросы, связанные с причинами, которые повлияли на необходимость поднятия темы цифровизации, а также способы их решения.

Ключевые слова: цифровые технологии, лесная отрасль, лесопромышленность, управление качеством, инновационные проекты

Лесопромышленный комплекс РФ признают консервативным в отношении внедрения цифровых технологий, однако потребность формирования цифровых технологий в лесопромышленности давно утвердили большая часть экспертов отрасли. Ведение продуктивного лесного хозяйства в отсутствие высококачественных данных и доступной информации нереально, но развитие современных цифровых технологий, позволяют сделать ее более легкодоступной.

По настоящее время объема и качества информации о лесах – недостаточно, конечно, со временем, объем получаемых сведений растет, но, происходит это недостаточно стремительно. Связано это с несколькими факторами:

- данные учета лесного фонда (сведения из Государственного лесного реестра) были опубликованы после принятия нового Лесного кодекса только один раз, в 2014 году;
- данные общегосударственной инвентаризации лесов размещены на веб-сайте Рослесхоза в недостающем размере;
- нормативная база лесостроительства базируется на устарелых принципах, а также мешает введению новейших методов и технологий;
- сохраняется направленность монополизации лесостроительства, допуск индивидуальных фирм к лесостроительству регулярно ограничивается, невзирая на неспособность профильного ведомства гарантировать нужный размер и качество данных.

Внедрение цифровых технологий помогает решить существующие проблемы, связанные с нехваткой информации. Практическое решение данной

проблемы с изучением точной информации о состоянии лесов предлагает компания Luftera. Достоверность информации, полученной классическим способом, не превышает 70 %. Для улучшения этих значений Московская компания применила технологию мультиспектральной съемки и лазерного сканирования с беспилотников. Это дает возможность со значительной правильностью устанавливать породы, густоту, высоту и диаметр деревьев.

По заявлению Luftera, их решение дает:

- 1) точные данные о лесе для предварительного планирования;
- 2) повышение заготовки с 1 Га минимум на 10 % без капитальных затрат

и

привлечения новых бригад;

- 3) снижение себестоимости заготовки минимум на 7 %;

- 4) точную информацию о рельефе для планирования прокладки дорог.

Ликвидировать трудности со предоставлением как внутреннего, так и независимого контроля процессов лесопользования и уменьшить число погрешностей, приводящих к неэффективности экономики лесного хозяйства и негативным последствиям для природных ценностей может помочь отечественная фирма «1С». Одна из таких цифровых технологий - 1С: Управление лесозаготовительным предприятием. Продукт предназначен для автоматизации отраслевых процессов управления и учета на лесозаготовительных предприятиях: от ведения реестра лесных участков и оценки лесного фонда до отгрузки заготовленного круглого леса покупателям.

Функциональные возможности продукта:

- Ведение реестра лесных участков (делянок);
- Регистрация породного состава делянок (актов отвода);
- Регистрация лесных деклараций;
- Оперативная регистрация результатов заготовки и трелевки круглого леса, выработки сотрудников;
- Оперативная регистрация результатов вывозки круглого леса на нижний склад, перемещений между складами;
- Регистрация актов обмера круглого леса;
- Возможность анализа расхождений, возникающих при приемке покупателем;
- Возможность анализа работы лесозаготовительной техники.

В лесной отрасли Российской Федерации цифровые технологии захватывают не только лесозаготовительную, но и деревоперерабатывающую отрасли. Имеется достаточно разных систем и технологий, которые на сегодняшний день обладают обширное использование в лесозаготовительной и деревоперерабатывающей отраслях. Одна из таких – Opti-Soft – российская IT-компания, созданная при Петрозаводском госуниверситете. Opti-Soft состоит из восьми различных систем:

- Opti-Wood – для лесозаготовительных предприятий,

- Opti-Supply – для служб лесообеспечения,
- Opti-Sawmill – для лесопильно-деревообрабатывающих предприятий.

Также, в компании Opti-Soft существуют системы для производства фанеры и гофротары.

Все эти системы осуществляют функции рационального планирования, которые последовательно включают главные производственные процессы лесопромышленного холдинга от лесоуправления и лесозаготовки вплоть до отгрузки готовой продукции.

Внедрение цифровых технологий в лесную отрасль позволит совершить технологический сдвиг и решить немало существующих проблем, связанных с нехваткой информации, а также сделать использование лесов более рациональным.

Список использованных источников

1. Цифровые технологии в лесной промышленности // Журнал «ЛесПромИнформ» URL: <https://lesprominform.ru/jarticles.html?id=5185> (дата обращения: 11.05.2022).

2. Цифровизация лесного сектора России // Журнал «ЛесПромИнформ» URL: <https://lesprominform.ru/jarticles.html?id=6028&> (дата обращения: 11.05.2022).

3. Как технологии меняют лесную отрасль // РБК URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/cmrm/60f92f149a79473d0d55ca0b> (дата обращения: 11.05.2022).

4. Как влияет на лесную отрасль введение цифровых технологий // ForestComplex URL: <https://forestcomplex.ru/digital-environment/rossiya-na-puti-k-vysokotochnomu-lesnomu-hozyajstvu/> (дата обращения: 11.05.2022).

THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE FOREST INDUSTRY OF THE RUSSIAN FEDERATION

A.A. Kiselchuk

*St. Petersburg State Forest Technical University named after S.M. Kirov,
St. Petersburg, Russia*

Currently, considerable attention of the forest industry of the Russian Federation is focused on the digitalization of timber enterprises. The article discusses issues related to the reasons that influenced the need to raise the topic of digitalization, as well as ways to solve them.

Keywords: digital technologies, forestry, timber industry, quality management, innovative projects

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

У.В. Колесникова

*Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых,
г. Муром, Россия*

В статье изучается вопрос кадрового потенциала промышленности региона. Дана сравнительная оценка развития промышленности Владимирской области и состояния трудовых ресурсов региона. Представлены возможные шаги по решению проблемы повышения кадрового потенциала промышленности.

Ключевые слова: кадровый потенциал, промышленность, рынок труда, трудовые ресурсы промышленности

Промышленность является ключевой отраслью Владимирской области, от уровня развития которой зависит социально-экономическое благополучие региона. Доля обрабатывающих производств в отраслевой структуре валовой добавленной стоимости значительна и на протяжении всего периода исследования (с 2018-2020 гг.) увеличивается (рисунок 1). В 2018 год она составила 31,2 %, 2019 году – 32,3 %, в 2020 году – 34,2 % соответственно [3].

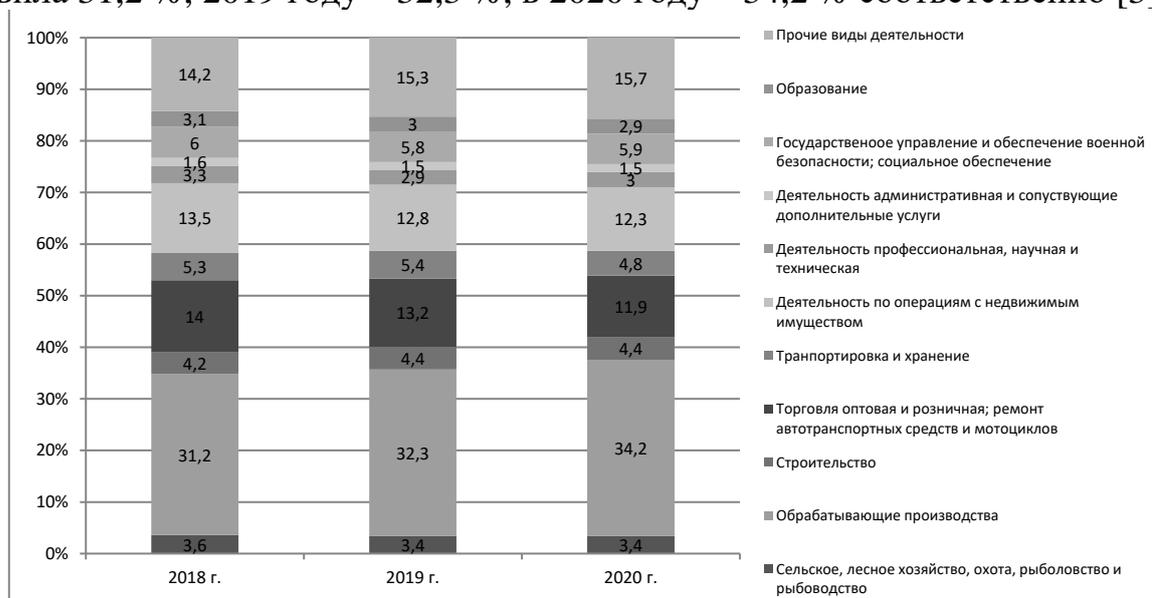


Рисунок 1 – Доля обрабатывающих производств в отраслевой структуре валовой добавленной стоимости по Владимирской области

Ключевой проблемой, сдерживающей дальнейший рост промышленности региона, является кадровый дефицит.

Происходящий процесс цифровизации экономики страны, в том числе и в промышленной сфере, предъявляет новые, повышенные квалификационные требования к кадрам. Задачи проведения структурной перестройки промышленности невозможно решить без опережающего роста подготовки трудовых ресурсов. В связи с чем, возникает проблема исследования кадрового потенциала промышленности региона.

Многие российские авторы придерживаются микроэкономического подхода к определению «кадровый потенциал». Так, Улько Е.В., Кулакова Л.И. определяют кадровый потенциал как «совокупность навыков и возможностей основных работников предприятия, имеющих определенную квалификацию, образование и обладающих определенными компетенциями, способствующие повышению конкурентоспособности организации» [1, с. 102]. Глухова Е.А. и Потемкин Е.Л. под кадровым потенциалом понимают «составляющую трудового потенциала, выражаемую в степени профессиональной и квалификационной пригодности людей к выполнению высокоинтеллектуальной работы» [2].

По мнению автора, не в полной мере изучен вопрос оценки и развития кадрового потенциала на отраслевом уровне. Однако, необходимость его исследования обусловлена спецификой подготовки кадров для каждой отрасли и требованиям к их квалификационному уровню.

Кадровый потенциал промышленности напрямую зависит от наличия и качества трудовых ресурсов в регионе.

Состояние рынка труда Владимирской области в 2021 году по сравнению с данными предыдущих периодов ухудшается. По данным официальной статистики, численность лиц трудоспособного возраста на конец 2020 года составила 730 тыс.чел., что на 11,8 тыс.чел. меньше показателя прошлого периода [4].

Динамика численности экономически активного населения отрицательная. За период декабрь 2019 – февраль 2020 г. численность рабочей силы составляла 720,5 тыс.чел., тогда как за период декабрь 2020 – февраль 2021 г. уже 692,3 тыс.чел. Уровень безработицы увеличивается [5]. Среди наиболее востребованных на рынке труда можно отметить следующих специалистов и рабочих: инженер, оператор, слесарь, электромонтер, станочник, токарь, фрезеровщик, электрогазосварщик.

Динамика развития промышленности Владимирской области, напротив, положительная. Объемы производства товаров и услуг растут. Обороты обрабатывающих производств за январь – декабрь 2021 года составили 796920,6 млн.руб. или 140,2 % к январю-декабрю 2020 года. Индекс промышленного производства Владимирской области в январе-декабре 2021 г. по сравнению с январем-декабрем 2020 г. составил 106,1 %, в декабре 2021 г. по сравнению с декабрем 2020 г. – 104 %, по сравнению с ноябрем 2021 г. – 98,4 % [5].

Развитие трудовых ресурсов и в целом отрасли напрямую зависит от материальных вложений в человеческий капитал работников. Следует отметить, что среднемесячная начисленная заработная плата работников

обрабатывающих производств растет. За период январь – ноябрь 2021 года она составила 41743,8 руб., что составляет 113,9 % к январю-ноябрю 2020 года и 113,1 % к уровню среднемесячной заработной платы по Владимирской области [5]. То есть промышленность является достаточно высокодоходной отраслью.

Таким образом, можно сделать вывод, что динамично развивающаяся промышленная сфера региона нуждается в трудовых ресурсах. Наблюдается небольшой дисбаланс между спросом на труд и предложением труда.

Решением проблемы может стать планирование персонала на долгосрочную перспективу путем развития системы подготовки кадров промышленности средними специальными и высшими учебными заведениями региона, разработка стимулирующих мер, направленных на привлечение молодых специалистов в промышленную сферу региона.

Список использованных источников

1. Улько, Е.В., Кулакова Л.И. Современные подходы к проблеме воспроизводства и развития кадрового потенциала // Знание. – 2020. - №4(80). – С. 100 – 104.

2. Глухова, Е.А., Потемкин Е.Л. Аналитическая система комплексной оценки кадрового потенциала научной медицинской организации // Социальные аспекты здоровья населения. 2012. № 4 (26). – С. 12. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_17978250_91519601.pdf (дата обращения: 01.05.2022).

3. Валовой региональный продукт: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области. – Режим доступа: <https://vladimirstat.gks.ru/VRP> (дата обращения: 29.04.2022).

4. Занятость и труд в России 2021 г.: Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/b21_36/Main.htm (дата обращения: 01.05.2022).

5. Доклад «Социально-экономическое положение Владимирской области»: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области. – Режим доступа: <https://vladimirstat.gks.ru/operpub/document/28342> (дата обращения: 01.05.2022).

HUMAN RESOURCES POTENTIAL OF THE INDUSTRY VLADIMIR REGION

U.V. Kolesnikova

*Murom Institute (branch) Vladimir State University
named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletov,
Murom, Russia*

The article examines the issue of the personnel potential of the region's industry. A comparative assessment of the industrial development of the Vladimir

region and the labor resources of the region is given. Possible steps to solve the problem of increasing the human potential of the industry are presented.

Keywords: human resources, industry, labor market, industrial labor resources

УДК 631.11

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

М.А. Косенко

*Всероссийский научно-исследовательский институт овощеводства,
д. Верея, Россия*

В статье рассмотрено значение производства овощных культур. Определены природно-климатические условия произрастания. Дана характеристика селекционного процесса с корнеплодными культурами. Проведен анализ деятельности специализированных предприятий и возможности производства 2-3 урожаев в год.

Ключевые слова: корнеплод, качество, оценка, условия, характеристика, семеноводство, структура посевов

Овощи имеют большое значение в питании человека. Одним из способов повышения урожайности редьки европейской, получения качественной продукции является использование гибридной силы растения.

В корнеплодах содержатся сахара – 1,5-6,4 %, белки, витамины мг/100г: С – 29,0; В₆ – 0,06; РР – 0,18; Рибофлавин – 0,03; Тиамин – 0,03. Минеральные соли, клетчатка, бактерицидные вещества и другие ценные компоненты.

Особый вкус редьки обусловлен наличием эфирных масел, а острота – глюкозидными соединениями. Среди овощных растений редька имеет высокое содержание кремния. Сорты летней европейской редьки различаются по химическому составу корнеплодов (таблица 1).

Доля сухого вещества в корнеплодах образцов редьки европейской летней различалась от 4,01 до 4,31 %. Количество моносахаров колебалось от 1,04 до 1,36 %. Содержание витамина С в корнеплодах составило 11-13 мг/100 г.

Наибольшим содержанием сухого вещества, витамина С и суммы сахаров отличался сорт Сударушка. Превышение среднего уровня составило от 2,61 % по сухому веществу до 8,33 % по витамину С. Однако содержание моносахаров в корнеплодах этого сорта было самым низким. Наибольшее значение этого показателя было у сорта Майская (1,36 %).

Таблица 1 – Химический состав корнеплодов редьки европейской летней

Сорт	Сухое вещество, %	Сахара		Витамин С, мг/100 г
		моносахара, %	сумма сахаров, %	
Майская	4,16	1,36	1,74	11,0
Сударушка	4,31	1,08	1,80	13,0
Деликатес	4,01	1,04	1,64	11,0

В зависимости от исходного материала и целей можно применять различные способы оценки растений [3, с. 91]. У растений редьки европейской летней в течение вегетации проводятся фенологические наблюдения. Отмечены следующие фазы роста и развития: дата посева – появление всходов, появление первого настоящего листа, пучковая спелость.

Характеристика сортов редьки европейской представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристика сортов редьки европейской по комплексу признаков

Сорт	Длина листа, см.	Длина корнеплода, см.	Диаметр корнеплода, см.	Индекс формы	Cv, %
Сириус	36,1	13,9	4,0	3,4	31,1
Офелия	27,5	5,3	4,2	1,3	6,7
Майская	38,2	5,6	5,3	1,1	22,7

Продолжительность вегетационного периода определяется главным образом наследственными особенностями сорта, местом и условиями выращивания [2, с.19]. Техническая спелость корнеплодов редьки европейской определяли в соответствии с РСТ РСФСР 361-77. Величина розетки прикорневых листьев – один из существенно значимых морфологических признаков, зависит от размеров листьев и их положения.

По параметрам листовой розетки сорт Майская значительно превышал показатели сорта Офелия, длина листа варьировала от 36,5 до 40,0 см. Данный сорт отличался более компактной ботвой, длина листа изменялась от 25,7 до 29,3 см, ширина от 6,5-9,0 см.

Форма корнеплодов округло-овальная. Коэффициент вариации длины корнеплода нового сорта составил около 7,4 %, коэффициент вариации диаметра корнеплода – 6,3 %, коэффициент вариации индекс формы колебался до 7,0 %. что свидетельствует о выравненности сорта Офелия.

По урожайности наибольший гетерозисный эффект достигается при скрещивании морфологически и биологически различных и географически отдаленных сортов [1, с.29]. Характеристика образцов представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Характеристика образцов

	Листовая розетка		Корнеплод		
	число, штук	длина, см	длина, см	диаметр, см	масса, г
Цыганский барон	8,0	35,0	7,5	7,5	270,0
Черный жемчуг	9,0	38,5	8,0	7,8	260,0
Ночка	10,0	47,5	6,8	7,3	240,0

Показатели гибрида Черный жемчуг по листовой розетке были меньше сорта Ночка на 10 и 18,94 %, параметры корнеплода превосходили стандарт на 17,64 % по длине, 6,84 % по диаметру и на 8,33 % по массе.

Наибольшее отличие у гибрида Цыганский барон по числу листьев отличаются от стандарта на 20 %, длине листьев на 2,63 %, по длине корнеплода на 11,76 %, диаметру – на 2,73 %, массе корнеплода 12,5 %.

Уровень товарности у гетерозисных гибридов F₁ составлял от 42,0 до 100%. Общее превосходство гетерозисных гибридов F₁ над родительскими линиями составило 15,7 %.

Решающим показателем, определяющим качество готовой продукции, является ее органолептическая оценка, которая проводится по таким показателям, как внешняя привлекательность, вкус, аромат, консистенция, типичность.

Рост эффективности сельскохозяйственного производства осуществляется за счет интенсивных факторов [5,с.46]. Урожайность сельскохозяйственных культур характеризует степень интенсивности сельского хозяйства [4,с.36]. Данные представлены в таблице 4.

Наибольшую окупаемость затрат показал гибрид Черный жемчуг. Превосходство над стандартом составило 45,23 %. Уровень землеотдачи отличался от сорта Ночка на 20,25 %.

Таблица 4 – Экономическая эффективность гибридов редьки европейской

Показатели	Гибриды редьки европейской зимней		
	Ночка	Цыганский барон	Черный жемчуг
Урожайность, т/га	38,5	44,9	46,3
Землеотдача, руб./га	481250	561250	578750
Материалоемкость производства, руб./руб.	0,43	0,38	0,37
Прибыль, руб./т	5971,42	6812,92	7339,09
Окупаемость затрат, %	228,41	265,62	273,64
Уровень рентабельности, %	109,1	144,7	158,0

Наиболее рентабельно производство Черного жемчуга, превышение над стандартом составило 48,9 %, над гибридом Цыганский барон 13,3 %.

Столовые корнеплоды являются основными овощными культурами, незаменимыми источниками витаминов, диетических, минеральных веществ, антиоксидантов, жизненно необходимых для полноценного питания человека и используемые во многих отраслях народного хозяйства. Наибольшее экономическое значение имеют европейский и китайский редис, европейские летняя и зимняя редьки, а также лоба.

Редька очень влаголюбивое растение. Без своевременных (но не чрезмерных) поливов корнеплоды редьки мельчают, грубеют, и горчат. После длительных засух обильные поливы приводят к растрескиванию корнеплодов. Необходим влажный верхний слой почвы.

Более высокий урожай корнеплодов получен при выращивании летней редьки в пленочных теплицах. В защищенном грунте урожайность варьировала по сортам от 2,87 до 2,99 кг/м². Средняя масса корнеплода колебалась от 57 до 60 г. Наиболее урожайным был сорт Деликатес. В открытом грунте масса корнеплода была меньше, чем в теплицах от 29 до 38 г. Урожайность не превышала 2 кг/м².

Список использованных источников

1. Косенко, М.А. Выявление эффекта гетерозиса в селекции редьки / М.А. Косенко. – Текст: непосредственный // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2015. – № 1-1 (15). – С. 29-34.

2. Косенко, М.А. Новый среднеспелый гибрид редьки европейской зимней // Аграрная Россия. – 2018. – № 11. – С. 18-21.

3. Косенко, М.А. Перспективные гибриды редьки европейской зимней // Известия ФНЦО. – 2020. – № 2. – С. 91-96.

4. Косенко, Т.Г. Экономический анализ факторов производства Учебное пособие. п. Персиановский, 2008.

5. Kosenko, T.G. The Effectiveness Of The Landscape System Of Agriculture // Selected Papers of the International Scientific School «Paradigma» Winter-2016 (Varna, Bulgaria) Compiling Editor Dr.Sc., Prof. O.Ja. Kravets. Yelm, WA, USA, 2016. С. 45-50.

SUSTAINABLE MANAGEMENT OF VEGETABLE GROWING

M.A. Kosenko

*All-Russian Research Institute of Vegetable Growing,
D. Vereya, Russia*

The article considers the importance of vegetable crops production. The natural and climatic conditions of growth are determined. The characteristic of the breeding process with root crops is given. The analysis of the activities of specialized enterprises and the possibility of producing 2-3 harvests per year is carried out.

Keywords: root crop, quality, assessment, conditions, characteristics, seed production, structure of crops

УДК 631.11

ВЕДЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Т.Г. Косенко, Р.В. Мамелин

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье дана характеристика получения качественного продовольствия в условиях негативного антропогенного воздействия на окружающую природную среду в процессе сельскохозяйственного производства, на основе экологизации систем ведения сельского хозяйства.

Определение эколого-энергетической эффективности производства экологически чистой продукции полеводства предприятий Октябрьского района Ростовской области связано с экономическим механизмом природопользования, сочетающим рациональную целесообразность и экологическую безопасность сельскохозяйственного производства.

Ключевые слова: продукция, качество, условия, эффективность, производство

Целью сельскохозяйственной деятельности является получение хорошего урожая высокого качества. Производство зависит от множества факторов: свойств почвы, оптимального выбора сортов растений, ухода за посевами, правильного применения технологий при возделывании культур. Важное значение имеет рациональное природопользование.

Предприятия ФПЗ «Придонский» и ООО «Родина» расположены в Октябрьском районе на территории юго-западной зоны Ростовской области.

Продуктивность полеводства непосредственно зависит от состояния почв (табл.1). Однако все виды технологических операций загрязняют и запыляют атмосферу, воздействуют на почвенно-биологический комплекс. Наибольшее воздействие на факторы среды оказывает посев с прикатыванием, внесение гербицидов.

Таблица 1 – Экспликация земель

Виды земель	Площадь, га		Структура, %	
	ФПЗ «Придонский»	ООО «Родина»	ФПЗ «Придонский»	ООО «Родина»
Общая площадь	5026	7377	100	100
Сельхозугодия	4895	7000	97,39	94,88
Пашня	4495	6200	89,43	84,05
Пастбища	400	503	7,95	6,81
Сенокосы	-	180	-	2,44
Многолетние насаждения	-	5		0,07
Лесные полосы	110	117	2,18	1,58
Прочие земли	21	324	0,41	4,39

Уровень распаханности земель ФПЗ «Придонский» составляет 100 %, ООО «Родина» 88,5 %

Рентабельность производства выражает интегральный результат всех направлений деятельности предприятия[2,с.34]. Конкурентоспособность продукции тесно связана с конкуренцией и определяется, как возможность сбыта товара на рынке, исходя из стоимостных показателей, совокупности свойств, отличающих его от товара конкурентов[6,с.35].

Таблица 2 – Показатели уровня и эффективности интенсификации

Показатели	ФПЗ «Придонский»	ООО «Родина»
1.Приходится на 100 га с.-х., т.р. -основных производственных фондов	894,68	912,54
-текущих затрат по с.-х. производству	1821,21	1427,39
2. Затраты труда на 1 га пашни, ч/ч	23,52	24,21
3.Произведено валовой продукции на 100 га с.-х. угодий, тыс. руб.	1960	2259
на 100 руб. производственных затрат	107,63	110,02
на 1 ч/час, руб.	963,35	991,74
4.Получено прибыли на 100 га с.-х. угодий, руб.	163,41	319,18

Производительность труда в ФПЗ «Придонский» превосходит данные ООО «Родина» на 2,86 %.

Основой конкурентоспособности продукции является эффективность производства [3, с.31]. Эффективное предприятие направляет инвестиции на повышение качества продукции и услуг, расширение ассортимента продукции, развитие системы сбыта и сокращение затрат по реализации.

Для эффективного хозяйствования характерна более высокая окупаемость затрат на производство и сбыт продукции выручкой, получаемой от реализации продукции [5, с.49]. Данные об основных сельскохозяйственных культурах представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Коэффициент выноса биогенов для основных полевых культур при их средней урожайности

Агрофитоценоз	Коэффициент выноса биогенов в % для		
	N	P ₂ O ₅	K ₂ O
Пар чистый	-	-	-
Озимая пшеница	79	75	29
Кукуруза на зерно	56	49	16
Подсолнечник	45	48	8

Показатель эколого-энергетической эффективности (таб.4) отражает результативность осуществления в процессе производства затрат, связанных с ликвидацией или предупреждением загрязнений и разрушений природной среды.

Таблица 4 – Эколого-энергетическая эффективность севооборотов в среднем за 2017-2019гг., гДж/га

Показатель	Сельскохозяйственное предприятие	
	ФПЗ «Придонский»	ООО «Родина»
1. Энергосодержание полученной энергии	70,5	66,2
2. Энергозатраты на производство	16,3	14,8
3. Энергетический эквивалент недополученного урожая	12,6	12,2
4. Затраты энергии на восстановление плодородия почвы	5,4	4,6
5. Эколого-энергетический эффект производства	38,2	37,4
6. Общая эколого-энергетическая эффективность производства	2,6	2,6

Переход к адаптивной интенсификации производства обеспечивает полное вовлечение ресурсов окружающей природной среды на основе биологизации и экологизации процессов интенсификации [1, с.680]. Это дает возможность снижать антропогенное воздействие на окружающую среду, сочетая эффективное и экологически целесообразное использование природно-ресурсного потенциала предприятия.

Для успешного применения интенсификации необходим учет биологии растений [4, с.49]. Устанавливают обоснованный уровень урожайности с учетом природных ресурсов, плодородия почвы, продуктивности сорта.

Интенсивные технологии характеризуются комплексностью факторов интенсификации. Оперативностью механизированных работ, учет требований растений к условиям среды.

Технология программированного выращивания урожая предусматривает оптимизацию условий в период вегетации растений при активном управлении процессами формирования урожая.

Интенсивные технологии позволяют концентрировать средства интенсификации на одном поле, применять комплексно, обеспечивая повышение эффективности производства

Список использованных источников

1. Громаков, А.А., Скуратов Н.С. Рельеф, плодородие чернозёма обыкновенного и продуктивность ярового ячменя. Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 10. – С.680.

2. Косенко, М.А. Выявление эффекта гетерозиса в селекции редьки / М.А. Косенко. - Текст: непосредственный // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2015. – № 1-1 (15). – С. 29-34.

3. Косенко, М.А. Результаты и перспективы селекции редьки европейской / М.А. Косенко // Овощи России. – 2019. – №4 (48). – С.29-31.

4. Косенко, Т.Г. Экономика и организация сельскохозяйственного производства / Т.Г. Косенко. -п. Персиановский, 2000.

5. Kosenko, T.G. The Effectiveness Of The Landscape System Of Agriculture // Selected Papers of the International Scientific School «Paradigma» Winter-2016 (Varna, Bulgaria) Compiling Editor Dr.Sc., Prof. O.Ja. Kravets. Yelm, WA, USA, 2016. – С. 45-50.

6. Турчин, В.В., Золотова Е.И. Состояние калийного режима почв Ростовской области / Приволжский научный вестник. – 2014. – № 1 (29). – С. 33-35.

CONDUCTING COMPETITIVE PRODUCTION

T.G. Kosenko, R.V. Mamelin

*Don state agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article describes the characteristics of obtaining high-quality food in conditions of negative anthropogenic impact on the environment in the process of agricultural production, based on the greening of agricultural systems.

The determination of the ecological and energy efficiency of the production of environmentally friendly field products of enterprises of the Oktyabrsky district

of the Rostov region is associated with the economic mechanism of nature management, combining rational expediency and environmental safety of agricultural production.

Keywords: products, quality, conditions, efficiency, production

УДК 631.11

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Т.Г. Косенко, Е.И. Носова

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

Рассмотрены особенности инновационной деятельности сельскохозяйственного предприятия. Инновационный процесс в сельском хозяйстве отличается многообразием организационных форм.

Эффективность инновационной деятельности зависит от многих факторов. Основными из них является степень вовлечения работников предприятия в этот процесс, стимулирование новшеств к внедрению, что зависит от прогрессивности применяемых методов стимулирования и системы финансирования.

Ключевые слова: инновационный процесс, продукция, факторы, управление, эффективность

Инновационная деятельность предприятия значительно влияет на себестоимость и прибыльность продукции, ее качество, объем продаж и прибыли, уровень рентабельности хозяйственной деятельности.

Степень инновационной деятельности предприятия может быть определена по доле инновационной продукции в общем ее объеме. Установлено, что самый высокий удельный вес такой продукции - в микробиологической продукции.

На результаты инновационной деятельности и ее активность в сельском хозяйстве и в других отраслях АПК влияют: развитие фундаментальных научных исследований; восприимчивость товаропроизводителей к инновациям; повышение объемов финансирования НТП и инновационной деятельности из всех возможных источников; увеличение инновационного потенциала; развитие рынков инновационной продукции; совершенствование организации и управления наукой.

Производительность труда, фондоотдача, материалоемкость, оборачиваемость оборотных средств, отражающие интенсивности использования производственных ресурсов, являются показателями

экономической эффективности повышения уровня применяемой новой техники и технологии.

Инновационный процесс в сельском хозяйстве отличается многообразием организационных форм, которые отличаются по ряду классификационных признаков: направление интеграции или преимущественная сфера их производственной деятельности или обслуживания; степень влияния организационных форм на массовое производство.

Инновационные формирования отличаются по характеру функционирования и основе функционирования, по цели функционирования. Инновации создаются от разработки, технико-технологической идеи до реализации и оказания информационных и консультационных услуг.

Для создания и тиражирования инновации нужны не только развитая наука, производство, способное воспринимать ее достижения, и потребитель его продукции, но стимулы, побуждающие людей создавать и вводить инновацию в действие, финансовые средства, благоприятные социальные условия, то, что зависит от общества, уровня развития общества, его ориентации на научно-технический прогресс.

Доход от инновационной деятельности составляет предпринимательский доход предприятия [2, с.214]. Степень эффективности инновационной деятельности зависит от научно-технического потенциала предприятия [1, с.8]. Повышение эффективности функционирования предприятия становится важным фактором успешной реализации интересов собственников и участников производственного процесса [5, с.116]. Это достигается на основе систематического внедрения прогрессивных технологий и оборудования, новых методов труда и управления.

Эффективность инновационной деятельности зависит от многих факторов [3, с.30]. Основными из них является степень вовлечения работников предприятия в этот процесс, стимулирование новшеств к внедрению, что зависит от прогрессивности применяемых методов стимулирования и системы финансирования.

Сельскохозяйственное предприятие организует свою деятельность на условиях полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоуправления, сочетания централизованного руководства с оперативно – хозяйственной самостоятельностью, имеет самостоятельный баланс, пользуется правом юридического лица.

Предпринимательство – это организация предприятия, организация производственной деятельности, производство продукции [4, с.163].

Чтобы стать предпринимателем, недостаточно владеть некоторой суммой денег или набором средств производства. Чтобы стать предпринимателем, надо правильно распорядиться этими деньгами и средствами, чтобы они могли принести новые деньги и прибыль.

Организуя производство, важно учитывать множество законов: равнозначности и незаменимости факторов земледелия, убывающей

доходности. Организация производства изучает производство в совокупности 3-х его элементов: техники, технологии и организации производства. Эти элементы взаимосвязаны. Технология требует совершенствования машин и применения новых форм организации труда. А совершенствование структуры предприятия, организация труда связаны с изменением технологии и техники.

Процесс расширенного производства осуществляется в форме хозяйственно – финансовой деятельности его первичных звеньев, отдельных предприятий в сельском хозяйстве, их внутренних подразделений [6, с.277].

Каждый отдельный процесс развивается не только сам по себе, но и в постоянном и тесном взаимодействии с другими процессами своего вида и других видов. Управление инновационной деятельностью строится на основе теории управления с целеполаганием, планированием, организацией, руководством и контролем.

Отбор инновационных проектов осуществляется исходя из приоритетов, установленных в стратегии предприятия и стратегическом планировании, которая ежегодно корректируется в связи с изменениями во внешней и внутренней среде предприятия. Действенность инвестиционной программы проявляется проведением научно-технической экспертизы.

Структура управления инновациями – это форма распределения и координирования управленческой деятельности в инновационной сфере. При формировании структуры управления инновациями выбирается тип структуры, состав, функции органов управления, распределяются полномочия между руководителями разного уровня, устанавливаются процедуры и методы обоснования управленческих решений, порядок их согласования и организации исполнения, информационное обеспечение органов управления инновациями.

Список использованных источников

1. Агафонов, Е.В., Ляшенко Г.М., Пугач Е.И., Олейнов В.Н., Ганжин А.Е. Продуктивность яровой пшеницы на чернозёме обыкновенном в зависимости от дозы минеральных удобрений. В сборнике: Проблемы и тенденции инновационного развития агропромышленного комплекса и аграрного образования России Материалы Международной научно - практической конференции: В 4 - х томах. – 2012. – С. 7-10.

2. Косенко, М.А. Выбор признаков оценки гетерозисных гибридов F1 редьки европейской//Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2015. – Т. 8. – С. 211-215.

3.Косенко, М.А. Выявление эффекта гетерозиса в селекции редьки / М.А. Косенко. - Текст: непосредственный // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2015. – № 1-1 (15). – С. 29-34. .

4.Косенко, Т.Г. Агроклиматические ресурсы Ростовской области В сборнике: Современная школа Сборник статей участников IX Всероссийского конкурса инновационных образовательных технологий. – 2018. – С. 159-164.

5. Косенко, Т.Г. Совершенствование технологий возделывания сельскохозяйственных культур / Т.Г. Косенко // В сборнике: АПК России: образование, наука, производство. сборник статей II Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Пенза. – 2021. – С. 113-116.

6. Турчин, В.В. Здоровье почвы - как биологическая категория состояния почв / В.В. Турчин // Современные наукоемкие технологии – основа модернизации агропромышленного комплекса. Материалы международной научно-практической конференции. пос. Персиановский, 2021. – С. 275-277.

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY

T.G. Kosenko, E.I. Nosova

*Don state agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The features of innovative activity of an agricultural enterprise are considered. The innovation process in agriculture is characterized by a variety of organizational forms.

The effectiveness of innovation depends on many factors. The main ones are the degree of involvement of the company's employees in this process, the stimulation of innovations for implementation, which depends on the progressiveness of the incentive methods used and the financing system.

Keywords: innovation process, products, factors, management, efficiency

УДК 658.87

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ

И.А. Красюк, К.Т. Ревнивых

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Статья отражает проблемы и перспективы развития сетевой розничной торговли. Исследование закономерностей развития сетевой торговли, формирование рейтинга известных ритейлеров служит основанием для определения перспектив улучшения работы. Статья отражает основные стратегические направления развития сетевой торговли. Во-первых, инновационный механизм должен быть ориентирован на внедрение и активное

использование средств цифровизации и информатизации в целях повышения качества обслуживания. Во-вторых, необходимо развивать систему онлайн продаж в сети Интернет, предоставить покупателю возможность доставки товаров на дом. В-третьих, важным направлением является развитие производства товаров собственных торговых марок, что повысит конкурентоспособность предприятий сетевой торговли.

Ключевые слова: сетевая торговля, ритейлеры, цифровизация, автоматизация, качество обслуживания, конкурентоспособность, деловая активность

Актуальность исследования. Сетевая торговля в России набирает свои обороты, количество сетевых розничных торговых предприятий увеличивается с каждым днем. Сетевая торговля предусматривает объединение двух или более торговых точек, которые имеют единую ассортиментную политику, логистическую и информационную структуру. Объединение торговых точек направлено на совершенствование работы организаций розничной торговли и в целях увеличения финансовых результатов. Формирование сети торговых точек повышает результативность функционирования организации, способствует росту конкурентоспособности и деловой активности.

Однако, несмотря на масштабы, сетевого бизнеса многие современные предприятия сталкиваются с существенными проблемами. Развитие сетевой торговли должно соответствовать инновационным тенденциям развития современного рынка продаж, учитывать закономерности развития современных форм розничной торговли, тенденции цифровизации и информатизации общества. В противном случае многие предприятия сетевой торговли утрачивают свою конкурентоспособность, снижается их деловая активность. Все это влечет за собой ухудшение результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий сетевой торговли.

Целью научной статьи является определение стратегических альтернатив развития сетевой торговли.

Объектом исследования является сетевая торговля.

Предмет исследования – стратегические альтернативы развития сетевой торговли.

Научная новизна исследования заключается в выявлении проблем развития организаций сетей торговли и определении стратегических альтернатив развития.

Под сетевой торговлей понимают торговлю продуктами народного потребления, предназначенными для удовлетворения личных потребностей населения, осуществляемая посредством функционирования розничных торговых сетей. Сфера розничной торговли опосредована завершением процессов обращения, поскольку именно здесь товары, переходя в собственность потребителей, выпадают из сферы обращения [3, с. 14].

Исследование рейтинга розничных торговых сетей позволяет сделать следующие выводы. Лидирующие позиции занимают группа предприятий X5 Retail Group, «магнит», «Красное белое». Рейтинг магазинов сетевой торговли представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Рейтинг сетевых торговых магазинов [4]

Компания	Основные акционеры	Количество магазинов	Основные магазины	Выручка
X5 Retail Group	CTF Holdings S.A. («Альфа-Групп») -48 %	16300	Пятерочка (магазин у дома), Перекресток (супермаркет), Карусель (гипермаркет)	1,73 трлн. рублей
Магнит	ВТБ (17 %), Marathon Group (12 %)	20700	Магнит (магазин у дома), Магнит Семейный (компактный гипермаркет)	1,37 трлн. рублей
Красное и белое	ДКБР Мега Ритейл Групп лимитед	14500	Красное и Белое (алкомаркет - магазин у дома)	450 млрд. рублей
Лента	«Севергрупп» - 78 %.	380	Лента (супер- и гипермаркет)	417 млрд. рублей
Дикси	До объединения - Mercury Group. Сегодня - «ДКБР Мега Ритейл Групп лимитед» (51 % контролируется Игорем Кесаевым и Сергеем Кациевым, 45 % - Сергеем Студенниковым).	2500	Дикси (магазин у дома), Виктория (супермаркет), Мегамарт (компактный гипермаркет)	320 млрд. рублей

Современные магазины сетевой торговли сталкиваются с проблемами высокой загруженности, снижения качества обслуживания и предоставления полноценной консультации клиентам.

Одним из основных стратегических альтернатив развития сетевой торговли является применение цифровых технологий. Многие предприятия сетевой торговли сталкиваются с проблемами существенных очередей на кассе. Искусственный интеллект позволяет разрешить данную ситуацию.

Сокращение количества очередей – это на данный момент цель всех offline магазинов. В подобном магазине под наименованием «Перекресток» искусственный интеллект начал борьбу с очередями в кассах. Видеокамеры

передают системные данные о количестве клиентов в очереди, кассовых операциях и загруженности продавцов. Затем рассчитывается время ожидания и время обслуживания для каждого покупателя, что снижает вероятность того, что покупатель покинет магазин без покупки. Прямое уведомление приходит при превышении определенных параметров: времени ожидания, заполнения очереди и т.д.

Конкретные методы анализа позволяют игнорировать клиентов, которые уже заплатили за покупку, и отслеживать посетителей, совершивших единоразовую покупку. По сравнению с данными в аналогичных магазинах без системы видеонаблюдения результаты апробации технологий, в 56 магазинах торговой сети «Перекресток» количество жалоб покупателей уменьшилось в 1,5-2 раза, а количество чеков по каждому платежу увеличилось на 9 %.

Будущее в системе развития сетевой торговли принадлежит искусственному интеллекту, организации работы с минимальным количеством ручного труда. Автоматизированные средства продаж повышают эффективность предприятий розничной торговли и способствуют росту производительности труда.

В России только в 2019 году на рынках появились первые магазины без продавцов. Флагманский отдел без розничных продавцов «Fasol» был открыт в пилотном режиме в главном магазине Metro, где ретейлер тестировал свои решения и услуги перед тем, как выйти в главную франчайзинговую сеть. Затем выяснилось, что у X5 Retail Group также есть тестовый магазин «Пятерочка» и полная торговая система, которой до сих пор пользуются сотрудники компании в офисе в Долгопрудном. Что касается магазинов, в которых нет продавцов, стоит упомянуть еще одно изобретение – тележку для покупок Tracxpoint, которая снижает затраты на открытие магазинов без розничных продавцов и дает покупателям больше свободы. При помощи AI (искусственного интеллекта), специальных камер, весов, определяющих, сколько продуктов и каких именно лежит в тележке у покупателя, система рассчитывает цену, и автоматически оплачивает покупки. Система настолько продвинута, что может подсказывать покупателю о нужных покупках, которые были не совершены в процессе хождения по магазину [1, с. 132].

Будущие продажи – тенденции высокого класса. По прогнозу Gartner, грамотно построенный порядок персонализации может e-commerce увеличить прибыль более чем на 10 % к 2023 году. Подтверждение этого вывода можно получить уже сейчас. Оптимизация сайта магазина одежды «Very.co.uk» принесла ему за один год более 5 миллионов евро. Все дело в том, что сайт адаптируется к погодным условиям, и выдает актуальные предложения потенциальным клиентам [2, с. 275].

Одной из перспективных тенденций развития сетевой торговли также является активное развитие сети Интернет-продаж. Современный гражданин живет в условиях недостатка времени, ценит удобство и высокое качество обслуживания. Современные сетевые торговые магазины должны

адаптироваться к данным условиям, стремится к повышению скорости обслуживания, возможности заказа доставки продуктов на дом посредством Интернет.

Еще одним важным направлением развития организаций розничной сетевой торговли является возможность применения и развития собственного производства. Компания X5 Retail Group предлагает покупателю товары категории «Красная цена», в гипермаркете Лента представлена продукция собственного производства «365 дней», аналогичная продукция собственного производства имеется к сети магазинов «Магнит». Такая продукция отличается более низкой ценой и повышает лояльность и приверженность покупателей к данной розничной торговой сети.

Итак, проведенное исследование позволяет определить стратегические альтернативы развития сетевой торговли. Во-первых, одним из основных направлений является использование инновационных средств цифровизации и информатизации, которые позволяют повысить качество обслуживания, снизить нагрузку на персонал, улучшить в целом работу организаций розничной торговли. Важным направлением среди продуктовых розничных точек продаж является использование касс самообслуживание, вычисление загруженности персонала по часам путем применения различных средств автоматизации. Во-вторых, предприятия сетевой торговли в целях инновационного развития на рынке должны активно использовать возможности онлайн продаж. Доставка продуктов на дом становится наиболее актуальной. Данная мера не только приведет к повышению результатов финансово-хозяйственной деятельности, но и обеспечит улучшение качество обслуживания, снизит загруженность персонала в «часы пик». Третьим стратегическим направлением развития сетевой торговли должно стать развитие собственного производства, товаров под торговыми марками известных ритейлеров. Это будет способствовать повышению лояльности покупателей, а также обеспечит рост выручки и деловой активности.

Список использованных источников

1. Александрова, А.С. Перспективы развития торговых сетей в России в современных условиях / А.С. Александрова // Современные проблемы, тенденции и перспективы социально-экономического развития: сб. науч. статей. – Сургут, 2021. – с. 131-133.

2. Барановская, И.А. Инновационные технологии в сетевом ритейле / И.А. Барановская // Экономика и бизнес: тенденции и инновации: сб. науч. статей. – Москва, 2021. – С. 272-279.

3. Майорова, Е.А. Анализ развития сетевой торговли в регионах России / Е.А. Майорова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – №5. – С. 12-19.

4. Рейтинг розничных торговых сетей. – [Электронный ресурс]. – URL.: <https://www.malls.ru/rus/news/10-krupneyshikh-produktovykh-setey-rossii-v-2020-godu.shtml> Дата обращения 05.05.2022.

5. Актуальные проблемы организации производства, маркетинга и менеджмента// колл. моногр.: Ростов-на-Дону. Изд-во: ДГТУ. 2021. – 176 с

STRATEGIC ALTERNATIVES TO NETWORK TRADE DEVELOPMENT

I.A. Krasyyuk, K.T. Revnivykh

*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
Saint Petersburg, Russia*

The article reflects the problems and prospects of the development of network retail trade. The study of the patterns of development of network trade, the formation of a rating of well-known retailers serves as the basis for determining the prospects for improving work. The article reflects the main strategic directions of the development of network trade. Firstly, the innovation mechanism should be focused on the introduction and active use of digitalization and informatization tools in order to improve the quality of service. Secondly, it is necessary to develop an online sales system on the Internet, to provide the buyer with the opportunity to deliver goods to their homes. Thirdly, an important direction is the development of the production of goods of their own brands, which will increase the competitiveness of network trade enterprises.

Keywords: network trade, retailers, digitalization, automation, quality of service, competitiveness, business activity

УДК 332.1

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ОБЪЕМА ОТГРУЖЕННЫХ ТОВАРОВ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ РЕГИОНА

А.А. Кречетова

*Северо-Кавказский федеральный университет,
г. Ставрополь, Россия*

В статье характеризуется актуальность предприятий и организаций региона по виду деятельности «Обрабатывающие производства». Рассматриваются основные аспекты производства и его значения для страны и

в частности для Ставропольского края. Анализируются статистические данные о состоянии и тенденциях развития предприятий с опорой на данные по показателю объем отгруженных товаров по виду деятельности «Обрабатывающие производства». Раскрываются государственные меры по поддержке и развитию предприятий по исследуемому виду деятельности.

Ключевые слова: статистические данные, анализ статистических данных, обрабатывающие производства, отгруженные товары, государственные меры

В современном мире служба статистиков обрабатывает достаточно много информации по разным показателям. Один из самых наблюдаемых показателей это – «Обрабатывающие производства». Обрабатывающая промышленность является ведущей отраслью в промышленности Российской Федерации. В России, обрабатывающие производство составляет 28 % от общего объема валовой добавленной стоимости, а занято в данной промышленности около 22,7 млн человек.

Обрабатывающие производство представляет собой производство, которые занимается физической или химической обработкой материалов и веществ. Данные действия происходят с целью преобразования объекта в новый продукт. В качестве материала или вещества выступает сырье, а именно рыболовство, лесное хозяйства, горные породы и др. Обработанный объект может быть готовой к потреблению или может представлять полуфабрикат для последующей обработки.

Показатель обрабатывающего производства очень емкий, в отрасли в качестве сырья используется, как и продукты сельского хозяйства, так и добытые ресурсы природного происхождения. Вследствие чего обрабатывающее промышленность создает и средства производства, и предметы потребления. Эти свойства делают отрасль очень ценной для экономики страны и её регионов.

В основе статистического элемента вычисления, может быть, как общей объём производства обрабатывающих предприятий, так и отдельная категория товаров. В статистических анализах современного состояния и развитие организаций имеет важное место отгруженные товары. Отгруженные товары предназначены для обобщения информации о наличии и движении отгруженной продукции так, как выручка от продажи некоторое время не вносится в бухгалтерском учете. Только после передаче собственнику в бухгалтерском учете формируются данные об отгруженных товарах, куда также могут входить работы, услуги, полуфабрикаты, материалы, животные на выращивании [1]. Данная категория очень ценна так, как в сделках с помощью особых условия создаётся доверительные отношения между участниками.

Для полного понимания тенденций развития и состояния организаций, предприятий региона по виду деятельности «Обрабатывающие производства» на основе объема отгруженных товаров был проведен анализ с опорой на

точные статистические данные. За основу расчетов были взяты данные за пять лет из официального сайта Федеральной службы государственной статистики (Росстат), которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Данные по показателю «Объем отгруженных товаров по виду деятельности «Обрабатывающие производства», млрд.руб. [2]

Показатель	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Объем отгруженных товаров по виду деятельности «Обрабатывающие производства», млрд.руб	266,0	262,2	298,6	295,1	304,8

По приведённым данным в таблице наглядно видно изменения объёма отгруженного товара. В 2017 году по сравнению с 2016 году объем уменьшился на 3,8 млрд.руб, и составил 262,2 млрд.руб. Значительный рост заметен в 2018 году, показатель достиг 298,6 млрд.руб, но в 2019 году объем упал до 295,1 млрд.руб. В 2020 году объем отгруженных товаров по сравнению с 2019 увеличивается на 9,7 млрд.руб и составляет 304,8.

Из имеющихся данным в таблице 1 был проведен комплексный статистический анализ и составлена таблица 2, которая включает в себя следующие показатели: абсолютный прирост, темп роста, темп прироста, абсолютное значение одного процента прироста.

Таблица 2 – Статистический анализ объема отгруженных товаров за последние пять лет

Год		2017	2018	2019	2020
Цепные показатель ряда динамики	Абсолютный прирост, млрд. руб.	0,2	32,4	-3,5	9,7
	Темп роста, млрд. руб.	100,1	112,2	98,8	103,3
	Темп прироста, млрд. руб.	0,1	12,2	-0,2	3,3
	Абсолютное значение 1 % прироста, млрд. руб.	2,660	2,662	2,986	2,951
Базисные показатель ряда динамики	Абсолютный прирост, млрд. руб.	0,2	32,6	29,5	38,8
	Темп роста, млрд. руб.	100,1	112,3	110,9	114,6
	Темп прироста, млрд. руб.	0,1	12,3	10,9	14,6

С начала выбранного периода и по 2018 год производство товаров увеличивалось. А именно, если обратить внимания на числовые данные, то темп прироста за 2017 год составляет 0,1 %, а за 2018 год темп прироста по

цепному показателю составляет 12,2 %, что показывает рост объема товара. Это связано с эффективным укреплением конкурентоспособности отечественной экономики и восстановлением инвестиционной активности, а также изменения в подзаконных актах, которые в значительной мере способствовали росту производства.

В 2019 году производство товаров значительно уменьшилось по сравнению с предыдущим годом, сокращение составило 3,5 млрд.руб.. Изменения показателей во многом связаны с ситуацией в стране. Это заметно по отрицательному показателю, которые возникли из-за снижения экспортных поставок природных ресурсов и сокращения внутреннего потребления, а также разочарование предприятий в объемах спроса.

Ситуация улучшается в 2020 году, производство продукции увеличилось на 3,3 % в сравнении с предшествующим годом. Производство набрало обороты так, как в предстоящем году было проведено множество мероприятий и был изменен подход к проблеме, все силы были направлены на стабилизацию социально-экономического состояния в стране.

По исходным данным и на основе исчисленного уравнения по методу экстраполяции был спрогнозирован объем отгруженных товаров по виду деятельности «Обрабатывающие производства», на 2021 год, которая равна 318,2 млрд. руб. (рисунок 1). Прогноз на 2021 год достаточно положительный, и его можно достичь так, как рынок приспособился к непривычным ситуациям за период пандемии. Помимо этого государство подготовило программу национальной цифровизации, которая способствует качественному развитию общества и рынка в целом.

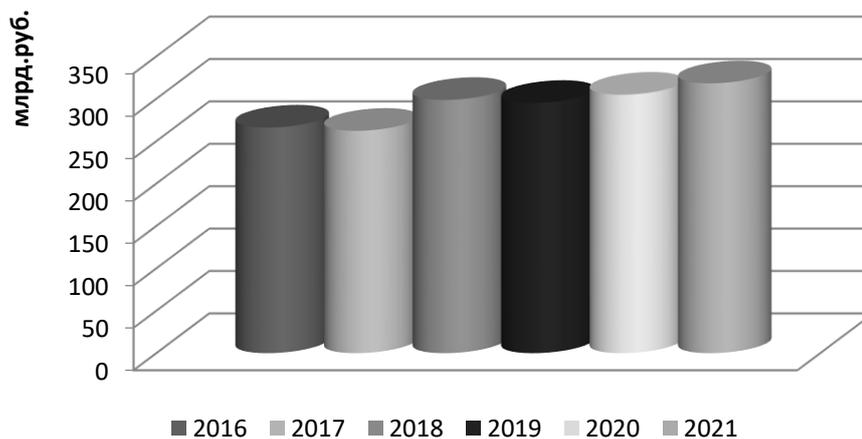


Рисунок 1 – Объем отгруженных товаров обрабатывающих производств Ставропольского края, млрд.руб.

Исходя из расчетов и приведенных выше данных на рисунке 1 виден положительный прогноз, который составил 318,2 млрд.руб. Выявленная тенденция предполагает увеличение объема отгруженной продукции на 13,4 млрд.руб, которые можно достичь если оперативно провести мероприятия поддержки и цифровизации рынка.

На основании аналитических данных за последние пять лет было выявлена основная тенденция в изменении анализируемого показателя и спрогнозирован его уровень на перспективу с помощью методом аналитического выравнивания. Из выше сказанного ясно, что обрабатывающее производство, является один из самых важных показателей любое статистическое изменение, по которому непосредственно влияет на макроэкономические показатели и состояние национальной экономики страны. В связи с этим проводятся государственные меры по поддержке и развитию предприятий и организаций регионов по виду деятельности «Обрабатывающие производство». Направленные усилия достаточно эффективные так, как уже заметен рас в 2020 году и было выявлено, что прогноз на 2021 год положительный.

Для расширения производственных мощностей и стабилизаций обрабатывающего производства были проведены собрания с участием Правительства РФ, Минпромторг России и Минвостокразвития России по данному вопросу. В результате которого было решено использовать уже предусмотренные меры поддержки. Данные меры предполагают использования проверенных инструментов финансового и нефинансового типа, которые подразумевают под собой тарифное и таможенное регулирования, а также режим экономической зоны.

Правительство собирается без осуществления государственных закупок поддержать отечественного производителя. Выполняя постановления Правительства РФ «О минимальной обязательной доле закупок российских товаров и её достижении заказчиком».

Во время обсуждений по обрабатывающему производству был подняты проекты по добыче и переработке полезных ископаемых, которые позволяют наращивать ВРП области. На собрание были предложены дальнейшие меры по развития и расширения нефтяных, химических, газовых и других проектов.

Рассматривались федеральные меры поддержки промышленности. За время работы фондов было выделены большие суммы на развития промышленности, так от предприятий ДФО поступили 103 заявки на сумму около 25,5 млрд рублей.

С 2021 года проводится поддержка субъектов РФ от лица Минпромторга России в форме межбюджетных трансфертов на развития региональных проектов и программ для промышленности. Конкурсные отборы проходят регулярно и на 2022 году уже запланированы средства из федерального бюджета на дальнейшее развитие промышленности Ставропольского края.

Список использованных источников

1. Мотченко, А.В. Условия формирования финансового риска в Ставропольском крае и его оценка с использованием эффекта финансового

рычага / А.В. Мотченко // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2009. – № 4. – С. 191-194.

2. <http://www.stavstat.gks.ru> – Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу (Северо-Кавказстат).

STATISTICAL ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MANUFACTURING INDUSTRIES IN THE REGION

A.A. Krechetova

*North Caucasus Federal University,
Stavropol, Russia*

The article characterizes the relevance of enterprises and organizations in the region by the type of activity «Manufacturing». The main aspects of production and its significance for the country and in particular for the Stavropol Territory are considered. Statistical data on the state and development trends of enterprises are analyzed based on data on the indicator volume of shipped goods by type of activity «Manufacturing». The state measures for the support and development of enterprises for the type of activity under study are disclosed.

Keywords: statistical data, analysis of statistical data, manufacturing industries, shipped goods, government measures

УДК 336

СПЕЦИФИКА АУДИТОРСКОГО РЫНКА В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

В.И. Липатова

*Московский Государственный Университет,
г. Москва, Россия*

В работе говорится о конкурентоспособности китайского рынка аудиторских услуг. О проблемах, возникающих при обращении к китайским аудиторским организациям, о трудностях в развитии аудиторского рынка перед началом «политики реформ и открытости».

Ключевые слова: аудит, Китай, Китайская народная Республика, международные аудиторские организации, китайские аудиторские организации

Аудит является неотъемлемой и очень важной частью управления любой организацией. Положительная деятельность любого предприятия зависит от того, насколько эффективно, экономно и результативно расходуются его денежные средства.

Нам представляется важным рассмотреть существует ли конкуренция на рынке аудиторских услуг в Китае.

На протяжении более, чем тридцати лет, Китай являлся государством с плановой экономикой. После того, как в 1949 году к власти пришла Коммунистическая партия Китая, все предприятия стали государственной собственностью.

Учитывая трудности экономического развития Китая из-за «политики большого скачка», «культурной революции», политики, проводимой во время управления Мао Цзэдуна, независимого аудита практически не существовало в данное время.

После прихода к власти Дэна Сяопина, началась «политика реформ и открытости», которая в корне изменила ход китайской истории. Политика была направлена на устранение экономической разрухи, оставшейся после прошлого периода.

В 1990-х годах Китайская Народная Республика ускорила реформирование в финансовом секторе, все усилия были направлены на развитие коммерческих организаций. Финансовая либерализация привела к повышению спроса на бухгалтерские и аудиторские услуги.

Во многих странах часто иностранные фирмы пытались слиться с крупными местными фирмами, чтобы начать развитие в этой стране. Но, поскольку в Китае не существовало в это время крупных аудиторских фирм, чаще международные организации отказывались от этой идеи.

Но есть и другие примеры, так, одна из независимых китайских фирм Shine Wing ранее была частью Coopers & Lybrand, а превратилась в независимую аудиторскую организацию только после слияния Price Waterhouse и Coopers & Lybrand.

Кроме того, реформирование во время «политики реформ и открытости» коснулось и государственных предприятий, они начали преобразовываться в акционерные общества и т.д., что создало большой спрос на независимый аудит. Так, к 2000-м гг. количество аудиторских организаций в Китае увеличилось до 5000.

Стоит отметить, что несмотря на то, что государство пыталось создать искусственные барьеры, издавая государственные постановления, рынок аудита для зарегистрированных на бирже фирм Китая более конкурентоспособен, чем в других странах.

По данным исследований, в Соединенных Штатах Америки, Великобритании, Канаде и даже Гонконге около 80 % компаний проверяются самыми крупными международными аудиторскими фирмами и, соответственно, получают большую выручку от продаж.

В Китае ведущие международные аудиторские фирмы проверяют около 30 % организаций. Так, можно сделать вывод, что в Китае рынок достаточно конкурентоспособен, а не олигополистичен. То есть растущий рынок аудиторских услуг не находится в ситуации с доминированием небольшого количества фирм.

Важно отметить, что иногда даже при слиянии китайской аудиторской организации с крупной международной организацией (что происходит не так часто), большое количество китайских клиентов переходит в местные аудиторские фирмы, поскольку имеет больше доверия к сотрудничеству с китайскими аудиторами. Этот вопрос безусловно связан и с возможностью договориться с отечественными аудиторами, которые могут пойти на компромисс.

В соответствии с некоторыми исследованиями, проводимыми в Китае, организации «Большой четверки» (PwC, Deloitte, KPMG, Ernst & Young) имеют ценник на аудиторские услуги выше в два, а иногда и в три раза, нежели цены в отечественных аудиторских организациях.

Часто даже государственные предприятия региональных уровней обращаются к местным аудиторам, поскольку хотят нивелировать данные в отчетности, которые не соответствуют действительности. Как показывает практика, китайские госпредприятия могут получить положительную отчетность от местных аудиторских организаций чаще, чем от крупных международных аудиторских фирм.

Желание получить помощь в процессе подготовки финансовой отчетности государственным предприятиям связана с тем, что в Китае региональные власти зачастую предоставляют местным предприятиям субсидии, но есть необходимое условие, в соответствии с которым финансовая отчетность должна отвечать требованиям

Здесь также можно отметить недостаточную прозрачность в вопросах бюджета, поскольку в Китае несвоевременно публикуются бюджетные отчеты или не публикуются вообще. Китайцы, в связи с этим очень обеспокоены, поскольку ставится под сомнение прозрачность государственного контроля и контроля в целом.

Таким образом, рынок аудиторских услуг со времени начала «политики реформ и открытости» пополняется все новыми и новыми организациями. В Китае практически нет монополии в сфере аудиторских услуг, эти услуги предоставляют как международные организации, так и китайские организации. В то же время существует большое количество проблем, связанных с личными связями проверяемых организаций с отечественными аудиторами.

Список использованных источников

1. Герасимова, Е.Б., Бровкина Н.Д., Булыга Р.П. Основы аудита: учебник. – Москва: «Издательство.Форум» – 2010 – С. 6.

2. Козлов, Л.Е. Специфика финансового аудита в современном Китае / Л.Е. Козлов // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2015. - №4 – С. 106-116.

3. Кучеров, А.В., Козичева Я.М. Особенности аудита за рубежом / А.В. Кучеров, Я.М. Козичева // Молодой ученый. – 2013 – №5. – С. 339-343.

THE SPECIFICS OF THE AUDIT MARKET IN THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

V.I. Lipatova

*Moscow State University,
Moscow, Russia*

The paper is about the competitiveness of the Chinese market for audit services. About the problems that arise when contacting Chinese audit organizations, about the difficulties in developing the audit market before the start of the policy of reforms and openness.

Keywords: audit, China, People's Republic of China, international audit organizations, Chinese audit organizations

УДК 338.27

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Г.С. Максимова

*Башкирский государственный университет,
г. Уфа, Россия*

В научной статье представлены результаты исследования характеристики основных методик оценки инновационного потенциала, используемых образовательными учреждениями. Актуальность научного исследования на выбранную проблематику обусловлена увеличением инновационной активности в образовательной сфере, где необходимо обеспечение оценки для управления и реализации инновационного потенциала. Рассмотрены теоретические аспекты понятия «инновационный потенциал» образовательного учреждения. Проведен обзор методик оценки инновационного потенциала образовательных учреждений.

Ключевые слова: инновационный потенциал; оценка инновационного потенциала; образовательное учреждение; методы оценки инновационного потенциала

Двумя ключевыми видами деятельности образовательных институтов являются: производство человеческого капитала и создание интеллектуального капитала. При этом эти учреждения, как правило, осуществляют широкое и далеко идущее воздействие на местную экономику. Инновационный потенциал исследовательского университета – это совокупность доступных и готовых к использованию внутренних и внешних ресурсов и возможностей университета мирового класса, которые позволяют ему эффективно выполнять свою миссию. Эта деятельность привела бы к решению социально значимых проблем научными средствами, что привело бы к достижению социально-экономических результатов. Таким образом, инновационный потенциал такого университета является системным понятием, отражающим экономический характер его миссии. Это было бы определено в контексте единства трех видов экономической деятельности 1) предоставление образовательных услуг; 2) предоставление наукоёмких бизнес-услуг (проведение исследований и разработок на коммерческой основе); 3) развитие инноваций через механизмы коммерциализации интеллектуальной собственности или создания стартапов или дочерних компаний, которые производят наукоемкую продукцию. Основывая новые предприятия, образовательные учреждения – прямо поддерживают инновационную деятельность. Роль образовательного учреждения в содействии региональной инновационной системе может расширяться помимо своих основных организационных задач и использования своих основных результатов и продуктов, имеющих экономическую ценность (человеческие ресурсы, знания, навыки, технологии).

Инновационную систему образовательных учреждений можно анализировать как набор функций, компонентов и взаимосвязей, которые позволяют нам дезагрегировать разные степени взаимодействия между компонентами системы, и анализировать формирование инноваций в образовании. Конструкция «инновационной системы образования» была разработана как подмножество инновационной системы, сосредоточенной, в частности, в высших учебных заведениях, которые находятся в узкой связи с другими институциональными сферами, такими как промышленность, государственные и неправительственные учреждения и общество в целом. Добавочным компонентом инновационного потенциала образовательной организации выступает присутствие тесных деловых связей с другими институтами национальной или региональной инновационной системы, партнерство с которыми нацелено на реализацию общих проектов и задач [5].

Способы оценки инновационного потенциала образовательного учреждения (ИПОУ) должны учитывать специфики его многопрофильной и специфической деятельности, а также организационно-правовой статус. К настоящему моменту не сформировались общепризнанные методики анализа

инновационного потенциала образовательных организаций, в связи, с чем трудно утверждать о том, что существует методика, которая бы получила статус внедрённой и общепризнанной.

Первой методикой, заслуживающей внимания, является «Система оценки инновационного потенциала образовательных учреждений», сформированная М.С. Власовой, О.В. Ильиной и В.И. Морохиной [3].

В основе данной методики оценки используется суммирование индексов изменения различных показателей, подразделяющихся на четыре основных компонента, каждый из которых включает в себя особые показатели (см. таблицу 1) [2].

Таблица 1 – Совокупность показателей оценки инновационного потенциала организации

1. Человеческий индекс (знания и опыт)	1.1. Показатель изменения численности профессорско-преподавательского состава 1.2. Показатели изменения доли докторов наук в общей численности профессорско-преподавательского состава 1.3. Показатели изменения доли кандидатов наук в общей численности профессорско-преподавательского состава 1.4. Показатели изменения доли молодых ученых младше 35 лет в общей численности профессорско-преподавательского состава
2. Потребительский индекс	2.1. Показатель изменения собственных площадей в натуральном выражении 2.2. Показатель изменения арендованных площадей в натуральном выражении 2.3. Показатель изменения доли введенной компьютерной и прочей техники 2.4. Показатель изменения доли библиотечного фонда в расчете на одного студента в натуральном выражении
3. Индекс организационных возможностей	3.1. Показатель изменения фонда заработной платы в расчете на одного сотрудника 3.2. Показатель изменения доли затрат на повышение квалификации 3.3. Показатель изменения доли затрат на стажировку в расчете на одного сотрудника 3.4. Показатель изменения доли надбавок в расчете на одного сотрудника
4. Информационный индекс	4.1. Показатель изменения объема монографий, учебников и учебных пособий, изданных образовательным учреждением в течение года 4.2. Показатель изменения стоимости хозяйственных договоров и финансируемых госбюджетных НИР всего по образовательному учреждению 4.3. Показатель изменения докторантов в общей численности профессорско-преподавательского состава 4.4. Показатель изменения доли заслуженных деятелей науки, имеющих государственные знаки отличия, членов РАН в общей численности профессорско-преподавательского состава образовательной организации.

По моему мнению, данная методика достаточно точно анализирует текущее состояние инноваций, так как каждый из этих индексов является ключевым при оценке инновационного потенциала образовательных учреждений. Однако каждый из данных индексов следует изучать отдельно для каждого региона, так как данные индексы пропорционально зависят от состояния экономики в определенном районе. На основе исследований каждого региона, следует выделить среднее значение для всего государства, именно это значение и будет являться наиболее верным показателем.

Теперь, рассмотрим другую методику «Оценки инновационного потенциала образовательных учреждений», которую предлагают В.В. Бондаренко и М.А. Танина.

В основе данной методики оценки используется процедура суммирования индексов изменений различных показателей, подразделяющихся на четыре основных компонента (таблица 2).

Таблица 2 – Система средневзвешенных показателей оценки интеллектуального капитала образовательной организации

Категория	Средневзвешенный показатель	Индикаторы
1	2	3
1. Человеческий компонент (знания и опыт персонала организации)	1.1. Средневзвешенный индекс уровня развития образовательного капитала 1.2. Средневзвешенный показатель уровня развития социального капитала	1.1.1. Уровень образования 1.1.2. Стаж работы в сфере образования 1.2.1. Возраст сотрудников 1.2.2. Уровень текучести кадров за год
2. Ресурсный компонент	2.1. Средневзвешенный индекс уровня развития инновационного капитала	2.1.1. Количество учебных программ (курсов), по которым ведется обучение 2.1.2. Количество новых учебных программ (курсов), освоенных в последние 3 года 2.1.3. Кол-во используемых средств продвижения услуг (инновации в продвижении услуг)

Продолжение таблицы 2

1	2	3
3. Организационные возможности	3.1. Средневзвешенный индекс уровня развития организационного капитала	3.1.1 Периодичность аттестации или проверки компетентности и уровня знаний сотрудников 3.1.2. Периодичность обучения и повышения квалификации сотрудников
4. Информационный компонент	4.1. Средневзвешенный индекс уровня развития информационного капитала	4.1.1. Количество сотрудников, приходящихся на один компьютер (обеспеченность сотрудников компьютерной техникой) 4.1.2. Кол-во программных продуктов, которыми сотрудники умеют пользоваться и используют в процессе работы и учебной деятельности

По моему мнению, так как разработанные обобщающие показатели, распределены по компонентам интеллектуального капитала неравномерно, это несколько снижает качество конечной оценки.

С.А. Старых, И.Г. Кузьмичева и Д.И. Распопин предлагают оценивать уровень развития инновационного потенциала образовательной организации следующим интегральным показателем:

$$\text{УИК} = B * K_{\text{п}} + (1 - B) \text{ДС} / \text{ДС}_{\text{max}}$$

где показатели:

B – существенность инновационного потенциала или итогов со стороны лица, принимающего решение;

ДС – добавленная стоимость на объекте за оцениваемый период, руб.;

ДС_{max} – максимальное значение добавленной стоимости среди сравниваемых объектов, руб.

$K_{\text{п}}$ – коэффициент интеллектуального потенциала [4].

По моему мнению, данный показатель может дать точную характеристику инновационному потенциалу образовательных учреждений. С помощью него можно проводить периодическую диагностику уровня интеллектуального капитала. Благодаря данной методике можно выявить своевременно сильные и слабые стороны в области интеллектуального потенциала образовательного учреждения.

Т.С. Колмыкова предлагает следующую методику «оценки инновационного потенциала образовательного учреждения», итоговый результат которой формируется из следующих этапов:

1. Определение элементов инновационного потенциала образовательного учреждения.

2. Определение показателей инновационного потенциала образовательного учреждения.

3. Определение удельного веса показателей инновационного потенциала образовательного учреждения.

4. Расчет показателей и интегрального показателя инновационного потенциала образовательного учреждения [5].

Данная методика, по моему мнению, не даст нужного результата исследования. Отсутствие исследования таких важных факторов, как например, человеческий компонент, не позволяет точно ценить инновационный потенциал образовательного учреждения.

Мы разъясняем концепцию инноваций, определяя ее наряду со смежными понятиями, такими как креативность и предпринимательство. Наше определение инноваций уникально тем, что оно подчеркивает не только важность внедрения на организационном уровне, но и детализирует, как восприятие новизны в данной области имеет важное значение для того, чтобы продукт или процесс считались инновационными. Кроме того, ни один продукт или процесс не должен быть идентифицирован как «инновационный», пока у него не будет времени пройти процесс распространения и оказать заметное влияние на данную область.

Подводя итоги исследования, мы можем определить, что основные принципы, на которых должна основываться система оценки инновационного потенциала образовательного учреждения, включают: 1) ответственность экспертов за уровень обоснованности решений в стратегическом управлении развитием образовательного учреждения; 2) научная и систематическая оценка инновационного потенциала образовательного учреждения; 3) комплексная ориентация механизма оценки, включающего внутренние и внешние компоненты наряду с эффективным внедрением, что приведет к формированию новых конкурентных преимуществ на глобализированных рынках образовательных услуг и наукоёмких бизнес-услуг.

Таким образом, обзор методик оценки ИПОУ позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, большинство авторов предлагают многокомпонентную структуру системы показателей оценки исследуемой категории. Во-вторых, для определения количественных значений показателей, характеризующих отдельные элементы ИПОУ, используется индексный метод, позволяющий свести разноразмерные параметры в единый интегральный индекс оценки инновационного развития организации. В-третьих, состав показателей, используемых для оценки отдельных элементов ИПОУ авторами

рассмотренных методик, отличается разнообразием и требует, на наш взгляд, разработки единого подхода к формированию методики оценки ИПОУ.

Список использованных источников

1. Бондаренко, В.В. Управление формированием интеллектуального потенциала в системе дополнительного профессионального образования / В.В. Бондаренко, М.А. Танина // Известия ПГУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 214.

2. Власова, М.С. Разработка методики расчета интегрального показателя оценки потенциала образовательного учреждения / М.С. Власова, В.И. Морохина, О.В. Ильина // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2012. – № 2. – С. 19-23.

3. Сафаров З.А., Кабутов К.Р. Инновационный потенциал вуза и методические основы его оценки // Вестник Технологического университета Таджикистана. – 2016. – № 1 (26). – С. 181-187.

4. Старых С.А., Кузьмичева И.Г., Распопин Д.И. УРИК как интегральный показатель изменения инновационного потенциала организации // Регион: системы, экономика, управление. – 2021. – № 2 (53). – С. 138-144.

5. Колмыкова Т.С. Инновационный потенциал опорного вуза региона: теоретические подходы, процессы развития и оценка // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 12 (102). – С. 238-242.

METHODS FOR ASSESSING THE INNOVATIVE POTENTIAL OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

G.S. Maksutova

*Bashkir State University,
Ufa, Russia*

The scientific article presents the results of a study of the characteristics of the main methods for assessing the innovative potential used by educational institutions. The relevance of scientific research on the selected issues is due to the increase in innovative activity in the educational sphere, where it is necessary to provide an assessment for the management and implementation of innovative potential. The theoretical aspects of the concept of «innovative potential» of an educational institution are considered. A review of methods for assessing the innovative potential of educational institutions has been carried out.

Keywords: innovation potential; assessment of innovative potential; educational institution; methods for assessing innovative potential

СПЕЦИФИКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

К.Е. Мартюгова, С.В. Губарьков

*Дальневосточный федеральный университет,
г. Владивосток, Россия*

В статье рассмотрены особенности применения специальных налоговых режимов для субъектов малого и среднего предпринимательства в России, отражены достоинства и недостатки данных режимов. Охарактеризована динамика поступлений в бюджетную систему РФ от специальных налоговых режимов в условиях пандемии. Выделены меры государственной поддержки субъектов МСП в России в условиях пандемии.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, специальные режимы налогообложения, налоговые ставки

Сектор малого и среднего предпринимательства (МСП) играет чрезвычайно важную роль в современной экономике. Жизненно важный вклад МСП в экономическое развитие страны – это реальность, единодушно признанная экономистами.

Современное налоговое законодательство Российской Федерации дает возможность малым и средним предприятиям выбрать и использовать *несколько режимов налогообложения*:

– общая система налогообложения, при использовании которой налогоплательщик обязан уплачивать все налоги, перечисленные в части второй Налогового кодекса РФ (далее – НК РФ);

– специальные режимы налогообложения: единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), патентная система налогообложения (ПСН), упрощенная система налогообложения (УСН), налог на профессиональный доход (НПД).

В настоящее время существуют и действуют различные виды СНР. **Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН)** – эта система налогообложения применяется исключительно предприятиями, основная деятельность которых связана с производством сельскохозяйственной продукции. Применение данного режима позволяет налогоплательщику быть освобожденным от уплаты следующих налогов: НДС, налог на прибыль, налог на доходы физических лиц (индивидуальные предприниматели), налог на имущество. Чтобы применять ЕСХН, субъект малого предпринимательства кроме требования к виду основной деятельности, также должен не меньше 70 % доходов иметь именно от этой деятельности (п.2 ст. 346.2 НК РФ), также

существуют иные ограничения, закрепленные в ст. 346.2 НК РФ. Налоговая ставка при применении данной системы налогообложения – 6 % от разницы между доходами и расходами.

Патентная система налогообложения (ПСН) – это специальный налоговый режим, который разработан именно для индивидуальных предпринимателей (ИП) и применим к определенным видам деятельности, перечень которых устанавливается в каждом субъекте РФ. Налогоплательщик имеет право приобрести несколько патентов. Особенностью патентной системы налогообложения является полная замена уплаты определенных видов налогов (налог на доходы физических лиц, налог на имущество физических лиц, НДС) единовременной платой за приобретение патента на занятие определенным видом деятельности, действующего в течение ограниченного временного периода (на срок до 6 месяцев и от 6 до 12 месяцев) [3].

Упрощенная система налогообложения (УСН) – на сегодняшний день это самый распространенный налоговый режим среди предприятий малого и среднего бизнеса Российской Федерации. Для того, чтобы использовать данный режим налогообложения налогоплательщик должен соответствовать определенным требованиям. Налоговые ставки закрепляются на региональном уровне, на федеральном уровне установлены требования установления границ данных ставок: максимум 15 % от доходов, уменьшенных на сумму расходов (на региональном уровне возможно снижение до 5 %), 6 % – если налог рассчитывают с доходов (на региональном уровне ставка может быть снижена до 3 %).

Налог на профессиональный доход (НПД) – данный специальный налоговый режим вправе применять физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, в отношении деятельности, при осуществлении которой они не имеют работодателей и не привлекают наемных работников по трудовым договорам, а также имеющие доходы от использования имущества. При реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав физическим лицам применяется ставка налога в размере 4 %, индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам – в размере 6 %. Налоговый период равен одному календарному месяцу [3].

Новый специальный налоговый режим (НПД), прежде всего, направлен на легализацию деятельности лиц, самостоятельно обеспечивающих себя работой, а также на снятие излишних административных обременений, связанных с налоговым учетом и налоговой отчетностью.

По данным ФНС России, на конец 2020 года 5,504 млн. налогоплательщиков (юридические лица и индивидуальные предприниматели) применяли специальные режимы, среди них, 3,102 млн. применяли упрощенную систему налогообложения, 1,968 млн. – единый налог на вмененный доход, 94 тыс. – единый сельскохозяйственный налог, 340 тыс. – патентную систему налогообложения.

В целом, поступления в бюджетную систему от специальных режимов в 2020 г. выросли на 32,7 % к уровню 2017 г. Также устойчива и несколько возрастает их доля в налоговых и неналоговых доходах консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации. В 2020 году малый бизнес обеспечил 582,7 млрд. рублей налоговых поступлений в консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации, из них 502,1 млрд. рублей, или 86,2 % составили поступления налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения [4].

Ограничения, введенные в связи с пандемией в России, привели к существенным изменениям в экономике малого и среднего бизнеса. Все это потребовало от федеральных и региональных властей применения дополнительных мер поддержки компаний, наиболее пострадавших в этот период, в том числе, и в сфере налогообложения.

В числе таких мер поддержки для субъектов МСП можно отметить: освобождение от уплаты налогов и взносов на определенный период времени; предоставление отсрочки и рассрочки по платежам в бюджет; получение субсидий на сохранение численности работающего персонала; приостановление ФНС России взысканий задолженности и переход к мягким мерам урегулирования; установление пониженной ставки налога, взимаемого в связи с применением УСН.

В целом, данные меры оказали существенную помощь субъектам малого и среднего предпринимательства и способствовали снижению числа банкротств и ликвидаций данных субъектов.

Список использованных источников

1. Губарьков, С.В. Основы финансовой деятельности организации: учебное пособие / С.В. Губарьков. – Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-та, 2017. – 171 с.

2. Теория финансов: учебное пособие / А.А. Бессонова, С.В. Губарьков, Е.А. Курасова, В.В. Лихачева, Е.Д. Рубинштейн, Е.Н. Стенькина; Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента. – Владивосток: Изд-во Дальне-вост. федерал. ун-та, 2022. – 202 с.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2021) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/

4. Губарьков, С.В. Меры поддержки инновационного предпринимательства в Российской Федерации / С.В. Губарьков // Социально-экономическое развитие регионов в цифровую эру: сборник материалов II Всерос. научно-практич. конф. – Биробиджан: ИЦ ПГУ им. Шолом-Алейхема, 2020. – С. 132 – 136.

SPECIFICS OF TAXATION OF SUBJECTS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN RUSSIA

K.E. Martyugova, S.V. Gubarkov

*Far Eastern Federal University,
Vladivostok, Russia*

The article discusses the features of the application of special tax regimes for small and medium-sized businesses in Russia, reflects the advantages and disadvantages of these regimes. The dynamics of revenues to the budget system of the Russian Federation from special tax regimes in a pandemic is characterized. Measures of state support for SMEs in Russia in the context of a pandemic are highlighted.

Key words: small and medium business, special tax regimes, tax rates

УДК: 659.441

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ НАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

А.С. Мелехова

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия*

Масштабы цифровизации в обществе, экономике и торговле сегодня стремительно нарастают, а цифровое пространство становится ключевым полем для формирования коммуникации с аудиторией. Внедрение и активное применение цифровых, digital- технологии становится не только конкурентным преимуществом для бизнеса, но и априорным условием его существования. В статье рассмотрены цифровые нативные коммуникации, и их способности эффективно интегрироваться в digital-среду, расширяя спектр возможностей маркетинговых и бренд-коммуникаций, продвижения конкурентных преимуществ через digital среду.

Ключевые слова: цифровая нативная коммуникация, digital-коммуникация, нативный контент, формат нативной коммуникации

Digital-коммуникации – это маркетинговые коммуникации, используемые при продвижении брендов с помощью цифровых, IT-технологий и/или посредством интернет инструментария. Сущность digital-коммуникаций в целом совпадает с сущностью классических маркетинговых коммуникаций, при

этом особенности цифровой (интернет online– среды) обуславливают их специфические особенности, которые мы выделили в виде их преимуществ и недостатков. Преимущества digital-коммуникаций: более глубокое ознакомление целевой аудитории с брендом, товаром/услугой, высокая скорость передачи сообщения, более точное таргетирование целевой аудитории, многообразие типов и видов контента, более точная оценка эффективности коммуникации и возможности автоматизации процессов, широкий спектр возможностей использования нативной коммуникации. К недостаткам можно отнести пролонгированность отклика целевой аудитории, а также эффект «заспамленности» – обилие различных форм Digital-коммуникаций в интернете. Среди существенных минусов digital-коммуникации, а также традиционных digital-форматов продвижения брендов можно выделить чрезмерную назойливость, перенасыщение контентом, «баннерную слепоту» (склонность пользователей игнорировать элементы веб-страницы, которые они воспринимают как рекламу). Портрет современного потребителя сегодня претерпевает значительные изменения и современная аудитория, технологически ю подкованная, имеющих мгновенный доступ практически к любой информации, пресыщенная изобилием медиаконтента, достаточно быстро отличает рекламную коммуникацию от нерекламной, как результат традиционные форматы уже не дают такую эффективность, что является триггером поиска и развития альтернативных способов донесения рекламной информации. Все чаще специалистами медиарынка используется нативная коммуникация, как форма эволюционного развития традиционных форматов рекламных и PR коммуникаций.

Цифровые нативные коммуникации – это коммуникационный инструмент брендированного формата, контент, который представляется в виде редакционного, ориентирован на ценность аудитории и носит образовательный, информационный и медийный характер в digital сфере. В зависимости от целей и задач данный инструмент может служить как рекламой, так и PR в контексте коммуникационной политики бренда. Нативные коммуникации – это не просто быстрорастущий тренд, а следующий эволюционный этап инструментов коммуникации брендов с аудиторией. По данным агентства нативных коммуникаций «Sharethrough» размещение нативных материалов увеличивает посещаемость офлайн точек продаж бренда. Также в ходе исследования было выявлено, что покупатели, которые увидели нативный контент бренда в онлайн среде, с вероятностью на 21 % выше, чем те, кто ее не видел, посещали офлайновые магазины бренда. Компания «Relar» выявила, что основными потребителями нативных коммуникаций являются платежеспособные пользователи в возрасте от 20 до 30 лет и провела опрос у данной целевой аудитории. Результаты опроса показали следующее:

«80 % миллениалов считают, что встроенный в ленту нативный материал удобным;

44 % респондентов утверждают, что такой контент улучшает их отношение к изданию, сайту или приложению;

48 % опрошенных считают, что бренды, встраивающие нативный материал в ленту новостей, заинтересованы в доверительных отношениях с клиентом;

38 % респондентов склонны покупать продукты и услуги брендов, которые встраивают нативные коммуникации в ленту».

Исходя из вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что цифровые нативные коммуникации являются не только эффективной, но и понятной и приятной аудиторией. Нативные материалы не вызывают отторжения, они естественны и органичны. Естественность её обусловлена тем фактором, что она воспринимается пользователями как оригинальный, родной и что немаловажно, релевантный контент. Нативная коммуникация обладает хорошей видимостью, ненавязчивостью органично интегрируется в дизайн и контент веб-страницы, социальной сети или мобильного приложения, не вызывая у пользователя эффекта «инородности».

Основными характеристиками цифровой нативной коммуникации являются: высокая эффективность (преодоление «баннерной слепоты» благодаря редакционному формату), невозможность блокировки, органичная интеграция в интерфейс сайта, многообразие форматов, активное использование социальных медиа, создание интересного релевантного контента и пользы для читателя, пользовательская вовлеченность, взаимодействие бренда и редакции площадки, мультиплатформенность, вирусный эффект.

Само понятие нативной коммуникации достаточно широкое и разноплановое, вариации ее использования практически безграничны и варьируются от спонсорского контента до рекомендаций в социальных сетях. Выделим её наиболее распространенные форматы в современной практике в digital-среде:

Нативные тизеры: формат, который размещается в ленте новостей, на главной странице сайта, в агрегаторе и на других площадках, через который и продвигается нативный контент. Главная его задача – привлечение внимания и побуждение читателя к целевому действию: осуществить переход к содержанию материала. Главной особенностью тизера является то, что он выглядит так же, как и тизеры обычных материалов на странице, но при этом материал однозначно даёт понять, что он является рекламным.

Спонсорский материал (контент): наиболее распространенный формат, который подается в виде редакционного материала, иными словами это внутренняя составляющая нативного тизера: статья, видеоролик, инфографика, фотографии или иной контент, который посетитель видит после перехода на ресурс. Спонсорский материал должен быть интересным и полезным, при этом быть связанным с брендом. Такой формат нативных коммуникаций публикуется с подписью «рекламный контент», «промо материал» и другими

возможными синонимами, что показывает пользователю, что данный материал написан благодаря источнику, предоставленным брендом.

Мультимедийные спецпроекты: креативный формат редакционного контента, который размещается в структуре СМИ и направляется преимущественно на охват аудитории этого СМИ. Другими словами, спецпроекты – это все, что выходит за рамки стандартных форматов редакционной политики. Это могут быть тесты, игры, одностраничные лендинги, собрание статей, посвященных одной теме, и мультимедийные лонгриды.

Нативные интеграции у блоггеров: формат нативных коммуникаций, контент, который размещается на личных социальных страницах инфлюенсеров и блоггеров от их лица. Данный формат популярен тем, что инфлюенсеры и блоггеры являются лидерами общественного мнения, поэтому их аудитория доверяют им и прислушивается к их словам. и меньше всего хотят видеть в любимых блогах агрессивные рекламные сообщения. Такой формат может представляться в виде рекомендаций продукта или услуги, основанной на личном опыте блоггера, видеобзор предоставленных рекламодателем продуктов, и даже product placement, когда продукт не упоминается, а только присутствует на фото или в видео.

Безусловно, выбор форматов нативной коммуникации обусловлен целями задачами бренд-коммуникации в целом, единого унифицированного подхода создания нативного контента не существует, однако стоит отметить необходимость создания качественного, интересного, полезного и стратегически обоснованного контента. Появление и распространение цифровых нативных коммуникации обусловлено необходимостью реагирования на потребности быстро меняющейся среды и аудитории. Инновационная составляющая, дифференцирующая их от распространяемого медиаконтента, является частью обновленного подхода к их созданию, сосуществующего с основополагающими принципами традиционной маркетинговой и рекламной коммуникации.

Список использованных источников

1. New Sharethrough & Placed Research Shows How Programmatic Native Ads Drive In-Store Traffic More Efficiently Than Traditional Display Ad Benchmarks // Sharethrough. 2017. // [Электронный ресурс] // URL: <http://nativeadvertising.com/sharethrough-placed/> (дата обращения 12.05.2022).

2. «Как поколение 30- летних меняет Digital – рекламу» // Relap. 2016. // [Электронный ресурс] // URL: <https://blog.relap.ru/2016/03/millennial/> (дата обращения 28.04.2022).

3. Мелехова Анна Сергеевна Нативная реклама как элемент digital-коммуникационной стратегии бренда // ВЭПС. – 2015. – №3. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/nativnaya-reklama-kak-element-digital-kommunikatsionnoy-strategii-brenda> (дата обращения: 18.05.2022).

4. Петренко Екатерина Андреевна Трансформация форматов нативной рекламы в условиях технологических перемен // Медиасреда. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-formatov-nativnoy-reklamy-v-usloviyah-tehnologicheskikh-peremen> (дата обращения: 18.05.2022).

DEVELOPMENT OF DIGITAL NATIVE COMMUNICATIONS

A.S. Melekhova

*Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia*

The digitalization in society, the economy and trade is rapidly growing today, and the digital space is becoming a key field for shaping communication with the audience. The introduction and active use of digital, digital technologies is becoming not only a competitive advantage for business, but also an a priori condition for its existence. The article considers digital native communications, and their ability to effectively integrate into the digital environment, expanding the range of opportunities for marketing and brand communications, promoting competitive advantages through the digital environment.

Key words: digital native communication, digital communication, native content, native communication format

УДК 330

ДОХОД И СПРОС В КАРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ И ТЕОРИИ МАРКСА

В.М. Мелкумян

*Московский городской педагогический университет,
г. Москва, Россия*

В статье рассматриваются механизмы формирования спроса индивидов в теории Маркса и кардиналистской теории при изменениях величины дохода. Выделяются отличия в исходных допущениях данных теорий в обосновании механизмов формирования спроса на предметы различных групп потребностей. Показываются проблемы, которые возникают в применении «формулы» второго закона Госсена для определения параметров спроса индивидов при

изменениях уровня дохода. Сравняются действия индивидов по формированию спроса с позиции кардиналистской теории и теории Маркса при изменениях дохода.

Ключевые слова: спрос, группы потребностей, функция полезности, функция потребностей, второй закон Госсена, доход, теория Маркса

Введение

Теория Маркса и кардиналистская теория предлагают различные определения механизмов формирования спроса, которые не рассматриваются у группы марксистских авторов (проф. В.Я.Иохин, А.В.Сорокин, В.Д.Руднев, Б.Ф.Андреев и другие) [1;2;7]. В реальной рыночной экономике доходы индивидов постоянно изменяются, что определяет изменение одного из параметров «формулы» второго закона Госсена, которая в кардиналистской теории определяет размеры спроса индивида на различные предметы потребления. Эти процессы изменения параметров «формулы» второго закона Госсена, которые действуют в рыночной экономике, определяют необходимость обоснования действий индивидов по формированию спроса с позиции кардиналистской теории в этих ситуациях. Выберем в качестве предмета анализа в данной публикации определение в кардиналистской теории механизмов формирования спроса индивида при изменениях величины дохода, и сравним это определение данной теории с альтернативным определением теории Маркса. Начнем со сравнения исходных допущений данных теорий.

Исходные допущения теории Маркса и кардиналистской теории спроса

Проф. В.Я. Иохин, Б.Ф. Андреев, Г.С. Вечканов, Н.М. Розанова, Ю.В. Тарануха, Р.М. Нуреев, П.И. Гребенников и другие марксистские и немарксистские авторы не выделяют отличий исходных допущений теории Маркса и кардиналистской теории, на которых базируется обоснование определения механизмов формирования спроса индивидами на различные виды предметов потребления. В теории Маркса индивиды ставят целью достижение максимума удовлетворения своих потребностей. В действиях по реализации этой цели индивиды в данной теории исходят из «функций» потребностей, в которых потребности делятся на группы по своей значимости. Полезности различных предметов в данной теории принимаются несоизмеримыми переменными, которые невозможно представить в виде различных однородных величин. Индивиды в кардиналистской теории, в отличие от теории Маркса, в процессе формирования спроса ставят своей целью максимизацию общей полезности приобретаемых предметов потребления. Данная теория исходит из допущения, что полезности различных предметов представляют собой соизмеримые величины, которые индивиды выражают в едином количественном «измерителе» [2; 6; 8]. Индивиды в данной теории не делят потребности по группам по их значимости, а вместо этого в качестве основы действий по формированию спроса используют «функции» полезности,

которые отражают зависимость величины полезности от объемов потребления. В теории Маркса индивиды определяют размеры спроса на различные виды предметов потребления на основе определения различных вариантов удовлетворения потребностей и определения их «размерности». «Размерность» потребности определяется как количества различных предметов (услуг), необходимые для полного удовлетворения потребности на протяжении определенного периода времени при данном варианте ее удовлетворения[3;4;5]. Размеры спроса индивиды в теории Маркса на различные предметы определяют в пределах «размерности» потребностей. Индивиды в кардиналистской теории определяют размеры спроса исходя из «размерности» функций полезности предметов. Индивиды в теории Маркса выбирают из множества вариантов удовлетворения потребностей варианты, которые при данных ценах не выходят за пределы их доходов. В этом выборе индивиды в данной теории отдают приоритет удовлетворения основных (первичных) потребностей, а менее значимые потребности удовлетворяют за счет части дохода, которая остается после определения расходов по основной группе потребностей. Индивиды в кардиналистской теории выбирают предметы спроса по их полезности. Выбранные, исходя из этого критерия, предметы выступают исходными параметрами в «формуле» второго закона Госсена, которая определяет конкретные размеры спроса индивидов на эти предметы[1;2;6;8]. Индивиды при использовании данной «формулы» не отдают при расходовании дохода приоритета удовлетворению основных потребностей, как это делают индивиды в теории Маркса. Авторы современных учебников утверждают, что предметы в данной «формуле» индивиды определяют исходя из ограничений в виде цен и дохода[6; 8]. Но это положение остается в данной теории недоказанным. Это дает основания принять, что в данной теории этот выбор индивидов определяется только оценками полезности предметов. Данная «формула», как утверждают авторы современных учебников, определяет размеры спроса при данных ценах в пределах дохода индивида[6;8]. Но и это утверждение остается без доказательства. В теории Маркса индивиды формируют накопления из доходов, необходимые для приобретения предметов потребления, цены на которых составляют значительную часть их дохода, или формируют сбережения. В кардиналистской теории проблематично отразить механизмы формирования индивидами сбережений (резервов), что выступает новым доказательством несовместимости ее определений с механизмами формирования спроса в реальной рыночной экономике. В теории Маркса в состоянии «равновесия» размеры спроса индивидов на предметы основной группы потребностей соответствуют уровню полного их удовлетворения. Неосновные потребности индивидов в данной теории в состоянии «равновесия» при различной величине их дохода удовлетворяются в различной степени, а у индивидов с относительно невысоким доходом часть этих потребностей остается неудовлетворенной. В кардиналистской теории в состоянии «равновесия» размеры спроса индивидов на предметы всех групп потребностей

соответствуют ненулевым величинам их предельных полезностей[1;6;8]. С позиции теории Маркса это определение параметров «равновесия» представляет ситуацию, в которой все потребности индивидов – основные и неосновные не удовлетворяются ими в полной степени. Индивиды в кардиналистской теории при изменениях дохода могут только изменять размеры спроса на предметы, входящие в состав параметров исходного состояния «равновесия». Индивиды в теории Маркса при изменениях дохода получают возможности или оказываются вынужденными выбирать новые варианты удовлетворения своих потребностей, что приводит к формированию ими спроса на новые предметы потребления и изменению размеров спроса на исходные объекты спроса. Рассмотрим эти отличия в определениях данных теорий более подробно, и докажем некорректность закона спроса кардиналистской теории. Введем деление потребностей индивида на основные и неосновные потребности и допустим, что в состоянии «равновесия» индивиды в теории Маркса и в кардиналистской теории приобретают предметы данных групп потребностей [3; 4; 5]. Примем, что в состоянии «равновесия» индивиды в кардиналистской теории формируют спрос в пределах дохода и не формируют сбережений. Примем, что индивиды в теории Маркса в состоянии «равновесия» могут формировать сбережения. Примем, что в состоянии «равновесия» происходит изменение доходов индивидов. Начнем с ситуации увеличения доходов индивидов.

спрос в теории Маркса и кардиналистской теории при увеличении дохода

Проф. В.Я. Иохин, Б.Ф. Андреев, Г.С. Вечканов, Н.М. Розанова, Ю.В. Тарануха, Р.М. Нуреев, П.И. Гребенников и другие марксистские и немарксистские авторы не выделяют отличий в определениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых базируется обоснование действий индивидов по формированию спроса при увеличении величины их дохода. Увеличение доходов создает для индивидов в кардиналистской теории условия для увеличения максимума общей полезности. С позиции данной теории, как выделено выше, при данных ценах и доходе индивиды определяют размеры спроса на различные предметы на основе «формулы» второго закона Госсена. Рост дохода не изменяет оценок полезности предметов индивидами, что означает, что состав объектов спроса в данной «формуле» необходимо принять неизменным. Неизменным при росте дохода остается и соотношение взвешенных по ценам величин предельных полезностей данных объектов спроса. Из этого следует, что при росте дохода размеры спроса индивидов должны оставаться неизменными при неизменном составе объектов спроса, а часть дохода оставаться неиспользуемой. Т.е. оказывается, что данная «формула» не позволяет определить размеры спроса и объекты спроса при данной величине дохода исходя из критерия максимума полезности. Получается, что для достижения максимума полезности индивиды в кардиналистской теории должны отказаться от использования «формулы»

второго закона Госсена. Первая возможная форма действий индивидов в данной теории при отказе от данной «формулы» предполагает допущение о неизменном составе объектов спроса. В данном случае индивиды формируют спрос при составе объектов спроса в исходном состоянии «равновесия». Размеры спроса на эти объекты спроса индивидов при этом допущении формируются в пределах «размерности» функций предельной полезности. Возможные действия индивидов в целях максимизации общей полезности выражаются в равномерном увеличении размеров спроса на данные предметы в пределах новой величины дохода. Но в этом определении действий индивида возникают две группы проблем. Функции полезности объектов спроса имеют различную форму. Из этого следует, что размеры спроса на данные предметы индивиды в целях максимизации общей полезности должны формировать по алгоритму, который отражает эти различия в формах функций. Т.е. возникает проблема обоснования данного алгоритма. Увеличение спроса индивидов в данных действиях индивида ограничены «размерностью» функций полезности. Из этого следует, что в зависимости от величины роста дохода индивиды могут оказаться в ситуации, в которых увеличение размеров спроса на объекты спроса окажется невозможным, а часть дохода при этих максимальных размерах спроса остается неиспользованной. Вторая возможная форма действий индивидов в кардиналистской теории предполагает, что индивиды изменяют исходный состав объектов спроса. Это означает, что индивиды отказываются от определения объектов спроса на основе оценок полезности предметов потребления. Но это предполагает использование какого-то определенного алгоритма формирования объектов спроса. Его отсутствие в кардиналистской теории означает, что в этом варианте действий индивиды должны сравнивать в целях максимизации полезности множество различных вариантов формирования спроса при неопределенном составе объектов спроса. Но эти действия индивидов по сопоставлению всех вариантов формирования спроса несовместимы с действиями индивида в реальной рыночной экономике, которые подчиняются определенным законам спроса. Данные варианты действий индивида предполагают, что размеры спроса определяются индивидами в пределах «размерности» функций предельной полезности. Но «размерность» данной функции несовместима с размерностью реальных потребностей индивида в рыночной экономике[3;4;5]. Выделение этого положения, которое игнорируют различные группы авторов современных учебников, определяет некорректность исходной основы действий индивидов в кардиналистской теории. Теория Маркса предлагает определение законов спроса при росте величины доходов индивидов, которые основаны на допущениях, отличных от допущений кардиналистской теории. С позиции теории Маркса при росте доходов индивиды выбирают новые варианты удовлетворения своих потребностей. Данная теория предлагает определение для каждой группы индивидов несколько вариантов действий при росте дохода. Индивиды первой группы с наименьшими доходами при росте дохода

получают возможность изменить варианты удовлетворения одних групп потребностей и (или) увеличить степень удовлетворения других. Первый вариант выражается в том, что варианты удовлетворения неосновных потребностей остаются без изменения, но изменяется вариант удовлетворения основных потребностей, что предполагает увеличение расходов на эту группу. Т.е. размеры спроса на предметы неосновных групп потребностей и состав объектов спроса остаются без изменения. Изменение варианта удовлетворения основных потребностей выражается в увеличении размеров спроса индивида на часть предметов данной группы при одновременном исключении из состава объектов спроса некоторых других предметов. Также допускается, что индивиды включают в состав объектов спроса новые предметы, и исключают часть исходных предметов или изменяют по ним размеры спроса. Рост размеров спроса на часть предметов данной группы потребностей при данном варианте действий индивидов отражает изменение выбранного варианта удовлетворения данной потребности. В кардиналистской теории размеры спроса индивида на предметы данной группы потребностей отражают «размерность» функции предельной полезности, которая определяет количество предметов потребления, которое необходимо индивиду для полного насыщения потребности в едином акте потребления. Размеры спроса индивида на предметы данной группы в теории Маркса определяются «размерностью» данной потребности при выбранном варианте ее удовлетворения и отражают количества различных предметов, которые необходимы индивиду для удовлетворения данной потребности в отделенных друг от друга актах потребления на протяжении периода времени между двумя очередными выплатами дохода. Второй вариант предполагает, что индивиды оставляют неизменным вариант удовлетворения основных потребностей, но изменяют уровень удовлетворения неосновных потребностей или изменяют варианты их удовлетворения. Т.е. увеличение дохода индивид расходует на увеличение расходов по этой группе потребностей. Третий вариант предполагает, что размеры спроса и состав объектов спроса на всем группам потребностей остается неизменным, а увеличение дохода используется индивидами для формирования сбережений или резервов. Эти законы спроса теории Маркса не имеют ничего общего с законами спроса кардиналистской теории. Для индивидов второй группы с относительно более высоким уровнем дохода теория Маркса также допускает несколько вариантов действий. Первый вариант предполагает, что индивиды этой группы при росте дохода оставляют без изменения вариант удовлетворения основной группы потребностей, а увеличение дохода расходуют на увеличение уровня удовлетворения неосновных групп потребностей или изменение возможных вариантов их удовлетворения. Второй вариант предполагает формирование сбережений при неизменных параметрах спроса на предметы всех групп потребностей. Третий вариант их действий приближается к варианту действий индивидов первой группы и предполагает, что увеличение дохода используется на изменение

варианта удовлетворения основных потребностей или распределяется на изменение расходов по всем основным и неосновным потребностям. Индивиды третьей группы с позиции теории Маркса могут оставлять неизменными варианты удовлетворения всех потребностей, а увеличение дохода используют для увеличения сбережений. Также допустимо принять, что часть индивидов этой группы при росте дохода изменяют варианты удовлетворения части неосновных потребностей, что выражается в изменениях размеров спроса по некоторым предметам потребления, исключения из состава объектов спроса части предметов и включения в них других. Эти действия индивидов выражаются в изменениях размеров спроса по части исходных объектов спроса, и формирования спроса по новым объектам, которые определяются по законам отличным от законов кардиналистской теории. Теория Маркса предлагает при росте доходов индивидов законы спроса, которые предполагают в качестве общего случая изменение вариантов удовлетворения части потребностей индивидов и формирования на этой основе размеров спроса индивидов на предметы потребления исходя из «размерности» потребностей, которые не совпадают с «размерностью» функций полезности. В результате выбора варианта действий индивиды в теории Маркса достигают нового состояния «равновесия», которые определяются отдельно по каждой группе индивидов. Перейдем к ситуации уменьшения доходов индивидов.

спрос в теории Маркса и кардиналистской теории при уменьшении дохода

Проф. В.Я. Иохин, Б.Ф. Андреев, Г.С. Вечканов, Н.М. Розанова, Ю.В. Тарануха, Р.М. Нуреев, П.И. Гребенников и другие марксистские и немарксистские авторы не выделяют отличий в определениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых базируется обоснование действий индивидов по формированию спроса при уменьшении величины их дохода. Уменьшение доходов создает для индивидов в кардиналистской теории ситуацию, когда размеры спроса на объекты спроса в исходном состоянии «равновесия» оказываются больше величины дохода. С позиции данной теории индивид должен при формировании спроса исходить из ограничений в виде цен и дохода. Это означает, что индивиды в данной ситуации должны уменьшить размеры спроса на исходные объекты спроса. Но эти действия индивидов в данной теории невозможно обосновать на основе «формулы» второго закона Госсена. Уменьшение величины доходов индивидов не изменяет соотношения величин взвешенных по ценам предельных полезностей объектов спроса в данной «формуле» и оценок полезностей данных объектов. Из этого следует, что с позиции кардиналистской теории состав объектов спроса при данном уменьшении дохода и размеры спроса индивида должны оставаться неизменными. Т.е. параметры состояния «равновесия» индивидов в данной теории не исходя из этой «формулы» не должны изменяться. Из этих положений следует тот же вывод в отношении определений данной теории и «формулы» второго закона Госсена, которые сделаны выше применительно к

ситуации роста доходов индивидов. Т.е., что данная «формула» не определяет размеры спроса индивидов исходя из критерия максимума полезности в пределах величины дохода. Получается, что индивиды должны отказаться от использования данной «формулы» при формировании спроса на различные предметы потребления. Первый возможный вариант их действий при отказе от «формулы» второго закона Госсена реализуется при исходном составе объектов спроса. Индивиды в этом варианте их действий равномерно уменьшают размеры спроса на исходные объекты спроса. Но в этом определении их действий содержатся проблемы, которые выделены выше. Функции полезности, как выделено выше, в общем случае имеют различную форму. Это означает, что в общем случае при данной форме уменьшения размеров спроса невозможно достигнуть максимума полезности. Размеры спроса индивидов на различные предметы при уменьшении дохода, как и в случае их роста, формируются индивидами в пределах «размерности» функций полезности. Это означает, что уменьшение размеров спроса на часть объектов спроса имеет свои пределы. Из этого следует, что при этой форме уменьшения размеров спроса индивиды в общем случае не достигают максимума полезности в пределах данного дохода. Для достижения этого максимума индивидам необходимо изменить состав объектов спроса и формировать их на основе других допущений. Второй вариант действий индивидов предполагает, что при уменьшении дохода формирование объектов спроса реализуется при их определения основе оценок полезности. Но это определение действий индивида требует своей конкретизации в виде конкретного алгоритма. Представляется, что индивиды при этом допущении, как и в случае роста дохода, в поиске максимума полезности сравнивают множество различных вариантов формирования спроса, которые не выходят за пределы величины дохода. Но это определение действий индивидов в ситуации уменьшения дохода, как и при росте дохода, принимает форму бесконечного по продолжительности процесса, который невозможно представить в виде определенного закона спроса. Действия индивида в трактовке кардиналистской теории основаны на определении размеров спроса исходя из функций предельной полезности. Но эти функции отражают количества предметов, которые необходимы для полного насыщения потребности в едином акте потребления, и их невозможно использовать для определения размеров спроса, которые должны отражать «размерность» реальных потребностей индивидов. Теория Маркса обосновывает законы спроса при уменьшении доходов индивидов, которые, невозможно обосновать на основе исходных допущений кардиналистской теории. В теории Маркса падение доходов делает необходимым для индивидов пересмотр исходных условий удовлетворения различных групп потребностей, и определения новых вариантов их удовлетворения. Данная теория предлагает для разных групп индивидов различные варианты действий по формированию спроса при уменьшении доходов. Индивиды первой группы с наименьшими

доходами при их падении вынуждены изменить варианты удовлетворения одних групп потребностей и (или) уменьшить степень удовлетворения других. Первый вариант предполагает, что индивиды оставляют неизменными варианты удовлетворения основных потребностей, но уменьшают расходы по неосновным потребностям. Размеры спроса на предметы основных потребностей и состав объектов спроса остаются в этом случае без изменения, но изменяются состав объектов спроса и размеры спроса по неосновным потребностям, или уменьшаются размеры спроса на предметы этих потребностей при исходном составе объектов спроса. Размеры спроса индивидов на предметы потребления теории Маркса, как выделено выше, формируются в пределах «размерности» потребностей при выбранных вариантах их удовлетворения. При этом варианте действий индивидов в теории Маркса уровень удовлетворения основных потребностей остается неизменным и предполагает полную степень ее удовлетворения, что отличается от определений кардиналистской теории. Вторым вариантом выражается в том, что индивиды не меняют варианты удовлетворения неосновных потребностей, но переходят к новому варианту удовлетворения основных потребностей. Выбор этих новых вариантов предполагает изменение объектов спроса в форме исключения отдельных предметов и включения в них новых. Спрос индивидов в этом случае на отдельные исходные объекты спроса может как увеличиваться, так и уменьшаться. Третий вариант предполагает, что в исходном состоянии «равновесия» индивиды формировали сбережения, которые при уменьшении дохода используются для формирования спроса по всем потребностям в неизменных размерах. В реальной рыночной экономике этот вариант допустим только для части индивидов данной группы. Эти законы спроса теории Маркса несовместимы с определениями кардиналистской теории. Индивиды второй группы могут использовать в теории Маркса различные варианты действий при уменьшении доходов. Первый вариант предполагает, что данные индивиды оставляют неизменными варианты удовлетворения основных потребностей, а уменьшение дохода компенсируют уменьшением расходов на предметы неосновных потребностей. Этот вариант повторяет один из вариантов действия индивидов первой группы. Вторым вариантом основан на допущении о формировании индивидами этой группы сбережений из дохода при его исходной величине. При этом допущении данные индивиды, как и индивиды первой группы, отказываются от формирования сбережений и оставляют неизменными варианты удовлетворения всех потребностей. В этом случае размеры спроса индивидов на всех исходные объекты спроса остаются неизменными. Эти действия индивидов в теории Маркса проблематично представить в кардиналистской теории. Третьим вариантом предполагает, что индивиды оставляют неизменными варианты удовлетворения неосновных потребностей и уменьшают расходы по основным потребностям, выбирая новый вариант их удовлетворения. Этот вариант действий индивидов также

несовместим с определениями кардиналистской теории. Индивиды третьей группы в теории Маркса могут оставлять неизменными варианты удовлетворения всех групп потребностей, уменьшая размеры формируемых сбережений. Для индивидов этой группы также допустим один из вариантов действий индивидов второй группы. Выбор из этих вариантов с позиции теории Маркса остается за индивидами, и не может быть формализован в виде какой-то «формулы». С позиции кардиналистской теории оказывается невозможным обосновать закон спроса для индивидов при уменьшении их доходов. Теория Маркса предлагает определение законов спроса для данной ситуации уменьшения доходов индивидов, которые, как и при увеличении доходов, основаны на делении индивидов на группы и определения возможных вариантов их действий, результатом выбора которых выступает определение размеров спроса индивидов на различные предметы исходя из «размерности» потребностей. Итогом этих действий индивидов в теории Маркса выступает формирование новых состояний «равновесия», параметры которых, как и в ситуации роста дохода, отличаются по группам индивидов.

Заключение

Итак, мы рассмотрели определение механизмов формирования спроса с позиции кардиналистской теории при изменении доходов индивидов и выделили проблемы в применении «формулы» второго закона Госсена. Эти проблемы данной «формулы» кардиналистской теории, которые рассматривались при изменениях дохода индивидов, во многом аналогичны проблемам, которые возникают в ней при изменениях других исходных условий формирования спроса – соотношения цен на предметы основных и неосновных потребностей и общего уровня цен [3;4;5]. Возможные варианты действий индивида по формированию спроса при изменениях дохода с позиции данной теории при отказе от «формулы» второго закона Госсена сводятся к перебору всех возможных вариантов формирования спроса исходя из критерия максимума полезности, которые невозможно совместить с действиями индивидов в реальной рыночной экономике. Теория Маркса позволяет обосновать действия индивидов при изменениях исходных условий формирования спроса и объяснить механизмы формирования новых параметров состояния «равновесия». Изложение определений данной теории необходимо продолжить в последующих публикациях.

Список использованных источников

1. Андреев, Б.Ф. Системный курс экономической теории/ Б.Ф. Андреев. – СПб: Бизнес-пресса, 2000. – 648с.

2. Иохин, В.Я. Экономическая теория: учебник для академического бакалавриата/ В.Я.Иохин. – Москва: ЮРАЙТ, 2020. – 353 с.

3. Мелкумян, В.М. О некоторых механизмах формирования спроса в кардиналистской теории / В.М. Мелкумян // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – №8А. – С.517-527.

4. Мелкумян, В.М. К обоснованию одной теоремы кардиналистской теории спроса/ В.М. Мелкумян // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. - Пенза: Пензен. Гос. аграр. ун-т., 2021. – с.202-210.

5. Мелкумян, В.М. Уровень цен и спрос в кардиналистской теории и теории Маркса/ В.М. Мелкумян // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. - Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т., 2022. – с.97-106.

6. Розанова, Н.М. Микроэкономика. В 2т. Т.1.: учебник для академического бакалавриата / Н.М. Розанова. – Москва: ЮРАЙТ, 2020. – 386 с.

7. Руднев, В.Д. Политическая экономия (экономическая теория): учебник для бакалавров / В.Д. Руднев. – Москва: Дашков и К, 2020. – 704 с.

8. Тарануха, Ю.В. Микроэкономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Ю.В. Тарануха. – Москва: «Дело и Сервис», 2011. – 608 с.

INCOME AND DEMAND IN CARDINALIST THEORY AND MARX'S THEORY

V.M. Melkumyan

*Moscow City Teachers Training University,
Moscow, Russia*

The article examines the mechanisms of the formation of individual demand in Marx's theory and Cardinalist theory with changes in the amount of income. The differences in the initial assumptions of these theories in substantiating the mechanisms of demand formation for items of various groups of needs are highlighted. The problems that arise in the application of the «formula» of Gossen's second law to determine the parameters of individual demand with changes in income level are shown. The actions of individuals on demand formation are compared from the position of cardinalist theory and Marx's theory with changes in income.

Keywords: demand, groups of needs, utility function, needs function, Gossen's second law, income, Marx theory

НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Д.П. Миронова, Э.Ф. Хузиева

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

Рассмотрены основные аспекты организации труда на предприятии, выявлены способы и методы совершенствования организации труда на предприятии, определено значение и необходимость совершенствования организации труда на предприятии.

Ключевые слова: организация труда, персонал, методы совершенствования, предприятие, человеческие ресурсы, условия труда, управление персоналом

Правильная организация труда на предприятии является одной из составных частей экономики в сфере труда. Грамотно составленная и проработанная стратегия управления трудовыми процессами способствует более рациональной взаимосвязи новых технологий, техники и персонала. Помимо этого она помогает оптимизировать эффективность использования человеческих ресурсов с целью сохранения здорового состояния работников, создания благоприятного климата на рабочем месте и комфортных социально-психологических условий. Итогом всего этого будет повышение удовлетворённости трудом персонала.

Именно поэтому тема организации трудовых процессов на предприятии и в организациях есть и будет актуальной на протяжении долгого времени. Если правильно понять всю структуры работы предприятия и внедрить в нее необходимые методы управления человеческими ресурсами, мы сможем добиться эффективного совершенствования организации труда и в разы повысим производительность организации.

Основная работа по совершенствованию организации труда заключена в руках директоров, руководителей отделов и работодателей. К сожалению, очень часто руководители не придают большого значения процессам, которые могли бы приумножить доходы их компаний или увеличить объем производства, не вкладывая в это больших финансовых затрат.

Анализ многих предприятий и организаций показал, что для того, чтобы наиболее правильно организовать трудовые процессы, необходимо обратить особое внимание на следующие направления совершенствования труда, которые признаны самыми важными показателями:

1. Улучшение условий труда;

2. Повышение качества человеческих ресурсов;
3. Улучшение нормирования труда;
4. Эффективная организация разделения и кооперации труда;
5. Модернизация трудовых процессов с помощью внедрения инноваций;
6. Совершенствование процессов в области организации и обслуживании рабочих мест.

Из вышеперечисленного перечня можно выделить довольно значимое направление – улучшение условий труда. Оптимальные условия труда способствуют сохранению здоровья и трудоспособности работников, повышению эффективности их работы. Особенно это относится к работникам магазинов, обслуживающим покупателей, труд которых связан с сильным нервным напряжением. Оптимальные условия труда обеспечиваются комплексом мероприятий, включающих:

1. Установление физиологически обоснованных режимов труда и отдыха работников;
2. Сбалансированные графики рабочего дня, составленные в соответствии с особенностями работы подразделений и отделов;
3. Внедрение механических и компьютерных технологий при выполнении тяжёлых, опасных для здоровья и трудоёмких работ;
4. Полное соответствие условий труда нормам и правилам техники безопасности на предприятии;
5. Соблюдение и совершенствование санитарно-гигиенических и эстетических условий труда на предприятии.

Что касается улучшения качества работы персонала в организации, тут необходимо уделить должное внимание прежде всего на обучение и развитие кадров. Необходимость в постоянном совершенствовании знаний и навыков сотрудников, обусловлена множеством важных причин. Например, развитие науки и техники никогда не стоит на месте. Новое оборудование, технологии и даже теория обновляются и дополняются регулярно, можно сказать даже чаще, чем ежегодно. Всем этим новшествам нужно соответствовать, чтобы быть конкурентноспособным и рентабельным предприятием. Запросы потребителей меняются и увеличиваются прямо пропорционально развитию новых технологий. Опять же, чтобы предприятие могло удовлетворить данные потребности и не потерять своих клиентов, необходимо регулярно автоматизировать свое производство, внедрять новые продукты или предоставлять услуги, которые являются оптимальными и востребованными в настоящее время.

Каждая организация не может специализироваться только на выпуске одного вида товара или предоставлении одного вида услуг. Это должна быть либо организация монополист, либо очень успешная, которая своим продуктом или услугой уже завоевала большой сегмент рынка в стране или даже в мире. Такие предприятия можно с легкостью перечислить. Конечно, они уже завоевали большую клиентскую базу и могут позволить себе вкладывать

средства лишь в улучшение и совершенствование своего продукта, а не в то, чтобы привлечь потребителей чем-нибудь интересным. Поэтому, малым, средним и даже большим организациям необходимо постоянно осваивать новые виды деятельности. Для этого недостаточно закупить новое оборудование, нужно ещё и переобучить свой персонал под новое направление. Данная процедура займет много времени, но результат обещает быть хорошим.

С точки зрения современного менеджмента развитие персонала рассматривается как главный резерв повышения эффективности производства. При этом инвестирование в развитие кадров играет часто большую роль, чем инвестиции, направляемые на модернизацию оборудования или увеличение производственных мощностей.

Закономерности управления – это объективно существующие, повторяющиеся и существенные взаимосвязи между различными элементами и явлениями в процессе управления людьми. Важнейшие закономерности управления: закономерность синергии, закономерность информированности и упорядоченности, закономерность развития, закономерность композиции, а также закономерность соответствия социального содержания управления формам собственности на средства производства, закономерность преимущественной эффективности планомерного управления, закономерность соотносительности управляющей и управляемой систем, закономерность усиления процессов разделения и кооперации труда в управлении. Кроме того, к закономерностям управления относятся закономерность изменения функции управления, закономерность оптимизации числа ступеней управления, закономерность концентрации функций управления и закономерность распространенности контроля.

Таким образом, считаем, что от эффективного совершенствования организации труда на предприятии, будет напрямую зависеть работа персонала, повышение их работоспособности и продуктивности предприятия в целом.

Список использованных источников

1. Анзорова, С.П. Организация труда гос. и муниц.служ.: учебное пособие / С. П. Анзорова, С. Г. Федорчукова. – Москва: Альфа-М, 2016. – 192 с.
2. Бухалков, М.И. Организация и нормирование труда: учебник / М.И. Бухалков. – Москва: Инфра-М, 2017. – 388 с
3. Ефремова, О.С. Система управления охраной труда в организациях / О.С. Ефремова. – Москва: Альфа-Пресс, 2015. – 352 с.
4. Казанник, А.И. Научная организация управленческого труда в исполнительных органах государственной и муниципальной власти России / А.И. Казанник. – Москва: Проспект, 2015. – 528 с.
5. Рофе, А.И. Организация и нормирование труда: учебное пособие / А.И. Рофе. – Москва: КноРус, 2015. – 355 с.

6. Шипова, В. Организация и технология нормирования труда в здравоохранении / В. Шипова. – Москва: Гэотар-Медиа, 2018. – 312 с.

THE NEED TO IMPROVE THE ORGANIZATION OF LABOR AT THE ENTERPRISE

D.P. Mironova, E.F. Khuzieva

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The main aspects of the organization of labor at the enterprise are considered, ways and methods of improving the organization of labor at the enterprise are identified, the significance and necessity of improving the organization of labor at the enterprise are determined.

Key words: labor organization, personnel, improvement methods, enterprise, human resources, working conditions, personnel management

УДК: 33.330.3

МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ

Ж.Н. Моисеенко, С.Д. Ермаков

*Донской государственной аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В настоящее время происходит становление рыночных отношений основой которых стало развитие инвестирования. Для определения эффективности тех или иных инвестиций, необходим научный подход для оценки рациональности инвестиций в проект.

Ключевые слова: проект, риск, управление

Любая деятельность человека, которая подразумевает какой-либо доход, всегда обусловлена финансовыми рисками с большой долей вероятности. Опасность данных потерь представляют собой финансовые риски.

Для комплексного изучения рыночных рисков в мировой практике используют Value-at-Risk (VaR). Широкое применение метод VaR нашел в международном банковском анализе. VaR включает в себя анализ функции распределения прибыльности инвестиционного портфеля за определенный период времени. При этом, в ситуациях, когда классическое отклонение как

мера риска «ширину» плотности распределения прибыли от портфеля инвестиций, то VaR позволяет выявить непосредственно потерь в стоимости данного портфеля, соответствующую данному весу распределения.

Сущность и понятие VaR – это модели оценки инвестиционных рисков. Из-за некорректности переводов, присутствуют заблуждения в понимании «Value-at-Risk». Группа ученых переводят этот термин дословно – « стоимость под риском», некоторые понимают как стоимостную оценку риска и есть те, которые трактуют VaR с рисковой стоимостью. Но эксперты считают, что использование переводов ни совсем корректно по отношению к данной аббревиатуре и необходимо использовать единую латинскую и рассчитывать эти показатели с математической точностью. Самый корректный вариант- VaR.

Основной целью VaR концепции является получение показателя, который одним значением будет демонстрировать рентабельность инвестиционного портфеля, состоящего из портфеля сегментов и элементов.

Рыночный риск в теории возможно характеризовать всего одним параметром. Примером может стать процесс валютных позиций предприятия. В таком случае метод VaR оценивает максимально допустимые убытки от влияния определенной рыночной позиции в определенный промежуток времени.

Иначе говоря, VaR определяет статистическую оценку максимально вероятных потерь данного инвестиционно заданного распределения за конкретный промежуток времени.

Можно сделать вывод, что VaR составляет такую величину потерь, которая превосходит саму стоимость инвестиционного портфеля за определенный промежуток времени при заданной вероятности.

Широкое применение метода VaR нашел применение в качестве универсального подхода к оцениванию инвестиционных рисков для большинства финансовых международных организаций. Основой процесс определения нормативов объёма личного капитала относительно рисков активов, VaR применяется в Банке международных расчетов (BIS).

Специалисты придерживающиеся этого метода считают, что VaR способен решить проблему восприятия и согласования проблем восприятия инвестиционных рисков любым человеком связанным с этим и из любой страны.

Модель оценки рисков VaR обладает еще рядом преимуществ:

- определение возможности риска в терминах вероятных потерь;
- расчет рисков универсальным способом не зависима от рыночного разнообразия;
- исходя из информационной изменчивости на рынке, количестве позиций и периоде их поддержания объединения рисков разных позиций в единую величину для всего инвестиционного портфеля.

В данное время VaR стал одним из вариантов мышления о финансовых рисках, демонстрирующий значимость не только результата анализирования, но и самого процесса оценки.

Так же существуют и недостатки у этого способа оценки финансовых рисков:

- чувствительность портфеля инвестиций;
- практически не учитывается ликвидность;
- перестает адекватно отображать риски при сильной нестабильности на рынке.

Не смотря на эти недостатки, метод позволяет рассчитать в процентах вероятность конкретного события, которые в свою очередь приведут к убыткам. Данный уровень позволяет соответствовать финансовому показателю RAROC.

Проанализировав это, можно сделать вывод, что VaR подразумевает сумму вероятных потерь, заданных доверительным уровнем.

Еще при оценивании VaR необходимо обладать информацией о стоимостной структуре портфеля.

Анализ рисков с помощью VaR-моделей выступает из-за этого условия довольно сложной задачей в больших компаниях, поскольку они одновременно владеют тысячами финансовых инструментов торгуемых на различных финансовых рынках и ведут активные финансовые операции, что усложняет процесс отбора оперативной информации о составе портфеля.

Существенной проблемой также является выбор периода фиксации стоимости активов, которые включены в инвестиционный портфель, в связи с тем что, на мировых рынках торговые сессии заканчиваются в разное время. Как правило, оно соответствует времени закрытия торгов на рынке, где сосредоточены основные активы корпорации.

Процедура расчёта Value-at-Risk наступает после определения вышеизложенных базовых элементов.

В научной литературе выделяют 3 базовых метода вычисления VaR:

- аналитический метод (его также называют вариационно-ковариационный метод);
- метод статистического моделирования (метод Монте-Карло);
- метод исторического моделирования (исторический метод).

Список использованных источников

1. Гитман, Л.Дж., Джонк М.Д. Основы инвестирования. – Москва: Дело, 1997. – 1008 с.
2. Рэдхед К., Хьюс С. Управление финансовыми рисками. – Москва: ИНФРА-М. – 2000. – С. 162-169.

INVESTMENT RISK ASSESSMENT MODELS

Zh.N. Moiseenko, S.D. Ermakov

*Don State Agrarian University,
p. Persianovsky, Russia*

Currently, the formation of market relations is taking place, the basis of which is the development of investment. To determine the effectiveness of certain investments, a scientific approach is needed to assess the rationality of investments in the project.

Keywords: project, risk, management

УДК 659.18

ТАРГЕТИНГ КАК ОСНОВА ДЛЯ УСПЕШНОЙ КОМПАНИИ

Е.С. Моисеенко, И.В. Меркулова

*Северо-Кавказский федеральный университет,
г. Ставрополь, Россия*

В статье характеризуется актуальность таргетинга, поскольку в современных реалиях организовать успешное и конкурентноспособное производство, просто создавать хороший продукт недостаточно, необходимо правильно его продвигать. В экономике для этого выделяют отдел маркетинга, который разрабатывает способы продвижения товаров и услуг. Для осуществления продвижения товара необходимо использовать таргетинг. Таргетированная реклама может помочь сэкономить бюджет компании, поскольку она позволяет снизить затраты на рекламу. Работа с таргетингом не так проста, как может показаться на первый взгляд, ведь не все могут воспользоваться данным видом рекламы.

Ключевые слова: таргетинг, таргетированная реклама, продвижение товара, экономия бюджета

В настоящее время можно даже не спорить о важности, а самое главное об актуальности рекламы в интернете, благодаря которой продвигается не только товар, но и производство компании. В экономической сфере интернет–реклама имеет довольно большое количество различных видов. На первый план, бесспорно, выходит таргетированная реклама в социальных сетях. Ведь это самый действенный на сегодня инструмент продвижения товаров и

услуг, которым непосредственно занимается отдел маркетинга. Во всем мире по данным WeAreSocial на 2021 год, активно использовали социальные сети 4,2 млрд. человек [2]. В январе 2021 года в Российской Федерации насчитывалось 99 млн. пользователей социальных сетей, за прошлый год аудитория социальных сетей выросла на 4,8 миллиона человек (+ 5,1 %).

На сегодняшний день, Интернетом пользуются 89 % от общей численности населения [3]. Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения достиг 578 млрд. рублей, а это на 22 % больше, чем в 2020 году. Объем рекламы в России с каждым годом становится все больше. Так, в 2021 году суммарный объем рекламы составил 1 трлн. рублей, это на 170 млрд. рублей выше, чем в 2020 году [1].

Таргетинг представляет собой механизм маркетинга, который позволяет из всех пользователей сети выделить целевую аудиторию по определенным критериям и рекламировать ей свой товар для достижения максимального эффекта от рекламы компании. Производитель, прежде чем начинать выпускать какой-либо товар, должен определиться с аудиторией. То есть найти тех людей, которым его товар будет интересен, которые захотят его приобрести.

В производстве и продвижении товаров таргетированная реклама, во-первых, может позволить компании уменьшить затраты на рекламу. Это будет обеспечиваться за счет того, что реклама будет показываться только тем людям, которым она полезна и интересна. Следующей причиной, выступает то, что будет по большей мере уменьшена нагрузка на персонал предприятия. Ведь основную работу будет выполнять запрограммированная система. Также таргетированная реклама нужна для повышения конверсии web-сайта, который создает производитель, чтобы его товар покупали как можно больше людей.

В экономике выделяют четыре этапа, которые следует соблюдать при работе с таргетированной рекламой.

На начальном этапе осуществляется поиск, с помощью файлов cookie, информации о потенциальных клиентах. При получении этой информации можно будет изучить интересы, потребности и финансовые возможности пользователей. Чтобы ориентироваться в дальнейшем на ценообразование, способ оформления продукции и тому подобное. Следующий этап, включает в себя сбор определенных данных, с их помощью можно будет выделить целевую аудиторию, которой будет интересен производимый товар [4]. На третьем этапе устанавливается автоматизация записи информации, которая будет поступать. Также на этом моменте формируются графики и диаграммы для удобства мониторинга данных. И последний, завершающий этап – это создание и размещение объявления с учетом неких особенностей целевой аудитории и частоты посещаемости определенных web-сайтов.

Таргетированная реклама, как и любая другая имеет несколько форматов: баннеры, текст и графика, карусели и видео [5].

Несмотря на удобство инструмента, далеко не каждой компании подходит таргетинг. В первую очередь речь идет о производителях

алкогольной, табачной и подобной продукции. Ведь реклама такого рода товаров в нашей стране запрещена законодательством [6]. Так как это может пагубно повлиять на население.

Если брать, например, производство косметической продукции, то представители данной компании могут размещать рекламные сообщения в социальных сетях, тем самым повышая свою конкурентоспособность, но многие из них должны быть готовы к некоторым сложностям. Специфика бизнеса предполагает привлечение внимания к телу, именно поэтому не все площадки относятся к таким рекламам положительно. Так как из-за возможного негатива, платформа, на которой будет размещена данная реклама, может потерпеть потери, а именно отписку пользователей.

Дорогостоящие продукты также не показывают большой конверсии на площадках. Решения о приобретении, какого-либо дорогого товара принимаются очень тщательно и детально обдумываются перед покупкой. Поэтому стоит задуматься, перед тем как производить и продвигать подобного рода товары.

Благодаря совершенствованию компьютеризации, в сегодняшних реалиях, существуют сервисы, которые могут помочь в создании таргетированной рекламы и поднятии конкурентоспособности компании. Упростить создание рекламы, можно с помощью механических сервисов. На большей части из этих сервисов имеются бесплатные формы аккаунтов, на которых можно попробовать их функции. Но для того, чтобы был полный функционал, и можно было более детально проработать создание сайта, нужно будет приобрести подписку на сервис, как правило, она платная.

Таким образом, таргетинг является для большинства компаний своеобразным помощником, поскольку с его помощью в разы преумножается количество продаж компании, а это значит, что повышается конкурентоспособность. Конечно, не все могут воспользоваться таргетированной рекламой, но все же больший сегмент производственного рынка может это сделать. Создание таргетированных реклам будет актуально всегда, ведь потребности людей с каждым годом становятся все больше и больше. Да и производители хотят получать максимум прибыли, при минимуме затрат.

Список использованных источников

1. Ассоциация коммуникационных агентств России [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.akarussia.ru/press_centre/news/id10012
2. Digital 2020 JulyGlobalStatshotReport [Электронныйресурс]. - Режим доступа: <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media>
3. WebCanape.Статистика интернета социальных сетей России на 2022 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/>

internet-v-rossii-v-2022-godu-samyie-vazhnye-cifry-i-statistika/

4. Полякова, А.В. Бородина, И.П. «Роль таргетинга в интернет-маркетинге» / Таврический научный обозреватель. – Общество с ограниченной ответственностью «Межрегиональный институт развития территорий». – 2015. – № 5(декабрь). – С. 3.

5. Татьяна, Дугар-Жабон. «Таргетинг и ретаргетинг как инструменты маркетинга» / Научные труды Московского государственного университета. – Издательский центр «Удмуртский университет». – 2019. – № 4. – С. 376.

6. О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант-плюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.

TARGETING AS THE BASIS FOR A SUCCESSFUL COMPANY

E.S. Moiseenko, I.V. Merkulova

*North Caucasus Federal University,
Stavropol, Russia*

The article characterizes the relevance of targeting, since in today's realities it is not enough to organize a successful and competitive production, just to create a good product, it is necessary to promote it correctly. In economics, a marketing department is allocated for this purpose, which develops ways to promote goods and services. Targeting must be used to promote the product. Targeted advertising can help save the company's budget, since it allows you to reduce advertising costs. Targeting is not as easy as it may seem at first glance, because not everyone can use this type of advertising.

Keywords: targeting, targeted advertising, product promotion, budget savings

УДК 338.12

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС

А.Д. Морковина, С.А. Рязов

*Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых,
г. Владимир, Россия*

В условиях кризиса особенную актуальность приобретает проблема отслеживания величины спроса на тех или иных рынках с целью грамотного

планирования деятельности фирм. В статье рассмотрены ценовые и неценовые детерминанты, влияющие на объем спроса в целом и на потребление товаров на рынке продуктов питания в частности. Проведен анализ соответствующих показателей во время мирового кризиса 2008 года и кризиса 2014 года в РФ.

Ключевые слова: спрос, экономический кризис, ценовые факторы, неценовые факторы

Экономические кризисы неизбежно происходят в процессе развития экономики. Экономический кризис представляет собой сильное отклонение в функционировании экономики относительно её нормального состояния. Проявлениями кризиса могут быть сокращение производства, снижением объёмов международной торговли, повышение уровня безработицы и увеличение темпов инфляции, что может привести к падению уровня реальных доходов населения. При этом, обычно экономический кризис затрагивает все сферы экономики, из чего следует значительное изменение объема спроса на рынке. В макроэкономике для оценки общего спроса на все товары и услуги используется модель совокупного спроса.

Совокупный спрос является моделью, описывающей зависимость реального объема национального производства, который потребители готовы купить от уровня цен [2]. При этом характер зависимости между уровнем цен и реальным ВВП связан со следующими факторами.

Эффект богатства. При значительных темпах инфляции, например, во время экономического кризиса, происходит переход к более высокому уровню цен из чего следует уменьшение покупательной способности накопленных потребителями финансовых активов, что приводит к сокращению расходов потребителей.

Эффект процентной ставки. При повышении цен на рынках потребителям приходится увеличивать процент расходов на товары первой необходимости. При этом объём сбережений на банковских вкладах сокращается. Банки получают меньше денег, исходя из чего уменьшается предложение денег и возрастает процентная ставка, что делает потребительские кредиты менее доступными.

Эффект импортных закупок или эффект валютного курса. При локальном росте уровня цен внутри страны совокупный спрос на товары отечественного производства сокращается. В обратной ситуации сокращается импорт и возрастает чистый объём экспорта в спросе.

Во время экономического кризиса рост цен на отечественные товары может быть следствием увеличения процентной ставки, удорожанием ресурсов и увеличением прочих издержек. В таких случаях государство может поддержать отечественного производителя при помощи субсидий или льготного налогообложения [1]. Примером может служить недавний указ Президента РФ, в котором было предложено освободить отечественные IT-компании от налога на прибыль и проверок в течение ближайших трех лет.

Кроме изменения ценовых факторов необходимо также принимать во внимание важность неценовых детерминантов.

Важным детерминантом спроса потребителей является их ожидание от сложившейся экономической ситуации. Например, в начале кризиса, с ростом темпов открытой инфляции, может подскочить величина спроса на потребительские товары длительного использования. Это вызвано опасениями людей за возможный дефицит товара на рынке или ожидания потребителями проявления эффекта храповика, который выражается в том, что при дальнейшей инфляции выросшая цена будет иметь довольно слабую тенденцию возвращения к докризисным значениям.

Таблица 1 – Индексы физического объема оборота розничной торговли по РФ

	Год									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Продовольственные товары	111,7	98,1	105,1	103,4	103,6	102,6	100,0	91,0	94,8	101,1
Непродовольственные товары	115,3	91,8	108,0	110,8	108,6	104,9	105,1	89,1	95,5	101,5

Рассмотрим данные об обороте розничной торговли в РФ, взятые из открытой базы Росстата, отражающие изменение товарной массы в обороте. Сложно не заметить уменьшение оборота розничной торговли в 2008-2009 (мировой экономической кризис) и 2014-2016 годах (экономический кризис в РФ, связанный с введением санкций).

Из таблицы мы видим, что оборот продовольственных товаров во время экономических кризисов сокращался на 1,9 % и 9 % соответственно, а непродовольственных товаров – на 8,2 % и 10,9 % соответственно. Меньшее изменение оборота продовольственных товаров по сравнению с непродовольственными можно объяснить неоднородностью российского потребительского рынка. На 2015 год количество потребителей, чей доход составлял меньше прожиточного минимума, оценивалось примерно в 13-14 % населения, а количество потребителей со среднедушевым доходом ниже среднего по стране составляло примерно 60 %. Естественно, для этих групп потребителей значительная часть их дохода уходила на продовольственные товары, большое количество которых относится к товарам первой необходимости.

Сохранение уровня потребления продовольственных товаров осуществлялось за счет сокращения накоплений и сокращения расходов на непродовольственные товары, в особенности на предметы роскоши [3].

Таблица 2 – Потребление продуктов питания по РФ, в килограммах на душу населения в год

	Год								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Картофель	99	101	98	102	103	102	102	102	102
Мясо	66	66	69	71	74	75	74	73	74
Молочные продукты	241	243	245	243	246	245	239	233	231
Хлебные продукты	119	118	120	119	119	118	118	118	117
Пиво	79,7	71,8	70,3	70,75	71,1	68,6	61,3	55,3	53,2

В микроэкономике одной из главных является модель спроса и предложения. В отличие от совокупного спроса в модели спроса и предложения кривая спроса описывает количество конкретного товара или услуги, которое готовы купить потребители, при различных значениях цены. Кривая спроса имеет отрицательный наклон. Исключением из этого правила может быть так называемый товар Гиффена – инфериорный товар, потребление которого увеличивается с ростом цены. То есть такой товар, который покупается в случае крайней нужды. Примером такого товара могут служить дешевые сорта макарон во время кризиса.

Объем спроса зависит от большого количества ценовых и неценовых факторов. Ценовые факторы влияют на изменение величины спроса. Неценовые же факторы изменяют сам спрос на товар, сдвигают кривую спроса. К неценовым факторам относятся эффект дохода - изменение структуры спроса в результате изменения реального дохода потребителей, эффект замены – изменение потребления товара в результате изменении его цены и прочие. Анализируя данные таблицы 2, мы можем сделать вывод, что потребление большинства основных продуктов питания слабо подверглось воздействию факторов и потребление их практически не изменилось. Потребление же такого продукта как пиво сильно сократилось, из чего мы можем сделать вывод, что оно не относится к продуктам первой необходимости и эластичность его спроса по цене высока.

Таким образом, в статье мы рассмотрели влияние различных факторов на поведение потребителей во время кризиса. Влияние кризиса на потребление товаров, относящиеся к товарам первой необходимости практически незаметно, однако объем спроса на товары, относящиеся к предметам роскоши в условиях экономического кризиса падает.

Список использованных источников

1. Ивантер, В.В. Перспективы восстановления экономического роста в России // Вестник Российской академии наук. – 2017. – № 1. – С. 15-28.

2. Носова, С.С. Экономическая теория: учебник / С.С. Носова. – 4-е изд., стер. – Москва: КНОРУС, 2017. – 792 с.

3. Тихонова, Н.Е. Явные и неявные последствия экономических кризисов для россиян / Н.Е. Тихонова // Социологические исследования. – 2015. – № 15. – С. 1.

THE IMPACT OF THE ECONOMIC CRISIS ON CONSUMER DEMAND

A.D. Morkovina, S.A. Ryauzov

*Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletovs,
Vladimir, Russia*

In a crisis, the problem of tracking the amount of demand in certain markets for the purpose of competent planning of firms' activities becomes particularly relevant. The article discusses price and non-price determinants that affect the volume of demand in general and the consumption of goods in the food market in particular. The corresponding indicators were compared during the global economic crisis of 2008 and the crisis of 2014 in the Russian Federation.

Keywords: demand, economic crisis, price factors, non-price factors

УДК 347.91/.95

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

А.А. Николаева

*Набережночелнинский институт, Казанский федеральный университет,
г. Набережные Челны, Россия*

В статье рассмотрена проводимая государственная политика в области поддержки малого и среднего бизнеса. Проанализированы принимаемые финансовые и не финансовые меры по эффективному функционированию малого и среднего предпринимательства, исследованы формы их государственной поддержки в условиях санкций. Автором формулируется вывод о необходимости дальнейшего улучшения качества взаимодействия государства и бизнеса.

Ключевые слова: государственная политика, малый и средний бизнес, меры государственной поддержки, органы управления

В настоящее время, в условиях санкций и нарастания экономического давления на Российскую Федерацию, особенно актуально должно осуществление государственной политики в области развития малого и среднего бизнеса, а также внедрение эффективных мер ее поддержки. Среди главных проблем, которые оказывают общее отрицательное влияние на развитие малого и среднего бизнеса, можно выделить следующее: продолжающаяся пандемия новой коронавирусной инфекции, прогрессирующий рост закупочных цен, снижение спроса и выручки, нестабильность национальной валюты, разрыв цепочек поставок. Последний связан прежде всего с импортными товарами, но сложности возникают и с поставками российской продукции, имеющей импортные составляющие.

Достижение положительных социально-экономических эффектов функционирования малого и среднего предпринимательства возможно только при наличии системной поддержки его развития, где важнейшее место отводится государству, которое призвано создавать необходимые условия для увеличения числа малых и средних предприятий и обеспечения их функционирования с высокой экономической эффективностью и ресурсоотдачей [1, с. 14].

Согласно п.5 статьи 3 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [9] поддержка малого и среднего предпринимательства – это деятельность органов государственной власти РФ, субъектов РФ, органов местного самоуправления, организаций, которая осуществляется в целях развития малого и среднего предпринимательства в соответствии с государственными и муниципальными программами (подпрограммами). В литературе также отмечается, что государственная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства предусматривает систему способов, мер и средств, которые направлены на формирование и обеспечение эффективного функционирования системы субъектов малого и среднего предпринимательства, включая одновременно правовое стимулирование данных субъектов и правовое ограничение лиц, взаимодействующих с ними (органы публичной власти и частные контрагенты) [12, с. 11].

Государственная поддержка осуществляется в рамках государственного регулирования предпринимательской деятельности в целом, и малого и среднего предпринимательства, в частности. В соответствии с действующим законодательством, поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку, поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников, поддержку в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества и прочие меры [2, с. 723].

Поскольку в настоящее время в условиях санкций реализуется большой объем мер государственной поддержки, в рамках статьи рассмотрим часть финансовых и нефинансовых мер. В качестве наиболее значимых кредитно-

финансовых мер поддержки малого и среднего бизнеса, разработанных Правительством РФ и Банком России, можно выделить три программы:

1. Антикризисная. Эта программа была запущена еще в связи с пандемией для предпринимателей, работающих в отраслях, требующих поддержки в условиях введения ограничительных мер в связи с COVID-19, и позволяет организациям оформить кредиты на любые цели, в том числе на рефинансирование ранее полученных кредитов.

2. Инвестиционная. Согласно данной программе позволит среднему бизнесу получать инвестиционные кредиты по пониженной процентной ставке.

3. Оборотно-кредитования. Средние предприятия смогут получить оборотные кредиты со ставкой не выше 13,5 % годовых, малые – не выше 15 %.

В статье 7 Федерального закона от 3 апреля 2020 г. № 106-ФЗ (далее – Закон № 106-ФЗ) [10] закреплено, что субъекты малого и среднего предпринимательства имеют право на кредитные каникулы – отсрочку или уменьшение размера платежей – сроком до шести месяцев по кредитным договорам, в том числе обеспеченным ипотекой, которые были заключены до 1 марта текущего года. Однако Постановлением Правительства РФ от 10.03.2022 № 337 [4] оговорено, что осуществляемая ими деятельность должна быть включена в утвержденный перечень. В него вошли 73 наименования видов экономической деятельности в области сельского хозяйства, производства, оптовой и розничной торговли, транспортировки пассажиров и грузов, образования, науки, здравоохранения, спорта, культуры, предоставления различных видов услуг. Однако согласно ч.2 статьи 6, ч.2 статьи 7 Закона № 106-ФЗ если же индивидуальный предприниматель обратится к кредитору за установлением льготного периода по кредиту как физическое лицо – такая возможность у него тоже есть, только получить каникулы по тому же кредиту еще и как субъект малого и среднего бизнеса он не сможет.

На основании Постановления Правительства РФ от 30.06.2021 № 1103 [5] реализуется программа компенсации затрат малого и среднего бизнеса на оплату банковских комиссий при использовании системы быстрых платежей (СБП). Изначально предполагалось, что получить их можно будет с 1 июля по 31 декабря 2021 года. Однако данная программа продлена до 1 июля 2022 года. Предоставление такой компенсации, как указывает Правительство РФ, позволит использующему СБП бизнесу сэкономить на платежах за обслуживание безналичных расчетов и простимулирует предпринимателей, еще не подключенных к системе, начать с ней работать.

Следует также раскрыть нефинансовые меры поддержки. Так, Постановлением Правительства РФ от 10 марта 2022 г. № 336 [6] установлен мораторий на проведение в 2022 году плановых проверок бизнеса – всего, не только малого и среднего, как предусмотрено статьей 26.2 Федерального закона от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» [11], – за исключением мероприятий в рамках:

- санитарно-эпидемиологического контроля объектов, отнесенных к категории чрезвычайно высокого риска: детских садов, школ, детских лагерей и других организующих отдых и оздоровление детей учреждений, отвечающих за питание детей предприятий, родильных домов и перинатальных центров, организаций, предоставляющих социальные услуги с обеспечением проживания, предприятий, осуществляющих деятельность по водоподготовке и водоснабжению;

- государственного пожарного надзора в отношении таких отнесенных к категории чрезвычайно высокого и высокого риска объектов, как организации, обеспечивающие реализацию дошкольного и общего образования, отдых и оздоровление детей, роддома, перинатальные центры, учреждения, предоставляющие социальные услуги с обеспечением проживания;

- государственного надзора в области промышленной безопасности в отношении производственных объектов, отнесенных к II классу опасности и др.

Снижению нагрузки на предпринимателей должна поспособствовать и невозможность возбуждения уголовных дел без соответствующих обращений налоговых органов по ряду налоговых преступлений, например, уклонение организации от уплаты налогов, сборов и страховых взносов, сокрытие денежных средств или имущества организации, за счет которых должно производиться взыскание налогов, сборов и взносов, неисполнение обязанностей налогового агента. Такие дела, согласно ч.1.3 статьи 140 Уголовно-процессуального кодекса РФ [8] будут возбуждаться только на основании направленных в следственные органы налоговой службой материалов о возможном наличии в совершенном налогоплательщиком нарушении признаков состава преступления.

Постановлением Правительства РФ от 12.03.2022 № 353 [7] для упрощения работы предпринимателей утверждены особенности разрешительной деятельности в 2022 году. Они предполагают, в частности, автоматическое продление на 12 месяцев лицензий и других разрешительных документов, срок действия которых истекает до конца года, и установление упрощенного порядка получения и переоформления лицензий. Также предусматривается временное изменение порядка сертификации продукции: до 1 сентября предприятия смогут выпускать в обращение на территории Российской Федерации продукцию, в том числе ввезенную из-за границы, которая подлежит оценке соответствия обязательным требованиям, без получения сертификатов соответствия в органах по сертификации или декларирования соответствия на основании полученных от аккредитованных испытательных лабораторий доказательств – организации смогут самостоятельно декларировать соответствие продукции обязательным требованиям на основе собственных доказательств.

Таким образом, в Российской Федерации развиваются и функционируют меры поддержки малого среднего предпринимательства, однако развитие законодательства еще продолжается, причем все большее влияние оказывают внешние факторы. Стоит согласиться, что попытки разработать и реализовать

эффективную государственную политику так и останутся попытками, если не удастся создать работающий механизм взаимодействия между властью и предпринимателями. Прежде всего, необходимо обязательное предварительное обсуждение всех законодательных актов, программ и мероприятий, касающихся вопросов регулирования и развития малого предпринимательства, с участием общественных объединений предпринимателей. Но этот процесс совершенно необходимо институционализировать, зафиксировав в соответствующих нормативных документах [3, с. 6]. Если в ближайшее время не будут предприняты конкретные шаги, то реальной становится опасность деградации этого сектора экономики с тяжелыми последствиями для социально-экономических перспектив государства.

Список использованных источников

1. Глеба, О.В. Проблемные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства / О.В. Глеба, С.В. Шпека // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: монография/ под общ. Ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2017. – С. 13-24.

2. Глеба, О.В., Вихляева И.В. Организационно-правовое обеспечение функционирования малых и средних предприятий // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-1. – С. 722-725.

3. Коноплев С.А. Правовой режим субъектов малого предпринимательства. Автореферат диссертации кандидата юридических наук. – Москва, 2006. – 26 с.

4. Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 № 337 «Об утверждении перечня отраслей, в которых осуществляет деятельность заемщик, указанный в части 1 статьи 7 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» и о признании утратившими силу отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ от 14.03.2022, № 11, Ст. 1716.

5. Постановление Правительства РФ от 30.06.2021 № 1103 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение затрат субъектам малого и среднего предпринимательства на оплату банковских комиссий при осуществлении перевода денежных средств физическими лицами в пользу субъектов малого и среднего предпринимательства в оплату товаров (работ, услуг) в сервисе быстрых платежей платежной системы Банка России» // Собрание законодательства РФ от 19.07.2021, № 29, Ст. 5640.

6. Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 № 336 «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля» // Собрание законодательства РФ от 14.03.2022, № 11, Ст. 1715.

7. Постановление Правительства РФ от 12.03.2022 № 353 «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 году» // Собрании законодательства РФ от 21.03.2022, № 12, Ст. 1839.

8. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2001 г. № 174-ФЗ (ред. от 25.03.2022) // Российская газета, № 249, 22.12.2001.

9. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Российская газета, № 164, 31.07.2007.

10. Федеральный закон от 3 апреля 2020 г. № 106-ФЗ (ред. от 26.03.2022) «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» // Российская газета, № 73, 06.04.2020.

11. Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 08.03.2022) «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» // Российская газета, № 266, 30.12.2008.

12. Хорьков, Ю.А. Правовое положение субъектов малого предпринимательства: частноправовой аспект. Диссертация кандидата юридических наук. Казань, 2006. – 183 с.

TATE POLICY IN THE FIELD OF SUPPORT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE RUSSIAN FEDERATION UNDER SANCTIONS

A.A. Nikolaeva

*Naberezhnye Chelny Institute, Kazan Federal University,
Naberezhnye Chelny, Russia*

The article examines the ongoing state policy in the field of support for small and medium-sized businesses. The financial and non-financial measures taken for the effective functioning of small and medium-sized businesses are analyzed, the forms of their state support under sanctions are investigated. The author formulates a conclusion about the need to further improve the quality of interaction between the state and business.

Keywords: state policy, small and medium-sized businesses, state support measures, management bodies

ВЛИЯНИЕ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Я.Р. Новикова

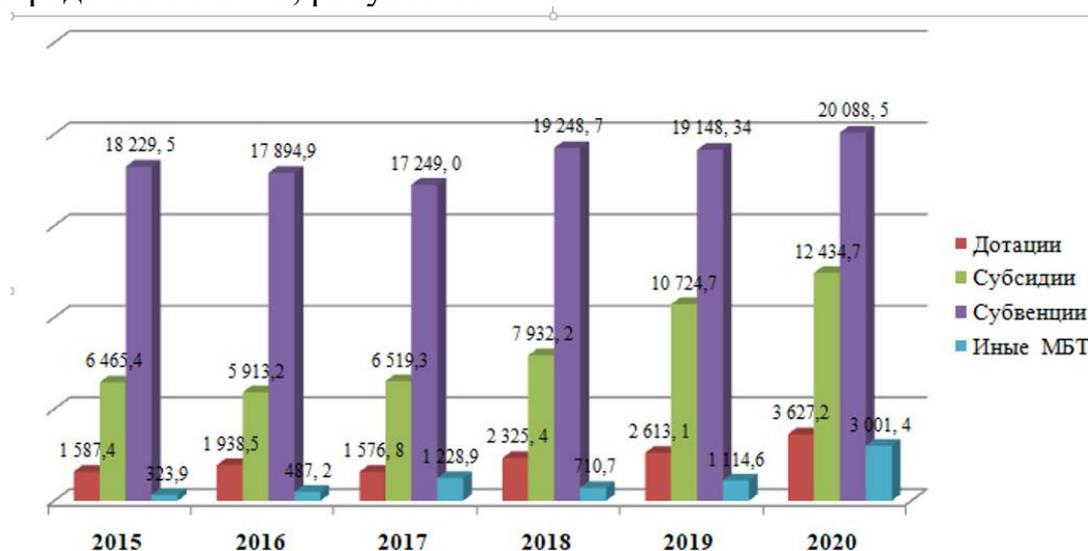
*Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС,
г. Волгоград, Россия*

В статье рассматривается структура и динамика межбюджетных трансфертов на примере Волгоградской области, определяется воздействие каждого вида межбюджетного трансферта на социально-экономическое развитие публично-правовых образований.

Ключевые слова: межбюджетные трансферты, межбюджетное регулирование, дотации, субсидии, субвенции, иные межбюджетные трансферты, публично-правовые образования

Межбюджетные трансферты являются основным инструментом межбюджетного регулирования в Российской Федерации и подразделяются на: субвенции, дотации, субсидии и иные межбюджетные трансферты. Изменение удельного веса того или иного вида межбюджетного трансферта в общей структуре межбюджетных трансфертов влияет на уровень бюджетной обеспеченности и социально-экономическое развитие субъекта и входящих в его состав муниципальных образований.

Рассмотрим структуру и динамику межбюджетных трансфертов Волгоградской области, рисунок 1.



Источник: составлено автором на основании аналитических данных Министерства финансов Российской Федерации [1].

Рисунок 1 – Структура и динамика межбюджетных трансфертов
Волгоградской области за 2015-2020 гг., в млн. рублей

Согласно рисунку 1, отметим, что субвенции занимают наибольший удельный вес в структуре межбюджетных трансфертов, иные межбюджетные трансферты - наименьший удельный вес. На протяжении рассматриваемого периода зафиксирован устойчивый рост объема предоставляемых межбюджетных трансфертов, что говорит о низкой бюджетной обеспеченности и потребности в дополнительных источниках финансирования.

Преобладание **субвенций** в структуре межбюджетных трансфертов говорит о том, что из двух возможных путей обеспечения исполнения переданных полномочий субъектами и муниципальными образованиями, вышестоящий уровень выбирает наиболее удобный и выгодный для себя способ, подразумевающий жесткий контроль за расходованием средств, сохранение части финансовых ресурсов (из закрепленных за ним доходных источников) и свободы их использования. При выборе альтернативного варианта потребовалась бы передача органам местного самоуправления полномочий с одновременным закреплением за ними определенных доходных источников, что в некоторой степени повысило бы бюджетную обеспеченность муниципальных образований [2]. Однако снижение контроля со стороны вышестоящего бюджета может повлечь оказание государственных услуг не в полном объеме и ненадлежащего качества, что негативно отразится на населении и на уровне социального-экономического развития.

В случае, если бы в структуре межбюджетных трансфертов преобладали **дотации**, это привело бы к резкому снижению мотивации к приобретению бюджетной самостоятельности публично-правовых образований, развитию иждивенческих настроений и торможению социально-экономического развития. Однако невозможно полностью уйти от данного вида межбюджетных трансфертов в силу того, что субъекты и муниципальные образования, входящие в их состав, обладают разным уровнем бюджетной обеспеченности из-за различий в природно-климатических условиях, уровне промышленного производства, развитии инфраструктуры и деловой активности.

Соответственно, одни регионы получают больше доходов, другие - меньше. Следовательно, регионы Российской Федерации делятся на два типа - дотационные регионы и регионы-доноры. Первые - проблемные, они не могут обеспечить себя за счет собственных доходов и получают поддержку из федерального бюджета. Вторые зарабатывают больше и дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности не получают.

В 2022 году в список регионов-доноров вошли 23 субъекта Российской Федерации, что на 10 субъектов больше, чем в предшествующем году.

К регионам-донорам в 2022 году относят: Республику Татарстан, Красноярский и Пермский края, Белгородскую, Вологодскую, Иркутскую, Калужскую, Ленинградскую, Липецкую, Московскую, Мурманскую, Нижегородскую, Самарскую, Сахалинскую, Свердловскую, Тульскую, Тюменскую и Ярославскую области, города Москва и Санкт-Петербург, а

также Ненецкий, Ханты-Мансийский (Югра) и Ямало-Ненецкий автономные округа.

Остальные 62 субъекта Российской Федерации, включая Волгоградскую область, соответственно, получают дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности. К наиболее дотационным субъектам Российской Федерации в 2022 году относят: Республику Дагестан, Республику Саха (Якутия), Камчатский край, Чеченскую республику, Алтайский край, Ставропольский край, Республику Бурятия, Республику Крым, Республику Тыва и Республику Башкортостан.

Уровень бюджетной обеспеченности субъектов, на основании которого принимается решение о предоставлении дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности, рассчитывается Министерством финансов Российской Федерации на основании анализа ряда основных мезоэкономических показателей: постоянная численность населения субъекта, уровень налогового потенциала субъекта, уровень расходов бюджета субъекта, социальные и технологические показатели, географические факторы, уровень развития экономики[3].

В таблице 1 приведем примеры уровня бюджетной обеспеченности нескольких субъектов Российской Федерации, в том числе Волгоградской области.

Таблица 1 – Уровень бюджетной обеспеченности некоторых субъектов Российской Федерации в 2022 г.

Наименование субъекта	Уровень бюджетной обеспеченности
г. Москва	3,019
г. Санкт-Петербург	2,107
Ростовская область	0,752
Волгоградская область	0,693
Республика Крым	0,691
Республика Дагестан	0,651

Источник: составлено автором на основании аналитических данных Министерства финансов Российской Федерации.

Исходя из данных таблицы 1, отметим, что если уровень бюджетной обеспеченности на уровне «1» и выше, то субъект не получает дотацию на выравнивание и имеет достаточную бюджетную обеспеченность. При значении ниже «1», субъект причисляют к дотационным регионам с низкой бюджетной обеспеченностью. Так как большинство субъектов стабильно имеет низкий уровень бюджетной обеспеченности из года в год, то полный отказ от межбюджетного трансферта в виде дотации не представляется возможным.

Если **субсидии** занимали бы наибольший удельный вес в структуре межбюджетных трансфертов, то это положительно бы сказалось на

инфраструктурном развитии территорий публично-правовых образований. Вышестоящие органы власти, исходя из установленных целей и задач федерального и регионального развития, вправе устанавливать сферы, в которых необходимо изменить сложившуюся ситуацию или достигнуть определенного результата. Для каждого публично-правового образования, на основании объективных критериев, ведется расчет необходимого объема субсидий. Субсидия, относительно других трансфертов, носит наиболее стимулирующий характер развития территорий, однако применение данного межбюджетного трансферта, без выравнивающих трансфертов (дотаций), для некоторых субъектов и муниципальных образований будет невозможно, так как проекты и программы, предусматривающие субсидиарное финансирование, эффективны только при условии стабильного выполнения всеми субъектами своих обязательств.

Иные межбюджетные трансферты предоставляются публично-правовым образованиям в основном в целях поощрения (стимулирования) публично-правовых образований, ликвидации последствий стихийных бедствий и других чрезвычайных ситуаций[4]. Данный вид трансферта всегда занимает наименьший удельный вес в общей структуре межбюджетных трансфертов и является относительно новым видом финансовой помощи публично-правовым образованиям. Иные межбюджетные трансферты оказывают положительное влияние на социально-экономическое развитие территорий, так как относится к категории стимулирующих трансфертов и мотивирует публично-правовые образования достигать высоких результатов деятельности.

Исходя из вышеизложенного, эффективно функционирующая система межбюджетных трансфертов должна включать в себя все вышеперечисленных виды межбюджетных трансфертов, которые тесно взаимосвязаны между собой и дополняют друг друга. Субвенции всегда будут занимать позицию преобладающих трансфертов в общей структуре межбюджетных трансфертов, так как объем переданных полномочий довольно велик и их реализация влияет на уровень социального развития публично-правовых образований и доступность бюджетных услуг. Субсидии должны занимать вторую позицию по величине удельного веса в структуре межбюджетных трансфертов, так как выполняют стимулирующую функцию развития территорий. Дотации должны стремиться к максимальному снижению, что будет означать достаточный уровень бюджетной обеспеченности субъектов и муниципальных образований. Иные межбюджетные трансферты, выполняя поощрительную функцию, приведут к повышению эффективности деятельности органов управления, и, как следствие, к социально-экономическому развитию публично-правовых образований.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL.: <http://minfin.ru/> (дата обращения: 15.01.2022).

2. Христенко, В.Б. Межбюджетные отношения и управление региональными финансами: опыт, проблемы, перспективы / В. Б. Христенко. – Москва: Дело – 2019. – 584 с.

3. Наслунга, К.С. Система межбюджетных отношений: условия формирования, актуальные проблемы и перспективы развития/ К.С. Наслунга // XII Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен». – 2017. – № 5. – С.12-17.

4. Молчанов, И.Н., Совершенствование межбюджетных отношений и пространственное развитие в 2021–2023 годах/ И.Н. Молчанов, Н.П. Молчанова // Экономика. Налоги. Право. – 2021. – №14. – С.15-30.

IMPACT OF INTERBUDGET TRANSFERS ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF PUBLIC LEGAL FORMATIONS

Y.R. Novikova

*Volgograd Institute of Management – branch of RANEPА,
Volgograd, Russia*

The article discusses the structure and dynamics of interbudget transfers on the example of the Volgograd region, determines the impact of each type of interbudget transfer on the socio-economic development of public legal entities.

Keywords: interbudget transfers, interbudgetary regulation, grants, subsidies, subventions, other interbudget transfers, public law formations

УДК 346- 62

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИКРОФИНАНСОВЫХ И МИКРОКРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

В.В. Орешникова, В.О. Черненко

*Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

В статье отражены результаты исследования состояния рынка микрофинансовых и микрокредитных организаций в Российской Федерации.

Ключевые слова: микрофинансирование, микрофинансовые институты, микрофинансовые организации, микрокредитные организации

На рынке кредитования в России основными кредиторами являются коммерческие банки, но при этом активно функционирует и развивается рынок микрокредитования.

Микрофинансирование позволяет гражданам и малому бизнесу быстро получать небольшие займы на короткие сроки. Получить их проще, чем кредит в банке, однако, процентные ставки по таким займам, как правило, существенно выше.

Деятельность микрофинансовых институтов регулируется Федеральным законом «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях». Он устанавливает правовые основы осуществления микрофинансовой деятельности, определяет порядок регулирования и надзора за деятельностью микрофинансовых организаций. В законе определены размер, порядок и условия предоставления микрозаймов, порядок приобретения статуса и осуществления деятельности микрофинансовых организаций, а также права и обязанности ЦБ РФ как мегарегулятора [1].

Микрофинансовые институты – это небольшой по объемам, но важный элемент финансовой системы. Они часто представлены в регионах, где мало банков и где поэтому сложнее получить кредит гражданам и малому бизнесу. Микрофинансовые институты удовлетворяют потребность в коротких и небольших займах, которые нужны гражданами бизнесу срочно – это и обуславливает необходимость их наличия. Данный рынок является легальным и прозрачным для заемщиков.

На микрофинансовом рынке работают микрофинансовые и микрокредитные организации, кредитные потребительские кооперативы, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, жилищные накопительные кооперативы и ломбарды. Наиболее популярные из них – микрофинансовые и микрокредитные организации [2].

Микрофинансовая компания (МФК) и микрокредитная компания (МКК) – это виды микрофинансовых организаций (МФО), к работе которых применяется ряд законодательных ограничений и требований, в том числе к размеру собственных средств (капитала) [3,4].

Основными заемщиками для МФК и МКК являются физические лица, индивидуальные предприниматели и некоторые юридические лица.

Количество МФК и МКК в России в последние годы существенно сократилось. Количество МФК на 01.01.2021 составляло 1 142, а на 01.01.2022 – 923. За год их количество уменьшилось на 219 единиц.

Количество МКК на 01.01.2021 составляло 13 070, а на 01.01.2022 – 10 401. За год их количество также сократилось, с рынка ушло 2 669 таких организаций [5].

Сокращение их количества связано с тем, что появляются новые законодательные ограничения для деятельности данных компаний и не все могут к ним адаптироваться. МКК на рынке микрокредитования больше, т.к. к ним предъявляются менее жесткие требования.

Основные различия в характеристиках МФК и МКК представлены в таблице 1.

Таблица 1– Основные отличия микрофинансовых и микрокредитных компаний [6]

Критерий сравнения	Микрофинансовые компании (МФК)	Микрокредитные компании (МКК)
Предельная сумма микрозайма физическому лицу	1 млн руб.	500 тыс. руб.
Предельная сумма микрозайма юридическому лицу и индивидуальному предпринимателю	5 млн руб.	5 млн руб.
Размер собственных средств (капитала)	не менее 70 млн руб.	с 01.07.2020 – 1 млн руб. с 01.07.2021 – 2 млн руб. с 01.07.2022 – 3 млн руб. с 01.07.2023 – 4 млн руб. с 01.07.2024 – 5 млн руб.
Выпуск и размещение облигаций	разрешено с учетом ограничений	запрещено
Осуществление производственной и торговой деятельности	запрещено	разрешено
Ежегодный аудит	обязаны проводить и представлять в Банк России аудиторское заключение о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности	обязанность не установлена, но может возникать из норм Федерального закона от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности». Также аудит годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности может производиться инициативно. В случае наличия аудиторского заключения о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности МКК обязана предоставить его в Банк России
Надзор Банка России за соблюдением Федерального закона «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» и (или) принятых в соответствии с ним нормативных правовых актов Российской Федерации и нормативных актов Банка России	Банк России осуществляет постоянный надзор	Банк России не осуществляет надзор, за исключением следующих случаев: 1) МКК не является членом СРО МФО; 2) при осуществлении Банком России надзорных функций в отношении деятельности СРО МФО, членом которой является МКК; 3) размер активов МКК и (или) сумма задолженности по договорам займа перед МКК превышают определенные нормативным актом Банка России значения.

Особо востребованы услуги микрофинансовых организаций в отдаленных районах, в малых городах, в населенных пунктах, где гражданам и малому бизнесу труднее получить доступ к кредитам. И микрофинансовые организации здесь важны и нужны.

Особенностью кредитования в МФО и МКК является упрощенная форма получения займа: пакет документов, методы оценки кредитоспособности заемщика, сроки рассмотрения заявки и т.д., но при этом процентные ставки превышают ставки в кредитных организациях из-за более высокого уровня кредитного риска.

Основными видами займов, которые выдают МФО, являются:

– PDL (paydayloans – займы до зарплаты) – краткосрочные потребительские микрозаймы физическим лицам (до 30 дней) на небольшую сумму (до 30 тыс. руб.), погашение производится единовременно и проценты начисляются единовременно. Один день просрочки вынуждает кредитора составить резерв в размере 50 % от общей суммы выданного займа.

– IL (installmentloans – кредит в рассрочку) – среднесрочные потребительские микрозаймы физическим лицам на срок более 30 дней на сумму свыше 30 тыс. руб. Платежи могут быть как дифференцированными, так и аннуитетными. От PDL займов их отличают более низкие процентные ставки и более высокие суммы кредитов.

– POS(pointofsales – точка продаж)– выдача займов на определенные товары непосредственно в торговых точках. В отличие от кредита в банке, покупатель-заемщик в данном случае не получает на руки наличные деньги. После оформления POS-кредита, кредитор расплачивается с магазином за товар, а покупатель(заемщик) потом возвращает МФО заем и проценты по нему. Как правило, такие займы отличают высокие процентные ставки, но в то же время быстрое принятие решения о предоставлении займа (до часа).

По данным ЦБ России на конец 2020 года количество договоров микрозайма составило – 33 816 468 шт, в то время как на конец 2021 года насчитывалось 45 793 987. За год их количество увеличилось на 11 957 519 [5].

В 2021 году в сравнении с 2020 годом в России наблюдается значительное увеличение количества займов физическим лицам - 45 763 795 (на 14 197 128 больше, чем в 2020 году). Но количество договоров займа с ИП и юридическими лицами сокращается. В 2021 году был заключен 16 841 договор микрозайма с ИП (на 1 596 меньше, чем в 2020 году) и 13 351 договор с юридическими лицами (на 2 182 единицы меньше, чем в 2020 году) [5].

Количество договоров сокращается, но в то же время объемы займов растут, что свидетельствует о востребованности институтов микрофинансирования в России.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 02.07.2010 № 151-ФЗ (ред. от 06.12.2021) «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_102112 (дата обращения: 07.05.2022)

2. Банк России. Микрофинансирование. – URL: <https://cbr.ru/microfinance> (дата обращения: 06.05.2022)

3. Банк России. Микрофинансовые компании. – URL: <http://www.cbr.ru/admissionfinmarket/navigator/mfk> (дата обращения: 06.05.2022)

4. Банк России. Микрокредитные компании. – URL: <http://www.cbr.ru/admissionfinmarket/navigator/mkk> (дата обращения: 06.05.2022)

5. Годовой отчет Банка России 2022. – URL: http://www.cbr.ru/collection/collection/file/40915/ar_2021.pdf(дата обращения: 11.05.2022)

6. Основные отличия микрофинансовых и микрокредитных компаний. – URL: https://cbr.ru/microfinance/mfk_mkk(дата обращения: 07.05.2022)

FEATURES OF THE ACTIVITIES OF MICROFINANCE AND MICROCREDIT ORGANIZATIONS IN THE LENDING MARKET IN RUSSIA

V.V. Oreshnikova, V.O. Chernenko

*Siberian State University of Railway Transport,
Novosibirsk, Russia*

The article reflects the results of a study of the state of the market of microfinance and microcredit organizations in the Russian Federation.

Keywords: microfinance, microfinance institutions, microfinance organizations, micro-credit organizations

УДК 65.012.74

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

А.Д. Орлова, С.Г. Сафонова

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассмотрена система менеджмента качества, её преимущества и перспективы развития, а также меры необходимые организации для разработки и внедрения данной системы.

Ключевые слова: система, перспективы менеджмента качества, организации, система менеджмента качества

В настоящее время многие современные организации, а особенно их руководство, заинтересованы в том, чтобы узнать, как сложится судьба системы менеджмента качества в будущем и какие перспективы ждут эту широко распространенную систему в будущем.

Система менеджмента качества – это комплекс систем, методов и инструментов, которые компания использует, чтобы удовлетворять требования потребителей и превосходить их ожидания относительно продукции/услуги, повышать свою конкурентоспособность и конкурентоспособность конкретной продукции/услуги, совершенствовать деятельность компании в целом. Данная система была разработана в 50-60-х годах прошлого века, причиной ее широкого распространения стало значительное усложнение отношений между различными хозяйственными объектами.

Внедрение системы менеджмента качества без сомнений оказывает существенное влияние на развитие и деятельность организации, за счет снижения прямых и косвенных затрат. Процесс управления повышением качества, объединяющий деятельность многих отраслей – это не столько необходимость получения прибыли от продажи товаров и услуг, а также предприятий, сколько заинтересованность общества в целом, вопрос его развития. [1] Поэтому можно с уверенностью сказать, что перспективы системы менеджмента качества в каждом развитом государстве, достаточно нужные, тем более, что с каждым годом данную систему внедряют все больше и больше организаций.

Для того чтобы суметь стать успешным в современном мире мы должны иметь преимущества отличающие нас от конкурентов. Одним из преимуществ является система менеджмента качества, имеющая сертификацию по требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Достоинством данной системы является её упорядоченность деятельности, то есть стандартизация взаимоотношений между отдельными подразделениями, а версия ГОСТ Р ИСО 9001-2001 основана на процессном подходе.

Принципиальное отличие процессного подхода от функционального заключается в том, что в центре внимания менеджмента находятся не самостоятельные функции, выполняемые различными подразделениями и сотрудниками, а кросс функциональные процессы, объединяющие отдельные функции в отдельные потоки и нацеленные на конечные результаты деятельности организации. Определяющее преимущество процессного подхода заключается, прежде всего, в управлении процессами на стыках деятельности подразделений и конкретных исполнителей. [2]

Внедрение системы менеджмента качества имеет некоторые преимущества:

- является совершенствование деятельности в организации за счет описания взаимодействий между отдельными подрядчиками и подразделениями.

- это способ разрешения конфликтов между ведомствами: стандарт позволяет «договариваться», т. е. принимать консенсус, организованный всеми непримиримыми противниками.

- дает дополнительное преимущество перед конкурентами: соответствие международным стандартам выводит бизнес на совершенно новый уровень.

– позволяет вести постоянный мониторинг процессов с помощью различных механизмов: самооценки, непрерывного улучшения процессов, внутреннего аудита, что позволяет выявлять несоответствия и быстро их устранять.

– организует деятельность на основе принципов управления качеством, позволяет вовлечь в качественную работу весь персонал, что дает возможность использовать весь потенциал персонала организации.

Действия необходимые для разработки и внедрения системы менеджмента качества. Во-первых, должна быть поддержка со стороны высшего руководства. Приказом руководителя организации должны быть назначены ответственные за разработку системы и установлены сроки. Во-вторых, необходимо выделить ресурсы: финансовые, информационные, человеческие: финансовые ресурсы на разработку системы, ее сертификацию, контроль проверок, оплату труда специалистов отдела менеджмента качества, консультационные услуги. В-третьих процедуры, имеющиеся в организации, должны быть установлены и описаны: обязательных шесть, но, как правило, организации требуется больше для подтверждения соответствия требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Далее проводится организация и проведение предсертификационного аудита и сертификационного аудита соответствующим органом по сертификации, после чего осуществление оценки результатов проверок и внесение корректирующих и предупреждающих действий.

Как показывает международная практика, внедрение системы контроля качества дает возможность предприятию:

– исследовать потенциал роста или же сберечь уже имеющиеся рыночные сегменты;

– достигнуть высокого уровня качества выпускаемой продукции и стабильно его поддерживать;

– сделать упор на качественную оптимизацию и улучшение своей деятельности и повышение уровня производительности труда;

– получить положительные отзывы от потребителей посредством сертификации;

– предоставить потребителям определенные гарантии относительно того, что предприятие способно для них сделать [3].

Роль и значение качества постоянно возрастают под влиянием развития технологий производства и потребностей человека, что позволяет предприятиям стремиться к выходу на международный рынок, а значит и к международным сертификатам качества [4].

Дело в том, что системы моделирования предыдущего поколения не справляются со сложностью новых задач. Решение дает «онтологический инжиниринг», технологии управления знаниями, построение модели на основе точной системы понятий. Менеджмент приближается к точным наукам.

Именно это и есть передний край современной науки под названием менеджмент [5].

Список использованных источников

1. Горохова, К.В. Перспективы развития системы менеджмента качества / К.В. Горохова // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2021. – №2 (78). –С. 78-81.

2. Преимущества и перспективы системы менеджмента качества URL: <https://www.itctraining.ru/biblioteka/menedzhment/menedzhment-kachestva/> (дата обращения: 01.05.2022).

3. Плотников, А.А., Татаренко Л.Ю. Система менеджмента качества в организации: значение, выгоды от внедрения и перспективы // В сборнике: Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. сборник статей 10-й Международной научно-практической конференции, посвященной 255-летию Вольного экономического общества России : в 2 т.. ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал); КРОО Общероссийской общественной организации «Вольное экономическое общество России». Курск, 2020. – С. 134-137.

4. Аброськина, А.А. Перспективы и преимущества разработки системы менеджмента качества на предприятиях пищевой промышленности // В книге: Пищевые инновации и биотехнологии. Материалы IV Международной научной конференции. – 2016. – С. 464-465.

5. Тимохин, Д.В. Перспективы менеджмента качества / Д.В. Тимохин // Методы менеджмента качества. – 2009. – №5. – С. 16-18.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM

A.D. Orlova, S.G. Safonova

*Don State Agrarian University,
p. Persianovsky, Russia*

The article discusses the quality management system, its advantages and prospects for development, as well as the measures necessary for the organization to develop and implement this system.

Keywords: system, prospects of quality management, organizations, quality management system

ТЕХНИКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

С.В. Пирогова, А.Р. Гарипова, А.И. Валиуллина

*Институт цифровых технологий и экономики,
Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В современном мире достижение целей невозможно без изучения управленческих решений, способов их принятия, причин и последствий. В данной статье мы рассмотрим техники принятия решений руководителями, стадий их принятия, способы достижения эффективного управления.

Ключевые слова: управление, решения, компания, руководитель, цели, анализ

Один из наиболее важных аспектов успешного развития организации – принятие эффективных решений руководителями компании.

Управленческое решение – это объединённый исход управленческой деятельности руководящей системы, а также работы объекта управления, нацеленный на разрешение определённых условий. Оно помогает выявить определённые действия, необходимые предпринять в перспективе. Ключевыми показателями результативности принимаемых действий являются конкурентоспособность, гибкость в условиях изменения внешней среды [1]. Этот процесс – главная цель управляющего.

Объектом управленческого решения принято считать систему или операцию. Субъект управленческого решения – это лицо, принимающее решение, а также управляющая подсистема.

Классификация управленческих решений – важная часть изучения данной темы. Она необходима для определения подходов к разработке, их оценке, что позволяет достичь высокой эффективности управления.

По сфере воздействия:

- Глобальные (касающиеся работы организации в целом, масштабно).
- Локальные (касающиеся одной стороны деятельности организации).

По продолжительности:

- Долгосрочные (более 5 лет);
- Среднесрочные (от 3 до 5 лет);
- Текущие (в пределах 1 года);
- Краткосрочные (в пределах месяца, квартала);
- Разовые.

По условиям:

- Принимаемые в условиях риска
- Принимаемые в условиях определённости
- Принимаемые в условиях неопределённости

- В условиях конфликта

В процессе принятия решений выделяют следующие этапы:

1. Постановка цели
2. Изучение проблемы, вопроса исходя из имеющейся информации
3. Отбор признаков результативности последствий принимаемых решений
4. Консультирование со специалистами различных способов решения поставленной задачи, выбор наиболее правильного решения
5. Принятие решение, освещение участникам о принятом решении.

В менеджменте присутствует определённая техника, выделяющая 6 основных стадий в процедуре вынесения решения:

Этап 1. Идентификация проблемы

На данном этапе руководитель изучает среду, в которой возникла задача или проблема, обстоятельства, вызвавшие её. На данном этапе могут быть проведены переговоры с рабочим коллективом, анализ отчётов, изучение деятельности конкурентов.

Этап 2. Формулировка проблемы

Проанализировав всю информацию, управляющий выделяет все детали, изучая, как они повлияли на деятельность компании. Эта стадия представляет собой экономический анализ ситуации по отношению внутреннего и внешнего рынка.

Этап 3. Выявление альтернативных вариантов

Эта стадия представляет собой рассмотрение всех возможных результатов развития событий.

Этап 4. Принятие решения

На этом этапе происходит выбор наиболее подходящего, детально разобранного решения из всех возможных.

Этап 5. Реализация решения

Данный этап представляет собой принятие мер для доведения принятого решения до его исполнителей. Осуществляется контроль над выполнением всех условий, корректировка определённых действий, оценка эффективности результата.

Этап 6. Контроль над реализацией принятого решения

Зачастую не все планы реализуются так, как планировались. На выполнение решения могут повлиять множество факторов, поэтому важно осуществлять контроль с целью обеспечения правильного функционирования системы.

Таким образом, можно сделать вывод, что принятые решения должны основываться на проверенной, актуальной и прогнозируемой информации. Принятие правильных управленческих решений – залог опыта и таланта руководителя. При управлении различными системами руководители постоянно сталкиваются с очень сложными ситуациями, им следует постоянно изучать поступающую информацию, чтобы вовремя принять необходимые действия, а также поэтапно идти к результату, контролируя процесс от начала до конца [2].

Список использованных источников

1. Глебова, О.В. Методы принятия управленческих решений: учеб. пособие. Саратов: Вузовское образование, 2017. – С 150.
2. Управленческие решения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Демин. – С 37.
3. Теория организации: учебник / Ричард Л. Дафт; пер. с англ. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
4. Бусов, В.И. Управленческие решения: учебник. – Москва: Юрайт, 2019. – С 236.
5. Методы принятия управленческих решений [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-1> (дата обращения: 03.04.2022).

MANAGEMENT DECISION-MAKING TECHNIQUES

S.V. Pirogova, A.R. Garipova, A.I. Valiullina

*Kazan State Power Engineering University,
Institute of Digital Technologies and Economics,
Kazan, Russia*

In the modern world, achieving goals is impossible without studying management decisions, ways of making them, causes and consequences. In this article, we will consider the techniques of decision-making by managers, the stages of their adoption, and ways to achieve effective management.

Keywords: management, solutions, company, manager, goals, analysis

УДК 336.228.3

НЕОБХОДИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОГО НАЛОГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

М.В. Полинская, Д.В. Браилко, В.В. Калугина

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

В статье рассматривается необходимость эффективного налогового управления в организации. Рассмотрена налоговая нагрузка как основной показатель эффективности ведения бизнеса. Приведены формулы ее расчета.

Ключевые слова: налогообложение, менеджмент, законодательство, организация

Налоговые платежи являются важной частью финансовых потоков организации. Весьма часто успех компании, ее рост и развитие зависят от квалифицированного решения, принятого с учетом налоговых результатах. Обернутся большими финансовыми потерями – недооценка этого аспекта финансовой деятельности организации, ошибки в расчетах налогов.

В современных условиях актуально изучение теоретических и методологических сторон налогового управления в компаниях, что позволяет смоделировать систему финансового менеджмента, которая позволяет быстро реагировать на меняющиеся условия ведения бизнеса с помощью разрешенных законом налоговых инструментов. В конечном итоге это может повысить показатели эффективности ведения бизнеса, такие как прибыль, рентабельность.

Определяя рациональность использования финансовых ресурсов, сумма налоговых издержек является одним из наиболее важных показателей для определения их оценки, а затем ее законной минимизации или оптимизации [1].

Поэтому необходимо отметить основные функции корпоративного налогового менеджмента:

1. Организация процесса налогового менеджмента.

Внедрение общих правил налогового учета и организация процесса управления налоговым потоком предприятия.

2. Налоговое планирование.

Разработка и внедрение различных стратегий для оптимизации налоговых потоков путем минимизации суммы налогов, уплачиваемых за определенный период времени.

3. Налоговое регулирование.

Регулирование налоговой политики и обеспечение притока финансовых ресурсов в бюджет организации.

4. Налоговый самоконтроль.

Контроль за правильностью ведения налогового учета, начисления и уплаты налогов и т.д.

Эффективность налогового менеджмента можно оценить по ряду показателей. Соответственно с этим она может быть направлена на развитие деловых операций в различных сферах экономики. Необходим также показатель, который потребует принятия решения о взаимосвязи между общей суммой налогов в их ставках и налоговыми льготами, а также возможными последствиями экономической деятельности компании. На сегодняшний день не существует единой методики определения налоговой нагрузки. Справедливо отметить, что НДС и страховые взносы не следует включать в расчет налоговой нагрузки организации, поскольку компания по НДС выступает налоговым агентом, а не налогоплательщиком, а страховые взносы не являются налогами по своей сути. То же самое можно сказать и о НДС и акцизах: как и косвенные налоги, они включаются в стоимость товаров, работ и услуг и фактически оплачиваются их потребителями. Однако многие авторы подчеркивают важность учета косвенных налогов при расчете налоговой нагрузки.

Выделим некоторые формулы для расчета налоговой нагрузки.

1. Налоговая нагрузка общая:

$$НН = \frac{\Sigma_{\text{налогоплате}}}{\text{Выручка}} \times 100 \% .$$

2. Расчет налоговой нагрузки по методике ФНС России:

$$НН_{\text{ФНС}} = \frac{НП}{(В+ВД)} \times 100 \% ,$$

где НП – сумма уплаченных налогов;

В – выручка от реализации продукции;

ВД – внереализационные доходы.

3. Расчет налоговой нагрузки по методике М.И. Литвина:

$$НН = \frac{\Sigma_{НП+ВП}}{\Sigma_{ИС}} \times 100 \% ,$$

где НП – начисленные налоговые платежи;

ВП – платежи во внебюджетные фонды;

ИС – источник средств для уплаты налогов.

Целью расчета налоговой нагрузки является разработка оптимальной налоговой стратегии, в состав которой включается учетная политика и средства управления налоговыми рисками, которые дают возможность уменьшить размер платежей законными методами. Для того чтобы правильно рассчитать налоговую нагрузку предприятия, экономисты и финансисты должны обладать знаниями и навыками бухгалтерского учета и налогообложения, а также учитывать все нюансы, влияющие на порядок исчисления налогов.

Определить эффективность налогового менеджмента можно с помощью ряда коэффициентов, таких как:

- Общий коэффициент налоговой эффективности;
- Коэффициент налогооблагаемости продаж.

Компания не может стремиться к росту эффективности своей деятельности без налогового планирования и снижения налоговых рисков.

Сущность налогового планирования заключается в признании за каждым налогоплательщиком права законно использовать средства, приемы и способы для максимального уменьшения своих налоговых обязательств.

Методами налоговой оптимизации являются:

1. Выбор наиболее оптимальной системы налогообложения.
2. Максимальное использование налоговых льгот.
3. Разработка грамотной учетной политики.
4. Подбор персонала и привлечение сторонних организаций для оказания консалтинговых услуг и т.д.

Для достижения корпоративных коммерческих целей и, как правило, для достижения увеличения прибыли, могут быть использованы различные методы ведения хозяйственной (производственной, торговой, финансовой) деятельности.

Эффективный налоговый менеджмент предполагает выявление, диагностику, оценку и минимизацию налоговых рисков. Если учитывать наличие негативных последствий с точки зрения их возникновения, то риски делятся на[2]:

- налогового контроля;
- усиления налогового бремени;

– уголовного преследования по налоговым основаниям.

Российское законодательство нередко имеет неоднозначное толкование, чем и пользуются некоторые предприниматели. В погоне за прибылью руководители бизнеса предпринимают попытки склонить суть спорного нормативного документа в свою пользу, а потому автоматически попадают в зону риска. В этой ситуации требуется предельная осторожность и хорошее знание нормативной базы.

Как было сказано, эффективность корпоративного налогового менеджмента зависит от правильно организованной системы внутреннего налогового контроля. Внутренний контроль предназначен для обеспечения «разумной уверенности» в эффективности налогового управления в организации, достоверности финансовой информации и соблюдении действующих законов и правил по налогообложению [3].

Подводя итог, можно заметить, что в целях роста эффективности деятельности, каждая организация должна уделять особое внимание построению эффективной системы управления налоговыми потоками.

Список использованных источников

1. Полинская, М.В., Пилипенко Ю.Ю. Плюсы и минусы, направления совершенствования налога на профессиональный налог/ М.В. Полинская, Ю.Ю. Пилипенко // В книге: «Стратегическое развитие социально-экономических систем в регионе: инновационный подход». Материалы VI международной научно-практической конференции: Сборник статей и тезисов докладов. Владимир – 2020. – С. 436-439.

2. Гречкина, Л.С., Шерстобитов Д.А., Полинская М.В. Анализ эффективности налогового контроля в России/ Л.С. Гречкина, Д.А. Шерстобитов, М.В. Полинская // Эпомен – 2021. – №56. – С. 18-24.

3. Полинская, М.В., Семакина В.Д. Совершенствование форм и методов налогового контроля в России / М.В. Полинская, В.Д. Семакина // Российский экономический интернет-журнал – 2019. – №3. – С. 67.

THE NEED FOR EFFECTIVE TAX MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION

M.V. Polinskaya, D.V. Brailko, V.V. Kalugina

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilina,
Krasnodar, Russia*

The article discusses the need for effective tax management in an organization. The tax burden is considered as the main indicator of the efficiency of doing business. The formulas for its calculation are given.

Keywords: taxation, management, legislation, organization

АРХИТЕКТУРА СИСТЕМЫ ВЕРИФИКАЦИИ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

В.И. Поляков, Ф.Ф. Зиннатулин

*Университет ИТМО,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассмотрена архитектура системы верификации вычислительного процесса информационной системы. Приведены главные блоки архитектуры системы верификации вычислительного процесса информационной системы. Каждый из блоков системы верификации рассматривает данные вычислительного процесса, которые протекают через него. В качестве информационной системы может использоваться многопользовательская информационная система в интернет или расположенная на нескольких рабочих компьютерах.

Ключевые слова: информационная система, вычислительный процесс, система верификации, компонент, программный код

Информационная система использует различные вычислительные процессы: среди них могут быть вычислительные процессы ядра выполняющие главные функциональные действия, вычислительные процессы дополнительного характера, ведущие подсчет статистических характеристик, вычислительные процессы присоединительного характера, которые выполняют/не выполняют в зависимости от пользовательских настроек свои функции. Каждый из вычислительных процессов информационной системы должен быть проверифицирован и для этого разумнее использовать систему верификации вычислительного процесса информационной системы.

Архитектура системы верификации вычислительного процесса информационной системы включает 6 блоков верификации:

1. Блок верификации входных данных.
2. Блок верификации обработки данных пользователя.
3. Блок верификации предобработки данных для хранения в базе данных.
4. Блок верификации сохранения данных в базе данных.
5. Блок параметров, пользовательских настроек.
6. Блок верификации вывода информации пользователю.

Блок верификации входных данных занимается верификацией рассмотрения входных данных, блок верификации обработки данных пользователя выполняет верификацию главной работы в системе верификации,

блок верификации предобработки данных для хранения в базе данных выполняет верификацию подготовки к хранению данных в базе данных, блок верификации сохранения данных в базе данных выполняет верификацию сохранения данных в базе данных, блок параметров, пользовательских настроек выполняет хранение настроек, блок верификации вывода информации пользователю выполняет верификацию вывода информации.

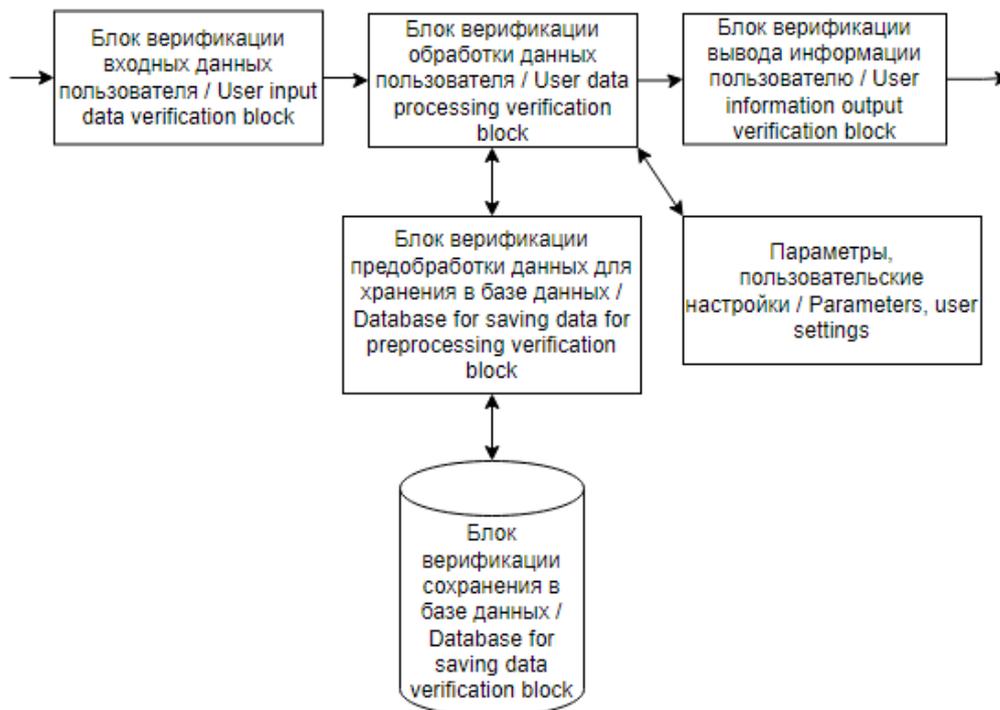


Рисунок 2 – Архитектура системы верификации вычислительного процесса информационной системы

Заключение

Таким образом, была рассмотрена архитектура системы верификации вычислительного процесса информационной системы. В ней были рассмотрены главные блоки верификации. Каждый из блоков отвечает за шаг верификации вычислительного процесса информационной системы. Данная система верификации рассматривается как самодостаточная.

Список использованных источников

1. Зыков, С.В. Теоретические и методологические основы построения корпоративных порталов // Исследовано в России. 2005. №. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-i-metodologicheskie-osnovy-postroeniya-korporativnyh-portalov> (дата обращения: 09.02.2022).

2. Зыков, А.Г., Кочетков И.В., Поляков В.И., Чистиков Е.Г. Синтезирование программ на основе описания графоаналитической модели // ПРОГРАММНЫЕ ПРОДУКТЫ И СИСТЕМЫ. 2017, том 30, № 4. с. 561-566.

3. Зыков, А.Г., Безруков А.В., Немолочнов О.Ф., Поляков В.И., Андронов А.В. Графо-аналитические модели вычислительных процессов в САПР // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2011. №4 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/grafo-analiticheskie-modeli-vychislitelnyh-protsessov-v-sapr> (дата обращения: 09.02.2022).

4. Зыков, А.Г., Голованев Я.С., Поляков В.И. Автоматизация верификации программ с использованием графоаналитических моделей вычислительного процесса // ПРОГРАММНЫЕ ПРОДУКТЫ И СИСТЕМЫ. – 2019. – Т. 32. – № 3. – С. 398-402. DOI: 10.15827/0236-235X.127.398-402.

5. Зыков, А.Г., Кочетков И.В., Поляков В.И., Чистиков Е.Г. Методы анализа вычислительного процесса по графо-аналитической модели // Труды Конгресса по интеллектуальным системам и информационным технологиям «IS&IT»17. Научное издание в 3-х томах. – 2017. – Т. 2. – С. 121-129.

6. Немолочнов, О.Ф., Зыков А.Г., Поляков В.И. [и др.]. Верификация в исследовательских, учебных и промышленных системах // Науч.-технич. вестн. СПбГУ ИТМО. Вып. 11. Актуальные проблемы анализа и синтеза сложных технических систем. – 2003. – С. 146-151.

7. Зыков, А.Г., Поляков В.И., Чистиков Е.Г., Кочетков И.В. Формализация анализа программной реализации вычислительного процесса в САПР // IS&IT'16: тр. Конгресса по интеллект. системам и информ. технологиям. Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2016. – Т. 1. – С. 69-75.

ARCHITECTURE OF THE VERIFICATION SYSTEM OF THE COMPUTING PROCESS OF THE INFORMATION SYSTEM

V.I. Polyakov, F.F. Zinatullin

*ITMO University,
St. Petersburg, Russia*

The article considers the architecture of the verification system of the computing process of the information system. The main blocks of the architecture of the verification system of the computing process of the information system are given. Each of the verification system blocks examines the data of the computational process that flows through it. A multi-user information system on the Internet or located on several working computers can be used as an information system.

Keywords: information system, computing process, verification system, component, program code

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА КАК СТРАТЕГИЯ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

В.И. Прудникова, С.Л. Ложкина

*АНОВО Московский международный университет
г. Москва, Россия*

В статье определяется актуальность концепции устойчивого развития как ключевого условия значительных положительных преобразований в экономической, экологической и социальной сферах и повышения качества жизни населения с учётом улучшения материального благосостояния и увеличения продолжительности жизненного цикла.

Ключевые слова: экология, экосистема, концепция устойчивого развития, хозяйственная деятельность, благосостояние.

Устойчивое развитие трактуется как гармоничное развитие, сбалансированное развитие. Устойчивое развитие – концепция, которая появилась в 1970-1980 гг. как результат принятия мировым сообществом проблем развития общества и технологий, ограниченного количества природных ресурсов и напряжённости экологической обстановки.

Самая ранняя литература, касающаяся концепции устойчивого развития, восходит к 1700-м годам, когда эта концепция означала обеспечение устойчивости лесного хозяйства, реализуемое путём вырубki исключительно повторно выращенной древесины с целью поддержания плодородия почв. В общеэкологическом масштабе данная концепция возникла в 1980-х годах прошлого века.

Согласно докладу комиссии ООН от 1987 г., особенности концепции заключались в том, что деятельность и удовлетворение потребностей современного общества не должны оказывать отрицательного влияния на условия существования следующих поколений. Одним из наиболее важных мероприятий стала конференция Организации Объединённых Наций по вопросам окружающей среды и развития под названием «Саммит Земли», состоявшаяся в Рио-де-Жанейро в 1992 году. После этой конференции устойчивое развитие получило гораздо более широкий резонанс в большинстве стран мира и было значительно развито благодаря комплексу соглашений, национальных законодательств и научных исследований.

Принципы, выработанные на саммите «Планета Земля» 1992 года:

1. Международное сотрудничество в целях ускорения устойчивого развития в развивающихся странах и соответствующая внутренняя политика.
2. Борьба с нищетой.

3. Изменение моделей потребления.
4. Демографическая устойчивость.
5. Охрана и улучшение состояния здоровья человека.
6. Содействие устойчивому развитию населённых пунктов.
7. Интеграция развития окружающей среды в процесс принятия решений.
8. Защита атмосферы.
9. Комплексный подход к планированию и управлению земельными ресурсами.
10. Борьба с обезлесением.
11. Борьба с опустыниванием и засухой.
12. Устойчивое развитие горных районов.
13. Содействие устойчивому развитию сельского хозяйства и сельских районов.
14. Сохранение биологического разнообразия
15. Экологически обоснованное регулирование биотехнологий.
16. Охрана Мирового океана, всех видов морей, включая замкнутые и полузамкнутые моря, и прибрежных районов и охрана, рациональное использование и освоение их живых ресурсов.
17. Охрана снабжения пресноводными ресурсами: применение комплексных подходов к освоению, управлению и использованию водных ресурсов.
18. Экологически обоснованное регулирование токсичных химических веществ, включая предотвращение незаконного международного оборота токсичных и опасных продуктов.
19. Экологически обоснованное регулирование опасных отходов в опасных отходах.
20. Экологически обоснованное регулирование твердых отходов и вопросы, связанные со сточными водами.
21. Безопасное и экологически обоснованное обращение с радиоактивными отходами.

В наши дни устойчивое развитие – экономический рост, не истощающий окружающую среду и способствующий решению социальных проблем, находящий баланс между экономическим, экологическим и социальным развитием. Невозможно достичь значительного уровня устойчивости в одной из сфер, не достигнув хотя бы базового уровня во всех трёх из них одновременно. С экологической точки зрения развитие является устойчивым, если запасы природного капитала не уменьшаются с течением времени или если ресурсы управляются таким образом, чтобы поддерживать устойчивый выход экосистемных услуг. Экономическое определение определяет устойчивость с точки зрения способности экономики поддерживать материальное производство или потребление бесконечно. Поскольку это невозможно без

постоянного использования экологических ресурсов, экономический аспект подразумевает наличие экологической устойчивости.

Подготовленная ООН в 2015 году повестка включает в себя цели в области устойчивого развития до 2030 года и подчёркивает главные проблемы, решению которых должна уделить внимание каждая страна в целом и отдельные её субъекты в частности. *Государства принимают тот факт, что меры улучшения благосостояния должны приниматься вкупе с усилиями по увеличению экономического роста и решением вопросов, связанных с образованием, здравоохранением, соцзащитой и трудоустройством, а также предотвращением климатических изменений.*

Главными векторами, определяющими возникновение УР считают: организацию юридической базы, создание комплекса мер поощрения хозяйственной активности, формирование пределов причастности к последствиям для экологии, осознание биосферы как главной ценности, спасение и защиту которой можно назвать неотъемлемым критерием функционирования социоэкономической среды, а не как источника природных материалов

Переход к устойчивому развитию (УР) требует скоординированных действий во всех сферах общества, адекватной переориентации социальных институтов. Должна воплотиться в жизнь совокупность норм, целью которых является поддержание физического благополучия народа, устранение проблемы убыли населения или же, напротив, перенаселения территорий, противодействие криминальным деяниям, преодоление нищеты, трансформирование паттернов потребления, а также наибольшее возможное сокращение различий в материальном достатке людей различных социальных групп.

Одним из требований трансформации является гарантированность всенародных прав и свобод, следовательно, предполагается формирование системы, включающей в свой состав государство с верховенством закона, рыночной экономикой и достаточно свободным социумом. Правительственное администрирование курсом перемещения к УР подразумевает формирование: комплекса актов, включающих в себя ожидания; долгосрочного плана действий; системы сдерживания, примером действия которой является осуществление хозяйственных мероприятий преимущественно на уже освоенных территориях и отказ от реализации проектов, экологические последствия которых плохо изучены. Переход к устойчивому развитию страны в целом возможен только в том случае, если будет обеспечено устойчивое развитие всех её субъектов, что подразумевает создание эффективной пространственной структуры экономики при соблюдении баланса интересов.

Переход к устойчивому развитию сопровождается созданием условий, обеспечивающих возможность сбалансированного функционирования симбиоза «природа, хозяйство, население». Принятая стратегия должна предусматривать последствия действий в социальной, экономической и

природоохранной сферах, принимать во внимание тщательный анализ затрат, прибыли и угроз [3]. Производственная деятельность не может быть оправдана, если выгода от неё ниже наносимого ущерба, который должен находиться на наиболее низком уровне с учётом экономических и социальных факторов. С целью надзора за ходом трансформации и изучения результативности применяемых подходов надлежит ввести стандарты и лимиты с обеспечением наблюдения за их реализацией. Целевые показатели воплощаются в уровне комфортности существования, хозяйственного прогресса и экологической безопасности.

Существенные индикаторы качества жизни: длительность жизненного цикла человека (прогнозируемая и реальная), самочувствие населения, степень образованности и развития просветительских навыков, валовый доход на душу населения, уровень занятости, степень реализации прав человека, несоответствие текущего статуса окружающих условий допустимым пределам. Масштаб природоёмкости промышленной деятельности выявляют индикаторы степени использования природных ресурсов и процент загубленности экосистем в результате промышленной деятельности на один элемент итоговой продукции [4].

Внедрение и реализация целей устойчивого развития во многом зависят от непосредственного участия в них бизнеса. С середины 1990-х годов концепция УР и экологическая эффективность стали главенствующими принципами корпоративных стратегий. Имеют место следующие направления вовлечения бизнеса в концепцию: иностранные инвестиции, инвестиции социальной направленности, комбинированное финансирование, официальная поддержка в интересах УР. Компании, которые станут применять в своей работе принципы УР, смогут лучше управлять рисками, прогнозировать рынок, выстраивать связи с партнёрами и обеспечивать себе конкурентные преимущества, увеличивая инвестиционную привлекательность.

Особенности ведения экономической деятельности в соответствии с концепцией устойчивого развития: защита и восстановления экологии, минимизация производственных отходов, переход к биоразлагаемым составляющим и рациональному использованию водных ресурсов.

Рекомендуется внедрение принципов инклюзивности на всех уровнях управления, политик и процессов, основанных на принципах справедливости, учитывающих индивидуальные особенности людей и обеспечивающих культурное многообразие.

Важна успешная подготовка к трудоустройству, возможности для расширения профессиональных навыков, а также создание кадрового резерва сотрудников на позиции управленческого уровня. В качестве целевых и лимитирующих показателей УР в экономике могут устанавливаться уровни удельного (на душу населения и единицу ВВП) потребления ресурсов. Необходима оценка состояния окружающей среды, экосистем и территорий,

качества атмосферы, вод, лесов с учётом степени сохранности, количества биологических видов, находящихся под угрозой.

Ещё один социальный аспект стратегии корпоративной устойчивости – обеспечение отсутствия рисков для здоровья, безопасность при работе внутри организации, отсутствие негативного влияния на физическое здоровье сотрудников, функционирование программ для сотрудников, направленных на предотвращение нежелательных последствий и поддержание хорошего самочувствия.

XX в. обратил внимание общества на внедрение принципов УР в сферу градостроительства и планирования территорий, подразумевающее обеспечение при градостроительной деятельности безопасности и благосостояния человека, ограничение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду. Этажность объектов в заселяемых кварталах должна быть гуманной (не превышать 5 этажей), а корпоративные и коммерческие пространства, общественные заведения и органы сферы управления обладать хорошей транспортной и пешей доступностью. В сумме составляющих и строительство на основе секций: разграничение бизнес-кварталов с их многоэтажными небоскрёбами и озеленённых массивов, созданных непосредственно для проживания, с учётом сочетания внешнего вида, дизайна строений с отличительными чертами локальной территории.

Необходимо рассчитывать функциональное назначение каждого квартала с учётом демографических перспектив, региональной экономической специфики и реальных условий экономики в целом, а при планировании агломераций принимать в расчёт целесообразность эксплуатации местных резервуаров возобновляемого топлива в конкретном микрорайоне и собственных методик, не требующих большого количества энергии, в тесной связи с потенциалом энергетической отрасли на региональном уровне.

Переход к устойчивому развитию обеспечивает сбалансированное решение проблем социально-экономического развития, сохранение благоприятной окружающей среды и природно-ресурсного потенциала, удовлетворение потребностей настоящего и будущих поколений людей.

Развитие хозяйственной деятельности в ключе бережного отношения к экологии в пределах структурной и учрежденческой реорганизации содействует образованию структуры хозяйствования с кардинально новыми способами администрирования. Экономическая деятельность сможет вступить в границы вместимости экосистем путём обширной интеграции методик и техник на основе рационального использования ресурсов, реформирования модели экономики, персонального и коллективного потребления.

Для перехода к устойчивому развитию обществу необходимо найти баланс между спросом и предложением, так как слишком часто спрос создаётся компаниями форсированно (как правило, с помощью активных рекламных кампаний) для значительных продаж своей продукции. Одним из очевидных

примеров является швейная промышленность, которая поспособствовала развитию концепции моды, чтобы производить одежду, которая неминуемо станет «немодной» спустя некоторое время после выхода коллекции. Такой подход, несомненно, обогащает производителей, дистрибьюторов и розничных продавцов, но также приводит к преждевременной растрате природных ресурсов, из которых изготавливаются многие ткани. Даже более возобновляемые волокна, такие как шерсть или хлопок, не должны растрачиваться на одежду, срок службы которой составляет не более нескольких недель.

Сфера электронных устройств также подлежит переоценке. Некоторые изделия изготавливаются таким образом, что отремонтировать их либо невозможно, либо неэкономично. Если бы можно было заменить отдельные компоненты вместо утилизации устройства, это привело бы к огромной экономии с точки зрения использования материалов.

Переход к устойчивому развитию мирового сообщества может быть осуществлён только в условиях действенного интернационального сотрудничества. Это длительный процесс, требующий решения масштабных социальных, экономических и экологических задач. По мере продвижения к устойчивому развитию представление о нём будет меняться и обретать большую точность, потребности людей — приходить в соответствие с экологическими ограничениями, а средства удовлетворения потребностей — становиться прогрессивнее. Результатом стремления человечества к устойчивому развитию станет формирование предсказанной В. И. Вернадским сферы разума (ноосферы): индикатором национального и индивидуального богатства станут духовные ценности и знания человека, живущего в гармонии со средой, его окружающей.

Список использованных источников

1. William J. Rankin. Treatise on Process Metallurgy: Industrial Processes / Chapter 4.1 . Sustainability. – 2014. -С. 1376-1424.
2. Sam Mannan. Lees' Loss Prevention in the Process Industries / Chapter 40 . Sustainable Development. 2012. С. 2507-2521.
3. Ложкина, С.Л., Четвертакова Е.В. Использование принципа наилучших доступных технологий в рамках обеспечения эколого-экономической эффективности деятельности предприятия // Управленческий учет. – 2021.– 8-1. – С. 43-48.
4. Ложкина, С.Л., Гуревич Н.А.. Особенности учета и формирования резерва экологических обязательств с неопределенным сроком исполнения // Экономические и гуманитарные науки. – 2021. – 10 (357). – С. 12-23.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIETY AS A STRATEGY OF IMPROVEMENT OF QUALITY OF LIFE

V.I. Prudnikova, S.L. Lozhkina

*Moscow International University,
Moscow, Russia*

The article defines the relevance of the concept of sustainable development as a key condition for significant positive transformations in the economic, environmental and social spheres and improving the quality of life of the population, taking into account the improvement of material well-being and an increase in the duration of the life cycle.

Keywords: ecology, ecosystem, concept of sustainable development, economic activity, welfare

УДК 339.13

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

А.Е. Ремаренко

*Национальный исследовательский Томский государственный университет,
г. Томск, Россия*

В статье дается определение таким понятиям, как конкуренция и конкурентоспособность, определяются способы управления конкурентоспособности предприятий и проводится краткий анализ конкурентоспособности ресторана быстрого питания «Grizzly» в городе Новокузнецке. В результате исследования сформулированы рекомендации для повышения конкурентоспособности рассматриваемого предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, рынок, управление, пищевое предприятие

Конкуренция – главный фактор, определяющий успешность того или иного товара\предприятия. В свою очередь из данного определения вытекает следующее: конкурентоспособность, которое можно охарактеризовать как достижение конкурентных преимуществ. В широком смысле

конкурентоспособность – это позиция товара или услуги на рынке, обусловленная экономическими, социальными и порой политическими факторами. Сама по себе конкурентоспособность не является явлением, которое можно приписать тому или иному объекту, она не может проявляться без условий сравнения этого объекта с другим.

Сегодня, ввиду обширного распространения различных товаров и услуг важно не только определиться с конкретным положением на рынке, но и постоянно работать над повышением конкурентных преимуществ, посредством формирования уникального предложения для клиента.

Кроме того, определение конкурентных преимуществ и возможностей, недостатков и угроз является весьма важным шагом для улучшения экономической составляющей и положения среди своей или смежной ниш.

Что касается самого процесса управления конкурентоспособности, он предполагает конкретную систему действий по улучшению различных показателей, с упором на финансовую составляющую. Сама по себе система действий также может различаться и изменяться в зависимости от сферы деятельности предприятия и специализации.

К наиболее общим способам управления конкурентоспособности пищевого предприятия можно приписать:

1. Улучшение качественных свойств товара или услуги
2. Применение инноваций и новых технологий
3. Стимулирование рекламной деятельности
4. Формирование уникального предложения для клиента
5. Использование новых методов привлечения клиентов
6. Улучшение имиджа и повышение авторитетности на рынке + создание фирменного стиля
7. Создание экологически чистых технологий в процессе снижения себестоимости товара, или же использование экологически чистого сырья.

Итак, проведем краткий анализ конкурентоспособности ресторана быстрого питания «Grizzly», осуществляющего свою деятельность в городе Новокузнецке, Кемеровской области.

Для начала стоит сказать, что данное кафе общественного питания имеет весьма выгодное территориальное расположение, а именно: городской парк, имеющий свой горнолыжный комплекс. В добавок к этому вблизи отсутствуют какие-либо кафе и рестораны, т.е. территориально потенциальных конкурентов не отмечается. Что в данном случае является одним из наиболее сильных преимуществ.

Также в результате исследования были выделены следующие положительные стороны данной точки общепита:

– использование продуктов высокого качества. Преимущественно в меню перечислены блюда, относящиеся к категории стрит/фаст-фуда, однако кафе позиционируется как «полезный стрит-фуд»;

– адекватное соотношение цены и качества

– ведение социальных сетей на постоянной основе, постоянный диалог с клиентом;

– положительный имидж и позиционирования себя в качестве «друзей»

– частые розыгрыши сертификатов на бесплатный прием пищи на конкретную сумму, также устраивают дни скидок и различные акции;

– сдача в аренду беседок;

– прием заказов по телефону и сотрудничество с Яндекс доставкой.

К недостаткам, выявленным при проведении исследования можно отнести:

– отсутствие обновлений в меню и отсутствие ориентированности на узкие группы потребителей;

– маленькое помещение и низкое количество посадочных мест;

– недостаточно хорошо проработанный бренд;

– короткий период пребывания на рынке (2 года);

– территориальное расположение лишь в одной точке города, в районе, отдаленном от центра города;

Подводя итоги, стоит сказать, что ресторан быстрого питания «Grizzly» имеет относительно высокую позицию среди кафе и ресторанов конкретно Заводского района города Новокузнецк. Что касается конкурентоспособности в городе в целом, стоит сказать, что данный общепит явно будет уступать другим заведениям, расположенным в центральном районе города.

Также для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности кафе был проведен анализ, в результате которого были выявлены возможности и угрозы.

В качестве основных возможностей выступают: расширение своей сети ресторанов, увеличение объема продаж и увеличение прибыли. В качестве угрозы можно рассматривать возможность уйти в убыток и снижение спроса.

Таким образом, в ходе анализа деятельности исследуемого ресторана, можно сделать вывод, что он имеет возможности повышения данного уровня конкурентоспособности путем расширения и рекламирования.

Что касается конкретных рекомендаций, можно выделить следующие пункты:

– открытие дополнительных точек общепита с наибольшим количеством посадочных мест

– введение новых блюд, добавление альтернативы мясным продуктам

– проработка логотипа, рекламных баннеров, углубленная работа с брендом

В дополнение к вышесказанному, можно сделать вывод, что кафе быстрого питания «Grizzly» появилось на рынке общепита относительно недавно, однако уже имеет хорошую основу для дальнейшего продвижения и расширения. Положительный имидж будет благотворно сказываться на открытие новых точек. Продолжение работы над брендом будет способствовать узнаваемости и привлечению новых клиентов.

Не стоит забывать, что изучение потребителей, конкурентов, условий конкуренции также позволяет предприятию питания определить его преимущества и недостатки перед конкурентами, выработать успешные конкурентные стратегии и поддержать конкурентные преимущества. Предприятие должно знать, в какой степени оно конкурентоспособно по отношению к другим субъектам данного рынка, так как высокая степень конкурентоспособности является гарантом получения высоких экономических показателей в рыночных условиях.

Таким образом можно сделать вывод, что конкурентоспособность – есть одна из основных составляющих предпринимательской деятельности, так как уровень конкурентоспособности во многом говорит об экономическом положении того или иного субъекта на рынке.

Список использованных источников

1. Мазилкина, Е.И., Паничкина Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью. Саратов, 2005. – С. 23-24.
2. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – Москва: Вильямс, 2000. – 608 с.
3. Гейзер, Г.К., Музафарова В.А. Объективная необходимость повышения конкурентоспособности предприятия, 2007.

MANAGING THE COMPETITIVENESS OF A CATERING COMPANY

A.E. Remarenko

*National Research Tomsk State University,
Tomsk, Russia*

The article defines such concepts as competition and competitiveness, defines ways to manage the competitiveness of enterprises and provides a brief analysis of the competitiveness of the fast food restaurant «Grizzly» in the city of Novokuznetsk. In the result of the study, recommendations for improving the competitiveness of the enterprise were formulated.

Keywords: competition, competitiveness of the enterprise, market, management, food enterprise

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ЗМТ-Групп»

А.Г. Рогаленков, Д.М. Шакирова

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассматривается система управления персоналом на ООО «ЗМТ-Групп», формирование дерева целей для дальнейшего построения организационной структуры, функции и задачи предприятия, а также выработка и принятие решения для реализации управленческих действий.

Ключевые слова: управление, система управления персоналом

ООО «ЗМТ-Групп» является крупной компанией в России и СНГ. Все изделия проверяются на механические свойства, они прочные, надежные и соответствуют всем требованиям системы менеджмента качества. Изделия проходят механические испытания на соответствие требованиям международных и национальных стандартов по перевозке опасных грузов. Полиэтиленовые бочки с крышкой выпускаются объемом 48 литров при испытании выдерживают падение с высоты более 2,5 метров и не разгерметизируются. Металлические бочки, изготавливаемые предприятием предназначены для хранения и транспортировки жидкостей, твердых и сыпучих продуктов объемом 200 и 220 литров сохраняют герметичность, жидкость остается внутри длительный период времени в зависимости от ее назначения. Металлическая бочка с крышкой соответствует всем требованиям международных стандартов, данные изделия используются для транспортировки и хранения твердых опасных грузов.

Цех механической обработки со штатом 200 сотрудников изготавливает изделия для авиационной, железнодорожной, автомобильной промышленности в соответствии с ISO 9001, ISO/TS16949.

Управление персоналом – это деятельность организации, связанная с наймом сотрудников, их обучением, мотивацией и развитием.

Руководители предприятия, ответственны за выработку действий кадрового персонала и индивидуальных особенностей управления работниками производственного участка, цеха и завода в целом. В ходе руководства на предприятии должна быть выработана четкая система управления персоналом, грамотно спланирована и организована работа работников на рабочих местах, проведены маркетинговые исследования в области персонала, а также определены возможности каждого работника и потребность его в организации [2].

Система управления персоналом представляет совокупность структурных подразделений, служб управления персоналом и его кадрового состава.

На первом этапе необходимо сформировать дерева целей, построить организационную структуру управления персоналом по иерархии, как по вертикали, так и по горизонтали. При рассмотрении функций и задач предприятия, выработать и принять решения для реализации управленческих действий. При построении дерева целей происходит декомпозиция – разложение цели на уровни, то есть конкретизация и обобщение. Генеральная цель C_0 – Развитие кадрового потенциала на ООО «ЗМТ-Групп» для решения поставленных задач.

Подцели 1 уровня: C_1 – формирование качественного и количественного состава работников производственного процесса; C_2 – эффективное и рациональное использование кадров организации.

Подцели 2 уровня: C_{11} – планирование потребности в кадрах; C_{12} – повышение квалификации, подготовка и переподготовка; C_{21} – расстановка кадров по рабочим местам; C_{22} – работа по закреплению кадров.

Генеральная система C_0 – служба управления персоналом.

Системы 1 уровня: C_1 – подготовка и обучение кадров, учебные заведения; C_2 – расстановка и движение персонала; C_3 – использование кадров.

При проведенном анализе было получено, что наибольшее влияние на генеральную цель оказывает подсистема C_1 , вес которой составляет 0,44 %. Для этого необходимо воздействовать на данную подсистему и для организации кооперироваться с учебными заведениями для подготовки специалистов различной квалификации. Также, если по условиям управления использовать все подцели, то следует воздействовать через подсистему C_3 – использование человеческого ресурса, так как она многоканальная. Подсистема C_2 по данному анализу малоэффективна, но стимулирует работников предприятия на повышение своего образовательного уровня для дальнейшего продвижение.

В результате SWOT- анализа организации «ЗМТ-Групп» были выявлены: сильная сторона – большое количество партнеров по стране; слабая сторона – неэффективность собственных маркетинговых усилий и большая текучесть кадров; возможности – новые сегменты рынка в разных регионах; угрозы – более высокое развитие новейших технологий у конкурентов [1].

Согласно результатам оценки корпоративного профиля в ООО «ЗМТ-Групп» преобладают сильные стороны (положительная оценка конкурентоспособности $O_k = 7$), что позволяет говорить о позитивной динамике развития предприятия в данный момент и прогнозировать возможность устойчивого развития в будущем, которая будет отражена в стратегии развития организации. Слабые стороны оценки конкурентоспособности $O_k = 1$; возможности $O_k = 3$; угрозы $O_k = 1,8$.

На «ЗМТ – Групп» система управления персоналом – это разработанные руководством организации определенной направленности действия, необходимые для достижения долгосрочных целей по созданию

ответственного, высокопрофессионального коллектива, учитывая задачи и ресурсные возможности организации, в первую очередь трудовая мотивация и повышение квалификации. Для реализации цели необходимо составить систему управления персоналом, где основным составляющим является: использование современных методов планирования потребности в персонале, применяя новые требования к работникам и рабочим местам; создание условий труда на рабочем месте, техника безопасности персонала; рассматривать на основе систематического анализа и производственных работ, выполняемых на рабочих местах новые профессионально-квалификационные требования к персоналу; а также разработать систему повышения квалификации персонала, используя новые формы и методы обучения, как на рабочем месте так и в учебных заведениях, спланировать профессиональное продвижения, сформировать кадровой резерв с целью опережения планирования потребности в них на перспективу; разработать мероприятия по улучшению системы управления персоналом, отдельных подсистем и элементов касающихся процесса управления предприятия.



Рисунок 1 – Диаграмма Исикавы

Проведение причинно-следственной диаграммы Исикавы позволяют анализировать производственный процесс изготовления продукции предприятия, выявить значимые факторы влияющие на качество подготовки персонала.

Выявленные весомые факторы при построении диаграммы Исикавы и проведения дальнейшего анализа факторов производства построена диаграмма Парето, которая говорит о необходимости внедрение повышение квалификации персонала как формирование системы управления персоналом ООО «ЗМТ-Групп».

Список использованных источников

1. Богомолова, Е.В. Концептуальный подход к применению методики SWOT-анализа в организациях торговли для оценки эффективности

функционирования организации / Е.В. Богомолова // Аудит и финансовый анализ. – 2007. – № 2. – С. 88-90.

2. Громов, Н.Н. Менеджмент на транспорте: учеб. пособи для студ. высш. учеб. заведений / Н.Н. Громов, В.А. Персианов, Н.С. Усков и др.; Под общ. ред. Н.Н. Громов, В.А. Персианов. – Москва: Издательский центр «Академия», 2003. – 528 с.

FORMATION OF AN EFFECTIVE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM IN THE ORGANIZATION OF LLC «ZMT-Group»

A.G. Rogalenkov, D.M. Shakirova

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

This article discusses the personnel management system at LLC «ZMT-Group», the formation of a tree of goals for further building the organizational structure, functions and tasks of the enterprise, as well as the development and decision-making for the implementation of management actions.

Keywords: management, personnel management system

УДК 332.1

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ ОТ СОЦИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ

Л.А. Самченко, А.В. Чернявская

*Северо-Кавказский федеральный университет,
г. Ставрополь, Россия*

В настоящее время статистический анализ играет очень важную роль. В частности, важную роль играет анализ дифференциации доходов населения от социальных пособий. В данной статье рассматривается анализ данного показателя в Ставропольском крае.

Ключевые слова: дифференциация доходов, социальные выплаты, пандемия коронавируса, статистический анализ, доходы населения

С помощью статистического анализа государство выявляет многие проблемы в обществе и находит их решения. Одними из важнейших статистических показателей являются показатели дифференциации доходов

населения. [3] Статистический анализ данного вопроса крайне важен, так как общий уровень доходов населения показывает общий уровень благосостояния, количество бедных и богатых в стране или регионе, уровень жизни конкретных социально-демографических групп населения и домохозяйств и другое. Важной статьёй доходов населения являются социальные выплаты: пособия, стипендии, пенсии, единовременные выплаты и другие. В Ставропольском крае 75 % от общего бюджета идёт на социальный аспект [4]. В Ставропольском крае за последние 5 лет динамика данного показателя нестабильна. Проведём комплексный статистический анализ денежных доходов от социальных выплат в Ставропольском крае за последние 5 лет, на основании расчета показателей динамики [1]. Полученные результаты представим в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Динамика доходов населения от социальных выплат в Ставропольском крае с 2016 по 2020 года

Год	Денеж. доходы от соц. выплат, млн.руб.	Абсолютный прирост, млн.руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %		Абсолютное значение 1 % прироста, млн. руб.
		Цепная	Базисная	Цепная	Базисная	Цепная	Базисная	
2016	158213,2	-	-	-	-	-	-	-
2017	166482,7	8269,5	8269,5	105,23	105,23	5,23	5,23	1582,132
2018	174937,0	8454,3	16723,8	105,08	110,57	5,08	10,57	1664,827
2019	179300,3	4363,3	21086,8	102,49	113,33	2,49	13,33	1749,37
2020	203385,2	24084,9	45172	113,43	128,55	13,43	28,55	1793,003

Итак, можно заметить, что наибольший скачок в приросте денежных доходов от социальных выплат в период с 2016 по 2020 года был в 2020 году и составлял 24084,9 млн. руб. по сравнению с 2019 годом и 45172 млн. руб. по сравнению с 2016 годом. В то время как в процентном соотношении данные изменения составляют: по сравнению с 2019 годом – 13,43 %; а по сравнению с 2016 – 28,55 %. В целом денежные доходы от социальных выплат с 2016 по 2020 года в Ставропольском крае постоянно росли. Средняя сумма доходов от социальных выплат в Ставропольском крае в период с 2016 по 2020 год составляла 176463,68 млн. руб., при этом ежегодное увеличение составляло 11293 млн. руб. или 6,48 %.

На основании аналитических данных за последние пять лет выявим основную тенденцию в изменении анализируемого показателя и спрогнозируем его уровень на перспективу методом аналитического выравнивания и представим полученные данные в таблице 2.

Таблица 2 – Параметры системы нормальных уравнений

Год	Денежные доходы от соц. выплат, млн.руб. (y_i)	t	t ²	t*y	y_t
2016	158213,2	-2	4	-316426,4	155831,36
2017	166482,7	-1	1	-166482,7	166147,52
2018	174937,0	0	0	0	176463,68
2019	179300,3	1	1	179300,3	186779,84
2020	203385,2	2	4	406770,4	197096
Итого:	882318,4	0	10	103161,6	882318,4

Используя данные из таблицы 2, находим параметры a_0 и a_1 :

$$a_0 = \frac{\sum y}{n}$$

$$a_0 = \frac{882318,4}{5} = 176463,68 \text{ (млн. руб.)}$$

$$a_1 = \frac{\sum ty}{\sum t^2}$$

$$a_1 = \frac{103161,6}{10} = 10316,16 \text{ (млн. руб.)}$$

Искомая модель уравнения будет иметь вид: $y_t = 176463,68 + 10316,16 \times t$.

По исходным данным и на основе исчисленного уравнения $y_t = 176463,68 + 10316,16 \times t$ определим ожидаемые средние доходы от социальных выплат в 2021, 2022 и 2023 годах:

$$y_{t2021} = 176463,68 + 10316,16 \times 3 = 207412,16 \text{ (млн. руб.)}$$

$$y_{t2022} = 176463,68 + 10316,16 \times 4 = 217728,32 \text{ (млн. руб.)}$$

$$y_{t2023} = 176463,68 + 10316,16 \times 5 = 228044,48 \text{ (млн. руб.)}$$

Проиллюстрируем результаты расчетов графически – рисунок 1.



Рисунок 1 – Эмпирические (исходные) и теоретические (выровненные) значения денежных доходов от социальных выплат

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что доходы от социальных выплат за период с 2016 по 2020 года в Ставропольском крае имели тенденцию постоянного роста. Однако, как было сказано раньше, в 2020 году был наибольший скачок денежных доходов от социальных выплат. Это связано в основном с пандемией коронавирусной инфекции, так как в этот нелёгкий период государство и Правительство Ставропольского края всеми силами пытались поддержать население, в том числе и через различные пособия и социальные выплаты. В период коронавирусной инфекции COVID-19 министерство Ставропольского края продолжало работать в штатном режиме и осуществлять деятельность по обеспечению установленных социальных обязательств. В Ставропольском крае мерами социальной поддержки, предусмотренными федеральным и краевым законодательством, пользуются около 1,1 млн. человек. В общей сложности жителям края предоставляются 89 мер социальной поддержки, из них 40 – за счет средств краевого бюджета. Этими мерами являются меры социальной поддержки семьям с детьми, государственная социальная помощь, субсидии и компенсации по оплате жилья и коммунальных услуг, гражданам за особые заслуги перед государством. Например, 2 мая 2020 года Правительством Ставропольского края были введены единовременные социальные пособия медицинским работникам и иным категориям работников в случае заражения их коронавирусной инфекцией COVID-19 при исполнении ими своих трудовых обязанностей. Также с 1 января 2020 года размер денежной компенсации многодетным семьям с учётом индексации увеличился в 1,97 раз. Во втором квартале 2020 года Правительством Ставропольского края было принято решение по увеличению величины прожиточного минимума: на душу населения составляет 10081 рубль. В то время как в первом квартале этот показатель был следующими: на душу населения - 9414 рублей.

В 2020 году государственную социальную помощь на основании социального контракта получили 279 семей, которые находятся в трудной жизненной ситуации, на общую сумму 20 млн. рублей.

По сравнению с 2020 годом в 2021 году изменилась структура произведенных расходов: если в 2020 году наибольшая доля средств направлялась на поддержку экономики, бизнеса, малого и среднего предпринимательства, то в 2021 году большая часть средств была использована на социальную поддержку отдельных категорий граждан, работников государственных организаций здравоохранения и социальной защиты населения и на различные мероприятия в области, связанные с предоставлением медицинских услуг.

В 2021 году в сумме 75,6 млн. рублей предоставлены субсидии организациям, осуществляющим регулярные транспортные перевозки, с целью возмещения недополученных доходов при осуществлении ими перевозок в связи с введением ограничительных мер, вызванных распространением коронавирусной инфекции и осуществлено возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным организациями коммунального комплекса.

В 2021 году средства, выделенные на социальную поддержку отдельных категорий граждан, работников государственных организаций здравоохранения

и социальной защиты населения, в сумме 2 872,5 млн. рублей направлены на дополнительные выплаты медработникам, заработной платы, отпускных и питания работникам социальных учреждений, предоставление грантов в форме субсидий федеральным государственным учреждениям, осуществляющим деятельность в санаторно-курортной сфере на территории Ставропольского края.

В целях предоставления информации населению о действующих мерах социальной поддержки семей с детьми на официальных сайтах министерства, администраций муниципальных образований края и органов труда и социальной защиты населения, в печатных изданиях, в социальных сетях ежедневно размещаются материалы о мерах социальной поддержки семей с детьми, проживающих в Ставропольском крае [4].

Итак, в 2020-2021 гг. было проведено множество мер Правительства Ставропольского края по повышению доходов населения от социальных выплат. Это говорит о том, что ежегодно Правительство Ставропольского края проводит весьма эффективную социальную политику, о чём в свою очередь уже говорят годовые отчёты.

Список использованных источников

1. Дудин, М.Н., Лясников Н.В., Лезина М.Л. Социально-экономическая статистика. Учебник и практикум. – Москва: Юрайт, 2019. – 234 с.

2. Низамутдинов, М.М. Инструментарий прогнозирования изменения параметров регионального развития на основе адаптивно-имитационного подхода // Information Technologies for Intelligent DecisionMaking Support ITIDS'2015 Proceedings of the 3rd International Conference. General Chair Woman: Yusupova Nafisa. – 2018. – С. 211-215.

3. Чернявская, А.В. Использование статистических коэффициентов в риск-менеджменте / А.В. Чернявская // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2014. – № 1(138). – С. 299-305.

4. <http://www.stavstat.gks.ru> – Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу (Северо-Кавказстат).

STATISTICAL ANALYSIS OF INDICATORS OF DIFFERENTIATION OF INCOME OF THE POPULATION FROM SOCIAL BENEFITS

L.A. Samchenko, A.V. Chernyavskaya

*North Caucasus Federal University,
Stavropol, Russia*

Currently, statistical analysis plays a very important role. In particular, the analysis of differentiation of income of the population from social benefits plays an

important role. This article discusses the analysis of this indicator in the Stavropol Territory.

Keywords: income differentiation, social benefits, coronavirus pandemic, statistical analysis, income of the population

УДК 327

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

С.Г. Сафонова

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматривается актуальная проблема банковского маркетинга, являющегося важной сферой экономических отношений и элементом системы управления банком. Представлены различные банковские стратегии и маркетинговые инструменты. Исследованы цели, задачи банковского маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, банковский маркетинг, банк, системы управления банком

В современных условиях развития экономики маркетинговые технологии представляют собой рыночную стратегию по созданию, продвижению и сбыту банковских продуктов (услуг). Целью маркетинговых приемов является реализация потребностей клиентов доходным для банка образом. Основу маркетинговой деятельности банка составляет анализ его рыночных возможностей, который предполагает проведение маркетинговых исследований с целью определения места на финансовом рынке [2].

На современном этапе конкурентной борьбы в банковском секторе важное значение приобрели маркетинговые технологии взаимодействия с клиентами. Основная проблема применения маркетинговых технологий заключается в том, что представленные теоретические разработки намного отличаются от реальной действительности. Несмотря на то, что моделей маркетинга выделяется много, но практически применимых явно недостаточно. Одна из проблем заключается в оптимизации продукта, так как определенную сложность составляет выбор методик её разработки.

Как известно, банковская деятельность является технологически сложной. Банки, внедряющие новые услуги и формы взаимодействия с клиентами могут иметь преимущества в конкурентной борьбе на рынке финансовых услуг. В последние года ведущими российскими банками были

заявлены следующие преимущественные стратегии развития: персональный менеджмент (keyaccount management); cross – sales, или перекрестные продажи; финансовый бутик, или private – banking; финансовый супермаркет, или розничные продажи типовых услуг; отраслевая специализация.

Осуществление любой стратегии продаж подразумевает не только создание нового подразделения в составе клиентской службы, но и перестройку большинства внутренних процессов банка, а также частичную смену персонала, не имеющего опыта работы в условиях новой модели бизнеса. Не трудно понять, в какое затруднительное положение ставят себя банки, выбирающие в один момент несколько стратегий или в течение короткого времени хаотично меняющие несколько тактик [1].

Целями маркетинга могут быть: максимально высокое потребление, достижение максимальной потребительской удовлетворенности, предоставление максимально широкого выбора, рост дохода банка, увеличение доли рынка, создание и улучшение имиджа, известности банка и услуг [2].

Сомнения банков при выборе стратегии просто объяснить. Для этого достаточно проследить пройденные этапы эволюции банка. В самом начале топ – менеджеры создают банк, обслуживающий ограниченный круг завлеченных ими самими больших покупателей. На данной стадии банк ещё неосознанно развивает стратегию индивидуального менеджмента. Для первичной группы клиентов банк реализует необходимый набор услуг. По мере роста возможностей банка и в целях их поддержки, реализуется стратегия персонального менеджмента. Банк привлекает новых keyaccountmanagement, а те новых крупных клиентов.

По мере роста количества привлеченных клиентов повышаются вырастают запросы к линейке услуг банка. Менеджеры услуг могут привлекать клиентов, в том числе не большие бизнесы, но только каждый на свой вид услуг. В этот момент банк серьезно задумывается о стратегии продаж для согласования действий менеджеров услуг. Стратегия перекрестных продаж, когда каждое подразделение банка считается монопродуктовым банком, на агентских началах продающим предложения других подразделений, идет на встречу амбициям менеджеров, что может вызвать неэффективную и тупиковую ситуацию. Небольшие клиенты стремятся упростить отношения с банковским сообществом и пользоваться услугами лишь одного банка. На фоне этого разнообразная клиентская политика при перекрестных продажах ведёт к потере покупателей. Банк стремится ограничить самостоятельность менеджеров услуг, централизовав клиентскую политику. Он реализует стратегию финансового супермаркета, целью которого считается предложение покупателям всех присутствующих на рынке типовых банковских услуг, по тарифам и качеству не уступающим среднерыночным параметрам.

Маркетинговый инструментарий (маркетинг-микс) является важной составной частью банковского маркетинга. Наиболее крупными его элементами являются: 1. исследование рынка; 2. разработка и реализация на этой основе

рыночной (конкурентной) стратегии. Каждый из этих элементов реализуется совокупностью маркетинговых инструментов и представлен в таблице.

Таблица 1– Инструменты банковского маркетинга [3]

1. Исследование банковского рынка	2. Разработка и реализация банковской стратегии
– сбор информации осуществляется из различных источников: статистических данных, данных клиентов – предприятий и частных лиц, данных из средств массовой информации, деловых отчетов и рекламных материалов конкурентов;	– товарная политика заключается в определении и изменении ассортимента, качества и объема предлагаемых услуг;
– анализ рынка представляет собой выяснение рыночной ситуации и возможность сбыта на текущий момент;	– ценовая политика коммерческого банка предполагает установление цен на различные банковские продукты и их изменение в соответствии с изменением рыночной ситуации;
– наблюдение за рынком представляет собой систематическое отслеживание рыночной ситуации;	– сбытовая политика банка направлена на доведение товара до потенциального покупателя;
– прогнозирование рынка – это выявление конъюнктурных изменений, рыночных тенденций. Оно позволяет определить направление его развития, изменение ситуации на рынке и, по сути, подготавливает почву для формулирования банковской стратегии.	– коммуникационная политика – это система средств взаимодействия банка с потенциальными потребителями, направленная на их побуждение приобретать банковские услуги.

Не связанные между собой типовые банковские услуги могут обеспечить существование лишь нескольким десяткам крупнейших банков. Другие не могут выдержать конкурентных цен, и вынуждены идти дальше, решать финансовые проблемы клиентов. На этом этапе возникает стратегия финансового бутика, в случае если банк ориентируется на физических лиц, или же стратегия отраслевой специализации, если для банка приоритетной является корпоративная клиентура. В РФ есть банки, реализующие стратегию отраслевой специализации. Однако это не те банки, которые осознанно пришли к этой стратегии, а те банки, изначальная группа клиентов которых имела отраслевую общность.

Банки – лидеры были вынуждены поочередно применять перечисленные стратегии, потому что у них не было ориентиров. Менее логичным является

стремление остальных банков совершить те же самые ошибки, а не воспользоваться выработанным опытом. Удручающим выглядит то, что мало кто пытается воспользоваться наиболее современной стратегией отраслевой специализации. Небольшие банки сейчас делают крупную ошибку, реализуя стратегию финансового супермаркета, до которого доросли крупные банки. Эта стратегия на данный момент имеет самую большую PR- поддержку, что ведет к следованию ей. Небольшие банки не смогут выдержать темпов развития, которые навяжут банки-лидеры. Им снова придется перестраиваться, испытывая свой бизнес на прочность. Небольшой банк не имеет возможности заинтересовать клиента, если будет расплываться. Без глубокой специализации, какие бы усилия банк не прикладывал, они будут недостаточно эффективны. Такая возможность есть только у банков-лидеров.

Отраслевая специализация гарантирует банку не только унификацию финансовых потребностей клиентов, но и новый взгляд на рекламу. Появляется возможность строить рекламную компанию посредством «обволакивания» клиентов информацией о банке. В итоге у клиентов может возникнуть его восприятие как банка – фаворита, поскольку они будут о нем информацию чаще, чем об остальных банках.

Отраслевая специализация позволяет банку сосредоточиться на реальной (интересной клиентам) продуктовой рекламе вместо тиражирования типичных, маркетинговых модулей типа «кредиты, РКО, пластиковые карты и все остальное по самым низким ценам». Можно будет осмысленно заняться позиционированием банка как знатока проблем активного участника той или иной отрасли. Понимание отрасли дает возможность заняться реальным продвижением банка (отраслевые выставки, конференции и пр., которые проводятся три-четыре раза в год), а не думать над тем, где и как найти спонсорский проект, лежащий в сфере интересов банка.

Конкуренция между российскими банками постоянно растет и поощряется регулирующими органами. В этой связи, маркетинг в банковской деятельности и выбор эффективной стратегии можно рассматривать как инструмент повышения конкурентоспособности на финансовом рынке.

Разработка отраслевой стратегии банка – это комплекс мероприятий, который обеспечивает: выбор приоритетных для банка отраслей; исследование сложившейся в выбранной отрасли практики организации продаж; разработка финансовых инструментов, стимулирующих продажи компаний выбранной отрасли; формирование специального предложения (адаптация разработанных финансовых инструментов к услугам банка); оценка готовности банка поддерживать специальное предложение, разработка плана внутренних преобразований и укомплектование банка необходимыми для отраслевой экспансии ресурсами; создание презентационных материалов; формирование карты рынка для приоритетной отрасли; выявление отраслевых коммуникаций, планирование отраслевой рекламы; подбор клиентского менеджера, обладающего знанием отраслевой специфики опытом продаж и банковским

опытом; обучение сотрудников банка отраслевой специфике и сценариям продаж специального предложения.

Таким образом, в современных условиях перед российским банковским сектором возникает необходимость решения следующих задач: расширение набора банковских услуг (платежных, коммерческих, инвестиционных, в целях привлечения клиентов); внедрение высокотехнологичного современного оборудования; повышение профессионального уровня банковских менеджеров.

Список использованных источников

1. Банки и банковское дело / Под ред. Балабанова И.Т. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 256 с.
2. Мещеряков, А.А. Банковский маркетинг. – Москва: ИНФРА-М, 2007. – 350 с.
3. Севрук, В.Т. Банковский маркетинг. – Москва: Дело ЛТД, 2004. – 128 с.

FEATURES OF MARKETING IN THE BANKING SECTOR IN MODERN CONDITIONS

S.G. Safonova

*Don State Agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article deals with the actual problem of bank marketing, which is an important area of economic relations and an element of the bank's management system. Various banking strategies and marketing tools are presented. The goals and objectives of bank marketing are investigated.

Keywords: marketing, bank marketing, bank, bank management systems

УДК 339.138

КРОСС-МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ РЕКЛАМЫ

М.С. Сафьян, О.Н. Пушкарёв

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассмотрена такая методика продвижения бизнеса как кросс-маркетинг, который набирает свою популярность последние годы.

Затронуты такие темы как цель данной методики, ее стратегии, преимущества, большая часть которых подкреплена современными примерами.

Ключевые слова: маркетинг, кросс-маркетинг, продвижение, бизнес, реклама

Последние несколько лет для малого и среднего бизнеса являлись одними из самых тяжелых в связи с появлением COVID-19: самоизоляция, временные ограничения, закрытие предприятий на неопределенные сроки – все это негативно отразилось на жизнедеятельности организаций. В связи с такими сложностями реклама в данной ситуации являлась самым эффективным средством поддержания и продвижения бизнеса. Особо стал популярен такой вид как кросс-маркетинг.

Кросс-маркетинг – этот рекламный метод, который подразумевает сотрудничество между разными предприятиями для увеличения покупателей обеих сторон. Данный метод является эффективным для бизнеса способом для увеличения продаж посредством приобретения новой аудитории, которая ранее не пользовалась их услугами или продукцией. Предприятия, которые активно используют перекрестное продвижение, обычно, не взимают плату за рекламу, так как обе стороны получают взаимную выгоду в данном случае. Примером такого кросс-маркетинга может являться сотрудничество кофейни и кондитерской, которые предлагают скидки покупателям у партнера [1]. Также, возможна рекламная кампания в онлайн сервисах известных личностей, которые имеют авторитетное мнение среди своей аудитории.

Существуют несколько стратегических подходов к кросс-маркетингу:

1. Различные социальные сети являются отличными помощниками для компаний в поиске потенциальных новых клиентов и компаний-партнеров. Даже в том случае, если бизнес не ведется полностью в онлайн-формате, сотрудничество в социальных сетях может способствовать увеличению количества посетителей обеих партнеров посредством размещения различных медиа файлов, например, таких как совместная реклама брендов. Также, такое сотрудничество дает возможность в коллаборации брендов для дальнейшего его продвижения аудитории.

2. Рекламная рассылка аудитории новых акций и продуктов как своих, так и партнера также является хорошим методом кросс-маркетинга, так как в данном случае у обеих сторон существует возможность в привлечении новых клиентов;

3. Проведение различных партнерских акций, которые предполагают какие-либо вознаграждения у бизнеса-партнера [2]. Таким примером может служить розыгрыш, проводящийся в зоомагазине, призами которого могут служить различные скидки в ближайшей ветеринарной клинике. Также, если сумма покупок предполагает увеличение шансов на более ценные призы, то это может помочь в привлечении клиентов в обе компании и повышении их репутации.

4. Создание совместной перекрестной рекламы для привлечения клиентов посредством различных средств массовой информации, например, таких как рекламные щиты, газеты и т.д., оплата которых будет происходить обоими сторонами. Таким примером, может послужить совместная реклама игры World of tanks и Burger King, который создал новые бургеры при покупке выдавая промокоды к игре.

5. Совмещение бонусных программ компаний является также перекрестным продвижением [3]. Например, различные магазины одежды и обуви совмещают свои программы лояльности и различные предложения, которые могут привлечь новых клиентов в магазин партера.

6. Проведение различных совместных мероприятий, которые как привлекут клиентов, так и улучшат репутацию компаний. Также, в данном случае сотрудничество может быть не только между двумя компаниями, но и между компанией и общественной организацией, например с каким-нибудь фондом, приютом для животных или общественной организацией. В зависимости от продукции компании мероприятия могут способствовать продвижению продуктов, значимых для сообщества.

7. Сотрудничество с издательствами, которые выпускают печатные и электронные издания, посвященные различным темам, связанным с компанией: создание компании, биография директора, секреты компании и т.д. Таким примером может послужить компания Додо Пицца, которая отправляла в 2019 году вместе с заказами свои небольшие книжки под названием «Додо книга. Съешь – меня. Прочти меня и узнаешь, как команде «Додо Пиццы» удастся двигать горы и менять мир». Подобный ход позволял узнавать больше о ресторане, чем интересовывал не только постоянных посетителей, но и привлекал новых клиентов.

Все эти стратегии на самом деле являются лишь малой частью данного маркетингового подхода. Кросс-маркетинг появился относительно недавно. Компании, которые активно пользуются данным методом, преследуют общую цель, однако, такое возможно только в том случае, если их аудитория имеет схожие характеристики: возраст, доход, потребности или социальный статус [4]. Разработка правильно построенного кросс-маркетинга несет для обоих партнеров ряд преимуществ:

– Увеличение уровня популярности компании: для крупных компаний данная цель может быть необходима в связи с их стремлением найти свежий подход, в то время как начинающие стартапы ищут для себя клиентов;

– Компании, хорошо изучившие свою клиентскую базу и имеющие обширные данные о их характеристика, обычно начинают взаимное сотрудничество со другими компаниями, чья клиентская база имеет аналогичные характеристики клиентов. Таким образом, знание потребностей и желание своих клиентов является главным ключом к правильному сотрудничеству и привлечению новой аудитории;

– Укрепление авторитетности и доверия: в том случае, когда у компании есть высокая репутация среди своей аудитории, появляется доверие к их рекомендациям и клиенты точно знают, что ради рекламы, компания не будет рисковать своим статусом;

– Низкий уровень затрат: общая рекламная компания предполагает разделение как материальной части, так и ответственности при ее проведении. Также, появляется возможность в использовании более дорогих и чаще всего более продвинутых методах продвижения;

– Обновление ассортимента продукции: при сотрудничестве с различными компаниями часто создаются их коллаборации, обычно это происходит в тех компаниях, которые производят одежду и обувь, а также становится очень популярным в сфере видеоигр. Это приводит к ажиотажу вокруг бизнес-партнеров и увеличивает их доход;

– Поддержание долгосрочных взаимоотношений: компании, сотрудничающие во время рекламных кампаний, в будущем часто поддерживают друг друга и проводят их повторно, но уже с новой продукцией. Такое сотрудничество в перспективе рассчитано как на появление новой аудитории, так и на поддержку друг друга в долгосрочной перспективе.

Обычно, самыми успешными компаниями являются те, что находятся примерно в одном сегменте. В России можно часто встретить различные примеры кросс-маркетинга, которые встречаются практически на каждом шагу нашего повседневного шопинга: подарки от ювелирных фирм в различных продуктовых магазинах, таких как «Петярочка», «Магнит» или «FixPrice»; различные промокоды для игр в ресторанах быстрого питания; ежегодная «Монополия» в сети «Максдональдс», которая в виде призов предоставляет промокоды на скидки в различных магазинах.

Таким образом, данный вид рекламы является очень перспективным и имеет ряд преимуществ, который в трудное время бывает очень необходим для множества компаний.

Список использованных источников

1. Иванов, Г.В. Что такое кросс-маркетинг / Г.В. Иванов // Наука, образование и культура. – 2020. – № 4(48). – С. 23-25.

2. Ребрикова, Н.В. Антикризисный маркетинг: теория и практика в сложившихся условиях / Н. В. Ребрикова // Управленческие науки в современном мире. – 2015. – Т. 2. – № 1. – С. 422-425.

3. Казначеева, С.Н. Кросс-маркетинг как элемент инновационного маркетингового менеджмента в туризме / С.Н. Казначеева, Е.А. Челнокова // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2015. – № 4(44). – С. 32-37.

4. Банникова, К.В. Кросс-промоушен – совместное продвижение брендов / К. В. Банникова, С. Н. Булатова // Вестник Иркутского университета. – 2011. – № 14. – С. 260-262.

CROSS-MARKETING AS AN EFFECTIVE METHOD OF ADVERTISING

M.S. Safyan, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

This article discusses such a business promotion technique as cross-marketing, which has been gaining popularity in recent years. Topics such as the purpose of this technique, its strategies, advantages, most of which are supported by modern examples, are touched upon.

Key words: marketing, cross-marketing, promotion, business, advertising

УДК 65.06

МЕТОДЫ И ПРИНЦИПЫ УРОАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ.

А.Р. Сахибгареева, О.Н. Пушкарев

*Казанский Государственный Энергетический Университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье описывается необходимость и важность правильного подбора и управления персоналом. Основные принципы, которым должны следовать руководители в схеме управления человеческими ресурсами в условиях пандемии и различных стрессовых ситуациях с стремительно меняющимся мире.

Ключевые слова: управление персоналом, человеческие ресурсы, пандемия, руководитель

Управление человеческими ресурсами – это часть функции управления, которая в первую очередь связана с межличностными отношениями в организации. Его целью является поддержание таких взаимоотношений, которые позволяют всем участникам предприятия вносить максимальный вклад в эффективное ее функционирование.

Мир не стоит на месте, и за последние 2 года произошли различные события, которые сильно повлияли на все сферы жизни человека, в том числе и на управление персоналом. Пандемия заставила мир стремительно меняться. Люди стали переходить на удаленную работу, начали появляться новые профессии, руководителям экстренно пришлось изучать новые методики в управлении предприятием и персоналом.

Успех компании в частности зависит от двух фактор: правильный подбор персонала и его управление. На первый взгляд может показаться, что первый фактор, наем сотрудников, – это всего лишь формальность, сосредоточенная бумажной волоките, и работать в отделе кадров может любой желающий. Однако отбор потенциальных сотрудников компании имеет более широкое значение, направленное на развитие организации и ее культуры. Организация нанимает всего работника, а не только его знания, талант и навыки. Наем сотрудника осуществлять путем выбора людей, которые глубоко понимают цели и потребности компании и идеально вписываются в ее культуру.

Второй фактор, управление персоналом, также не маловажен. Правильное направление своих работников – это большая вероятность того, что компания будет процветать. Руководитель должен понимать мотивацию своих подчиненных, их проблемы и надежды, чтобы эффективно управлять. Существуют традиционные принципы и методы управления персоналом, помогающие главам компаний в такой непростой задаче, как руководство человеческими ресурсами. Вот некоторые из них:

1. К людям следует относиться как к цельным личностям:

Людей набирают потому, что они обладают необходимыми техническими, профессиональными и другими качествами. Но то, работают ли они вместе, во многом определяется их личными чувствами, культурными и социальными установками, этическими стандартами и семейным положением.

Руководство должно быстро понять, как сотрудники относятся к предлагаемым рабочим заданиям, кадровой политике и решениям, которые их затрагивают

2. Сотрудники должны чувствовать себя достойными:

Чувство личного достижения, гордость за свою работу, гармоничные отношения с другими коллегами и сотрудничество с руководством – все эти факторы должны учитываться руководством для поддержания и повышения эффективности и производительности труда сотрудников.

3. Справедливость и правосудие:

Сотрудники должны определять политику и действия руководства. Справедливость в обращении со своими подчиненными завоеует доверие сотрудников к работодателю.

4. Награды должны быть заработаны, а не даны:

Награды, которые руководитель собирается дать подчиненным, должны быть соизмеримы с усилиями, приложенными для их получения. Такое

вознаграждение должно быть дано сотруднику за то, чего он достиг, а не просто как дар.

5. Предоставьте сотрудникам актуальную информацию:

В организации должен быть хорошо развит двусторонний канал связи, чтобы необходимая информация, инструкции, приказы и правила доносились до сотрудников и вызвали адекватную реакцию. Информация должна быть предоставлена в нужное время.

6. Правильно оценивайте силу или интеллект людей:

Знание силы и способностей своих подчиненных всегда будет указывать направление их сотрудничества. Если сотрудникам не будут предоставлены адекватные возможности, это может привести к возмущению и разочарованию.

7. Равная заработная плата за равный труд:

Все работники, независимо от их пола или общины, но выполняющие аналогичный вид работы, должны получать равную оплату труда, а заработная плата должна быть адекватной.

8. Приводите примеры:

Простая проповедь не даст желаемых результатов. «Действия говорят громче слов» убеждает сотрудников в том, что руководство действительно делает то, что они говорят или имеют в виду.

Со времен пандемии руководителям компаний с новыми столкнулись с новыми проблемами в управлении персоналом. Им пришлось подстраиваться под новые тенденции и использовать новые методы в управлении персоналом. Вот некоторые из них:

1. Удаленная работа стала новой нормой.

В связи с этим работодателям необходимо создавать новые рабочие онлайн-среды, чтобы они могли более эффективно вести свой бизнес.

2. Общение с сотрудниками стало приоритетом номер 1.

С переходом на удаленную работу границы между работой и личной жизнью стираются. Таким образом, открытое и частое общение является ключом к установлению ожиданий относительно того, как подчиненные будут сотрудничать и общаться.

3. Новый акцент на построении лучших отношений между сотрудниками и менеджерами.

Менеджеры должны строить прочные отношения с сотрудниками компании, общаясь четко, кратко и регулярно. Поэтому для руководителей важно иметь доверенных менеджеров, которые проявляют искренность, информируя сотрудников в стрессовые времена.

4. Командная работа и командная динамика теперь поощряются больше чем когда-либо.

Объединение людей внутри организации и поощрение двустороннего общения – единственный способ обеспечить эффективное взаимодействие сотрудников.

5. Пополнение источников информации о компании.

Для того, чтобы успешно внедрить изменения в компанию, руководителю необходимо пополнить запас информации, как например: организовать срочные сообщения; обновить личные контактные данные сотрудников; убедиться, что сотрудники могут найти важную информацию в одном месте и тд.

6. Переход к активному слушанию сотрудников.

В сложные времена очень важно, чтобы сотрудники были услышаны, а работодатели реагировали на их проблемы и вопросы.

7. Новый акцент на безопасность и благополучие сотрудников.

Пандемия показала, что понимание ее влияния на сотрудников и предвидение возможных эмоциональных реакций – лучший способ справиться с кризисом. Работодатели должны быть открыты для общения и предлагать поддержку своим сотрудникам.

Таким образом, эффективно и точно выполняя свои задачи, управление персоналом может достичь своей цели: установить, поддерживать или расширить удовлетворенность сотрудников.

Список использованных источников

1. Хитфилд, С. Что такое управление персоналом? / С. Хитфилд. – Текст: электронный // Человеческие ресурсы: интернет-портал. – URL: <https://www.thebalancecareers.com/personnel-management-1917581>(дата обращения: 26.04.2022).

2. 11 способов, которыми COVID-19 подорвал управление человеческим капиталом (HCM): сайт.- URL: <https://blog.smarp.com/reshaping-human-capital-manage> (дата обращения: 26.04.2022). – Текст электронный

VARIOUS METHODS AND PRINCIPLES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN A PANDEMIC

A.R. Sakhigareeva, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

This article describes the necessity and importance of proper recruitment and personnel management. The basic principles that managers should follow in the human resource management scheme in the context of a pandemic and various stressful situations in a rapidly changing world.

Keywords: personnel management, human resources, pandemic, manager

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

А.А. Синичкин, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассмотрены и проанализированы тенденции и перспективы развития конкурентоспособности производства в России.

Ключевые слова: рынок, конкурентоспособность, производство, развитие рынка

Условия рыночной экономики усложняют деятельность всех экономических предприятий. К этому стоит прибавить то, что тема промышленного производства многовариантна и многогранна, так как здесь завязаны интересы частных лиц, государств и общественных организаций, мировые тенденции и политические мотивы, поэтому точно прогнозировать очень сложно. Конкуренция заставляет все субъекты экономической сферы набирать темпы развития, чтобы не уступать своим конкурентам в той или иной деятельности.

Для более успешной конкуренции, предприятиям необходимо постоянно следить за конкурентами, диверсифицировать свои вложения, обновлять оборудование, обучать персонал, проводить маркетинговые исследования и изучать внешний и внутренний рынок. Список того, что должны делать предприятия для своего комфортного пребывания на рынке можно продолжить, перечисленное является лишь малой частью.

В развитии малого, среднего и большого производства в России на данный момент времени очень много проблем. Однако на государственном уровне говорят о решении данной проблемы всего одним путём. Этой дорогой должна стать инвестиционная деятельность, при этом инвестиции должны быть иностранные, что в нынешних временах маловероятно из-за отсутствия мотивации и доверия со стороны иностранного инвестора.

Так же стоит отметить большую проблему для развития любого бизнеса в целом – юридическое сопровождение бизнеса. То, что наша юридическая система огромна, неповоротлива и малопонятна известно любому рядовому бизнесмену. Данная проблема напрочь отбивает желание участвовать в решении спорных вопросов между производствами в той или иной сфере, что весьма существенно мешает развитию производства.

Исходя из официальной статистики Минпромторга объем произведённой продукции в области самолётостроения в 2019 составил 975 545,3 миллиона

рублей. В 2020 году объем сократился на 0,71 %. Фактором понижения производства стала пандемия и невозможность работать в привычном темпе из-за нарушения логистики. Однако прогнозом Минпромторга на 2021 год стало увеличение показателей до 1 151 131 миллионов рублей, что на 17 % больше, чем в 2019 году. Данных показателей отечественные производители должны добиться за счёт увеличения финансирования на 11 %, чем двумя годами ранее. Так же присутствует надежда на то, что показатели будут расти год к году, так как Россия нуждается в авиации отечественного производства.

Если авиационная промышленность имеет положительную тенденцию, то об автомобильной промышленности такого сказать будет сложно. По данным Минпромторга в 2019 году было произведено продукции в размере 1,71 миллиона штук, что является неплохим показателем, однако кризис в сфере логистики и огромный дефицит электросхем весьма ощутимо ударил по автомобильной промышленности и показатель производства упал до 1,42 миллиона штук. Прогнозом для 2021 года является показатель в районе 1,49 миллиона штук, что даже близко не равняется с показателями 2019 года. Автомобильная промышленность терпит неудачу не только на территории Российской Федерации, но также и за её пределами. Всему виной остаются: нарушение логистики по всему миру, нехватка деталей и дефицит компонентов для производства этих деталей. В совокупности нельзя сказать, что ситуация будет приобретать положительную тенденцию роста в ближайшие года.

Следующим пунктом станет промышленность композитных и новых материалов. По данным всё того же Минпромторга объем производства составил 103,3 тысячи тонн продукции в 2019 году. 2020 год как и в большинстве областей производственных субъектов стал отрицательным по сравнению с годом ранее по всеми известной причине. Объем в 2020 году составил 102,5 тысячи тонн. Самым ключевым моментов является прогноз на 2021 год. Ожидается, что объем производства вырастет на 1,6 тысячи тонн, чем годом ранее, однако объем финансирования урезается на 56,8 %, чем в 2020 году. Из всего выше сказанного, сложно с уверенностью сказать, что данная отрасль будет сохранять положительную тенденцию и будет следовать прогнозу Минпромторга.

Машиностроение для пищевой и перерабатывающей промышленности год к году набирает обороты производства. К примеру, 2019 году было произведено товаров на сумму около 58,7 миллиардов рублей, а уже в 2020 году было произведено на сумму 64,8 миллиардов рублей, коэффициент роста составляет 10,3 %, что является весьма хорошим показателем роста. Прогнозом на 2021 год становится объем производства на сумму 71,3 миллиарда рублей, что продолжает положительную тенденцию роста. При всём выше сказанном стоит заметить, что объём рынка составляет 118,7 миллиарда рублей, а это значит, что отечественному производству есть куда развиваться. 2020 год стал пиком со стороны государства в сфере финансирования данной отрасли.

Коэффициент роста финансирования составил 113 %. Данный пункт стал одной из весомых причин бурного роста отрасли.

Стоит заметить, что отечественному производству всегда уделялось мало времени. Из-за бурного роста цен на сырьё и энергоресурсы за последние два десятилетия Россия обеспечила колоссальный доход бюджету государства, однако ценой такого решения стала зависимость от импорта и неспособность собственного производства. Такое мимолётное затмение может крайне негативно сказаться на ближайшем будущем страны. Однако проблемы отечественного производства необходимых для государства товаров никогда не уходили на задний план и вот уже год к году финансирование производства растёт, а за ним растут объёмы и экспорт, и как следствие количество иностранных производителей уменьшается пусть шагами и не того размера, которые бы нам хотелось видеть.

Обычно выделяют четыре основные проблемы, с которыми сталкиваются промышленные предприятия на всех этапах производства в своих сферах: дефицит квалифицированных работников, нехватка финансирования, техническое совершенствование производственного процесса, плохо сформированная техническая база, в нынешнее время добавляются ещё значимые проблема. Нехватка сырья, дефицит компонентов и импортного оборудования – именно эти проблемы в совокупности доставят производствам ощутимые неприятности и затормозят их развитие.

В связи с абсолютно новой ситуацией на рынке в 2022 году для отечественных производителей открывается огромное количество сфер и ниш, которые освободились из-за ушедших заграничных брендов. Именно сейчас, отечественное производство должно активизироваться и заместить импортное производство всеми доступными средствами. Так же стоит акцентировать внимание на том, что новые возможности открываются не для одного производителя, а для множества, что побудит на рынке новую и мощную волну молодой и невиданной конкуренции, но, к сожалению, с новыми реалиями рынка, к которым новые производители должны приспособиться.

Так же стоит сформировать акцент на высоком потенциале отечественного производства. В первую очередь данный потенциал обусловлен тем, что на территории Российской Федерации хранятся огромнейшие запасы природных ресурсов, так же стоит отметить, что в стране достаточно определённых видов сырья, а также рабочей силы, что в сумме может вознести промышленность на новую ступень и открыть потенциал для положительной тенденции роста на многие года.

Список использованных источников

1. Официальная статистика Минпромторга России / <https://minpromtorg.gov.ru/activities/statistic/reports/>

TRENDS AND PROSPECTS OF PRODUCTION DEVELOPMENT IN RUSSIA

A.A. Sinichkin, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

This article discusses and analyzes the trends and prospects for the development of the competitiveness of production in Russia.

Keywords: market, competitiveness, production, market development

УДК 332.1

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПОДХОДА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ

Н.А. Струкова

*Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного
хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассматривается реализация программно-целевого подхода в сфере образования как одного из основных инструментов стратегического планирования. Приводятся примеры проблем реализации данного подхода в сфере образования на уровне субъектов РФ.

Ключевые слова: стратегическое планирование, программно-целевой подход, государственная программа, сфера образования

В соответствии с Федеральным законом от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» на уровне субъектов РФ разрабатываются стратегии социально-экономического развития региона. На основе стратегий органы исполнительной власти региона актуализируют прогноз социально-экономического развития субъекта РФ на среднесрочный период, тематические программные документы и государственные программы. Поэтому программно-целевой подход является одним из основных инструментов реализации стратегических планов развития, как субъектов РФ, так и муниципальных образований разного типа.

В субъектах РФ для достижения приоритетов развития в сфере образования разрабатываются государственные программы развития

образования. Также стоит отметить, что программно-целевой подход используется и как один из важнейших инструментов модернизации сферы образования на муниципальном уровне [3, с. 160].

Так, например, в Кузбассе в рамках стратегии социально-экономического развития Кемеровской области на период до 2035 года реализуется государственная программа «Развитие системы образования Кузбасса» на 2014 – 2025 годы [2]. Программа направлена на обеспечение доступности качественного образования, отвечающего запросам населения и перспективным задачам инновационного социально ориентированного развития Кемеровской области – Кузбасса. Итоги реализации данной программы представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценки эффективности реализации государственной программы «Развитие системы образования Кузбасса» на 2014-2025 годы

Наименование показателя	2021 год	2020 год	2019 год
освоение средств государственной программы, %	98,0	96,1	98,9
степень достижения целевых показателей (индикаторов), %	98,43	96,4	73,46
эффективность использования средств, %	98,59	100	99

Качество планирования целевых показателей (индикаторов) государственной программы «Развитие системы образования Кузбасса» составило 85,6 %: из 104 показателей программы в полном объеме достигнут 91 показатель, степень достижения 5 показателей составляет 95 % - 99 % и 8 показателей достигнуты менее, чем на 95 %. Данные показатели качества планирования. Не достигнуты целевые значения по ряду показателей в связи с особенностями проведения ЕГЭ, организацией дистанционного обучения, приостановление реализации ряда проектов из-за действующих ограничений, связанных с распространением коронавирусной инфекции.

Общая оценка эффективности реализации программы рассчитывается на основе показателей степень достижения целевых показателей (индикаторов) и эффективности использования средств. По результатам реализации государственной программы в 2021 году присвоена оценка «хорошо» (согласно утвержденной методики присваивается при значении показателя общей эффективности $\geq 0,90$)

Несмотря на достигнутые положительные результаты, по мнению многих экспертов, потенциал, заложенный в программно-целевом подходе, используется не в полной мере, а в разработке и реализации государственных программ в сфере образования имеет место ряд недостатков. Это связано как с несовершенством законодательства, так и с проблемами организационного и

методического характера. Более того, на формирование и реализацию государственных программ в сфере образования влияет специфика конкретного субъекта РФ. Так, например, реализация государственной программы «Развитие системы образования Кузбасса» осложняется ситуацией ресурсного региона, демографической ситуацией (снижением численности населения) и неудовлетворительной экологической ситуацией. Макроэкономическая нестабильность, в условиях которой происходит разработка и реализация государственных программ, не позволяет учесть в полной мере все объективные факторы и условия современной социально-экономической ситуации.

Также стоит отметить, что в 2021 году вышел целый ряд нормативно-правовых актов, меняющих систему управления государственными программами на уровне региона. В связи с этим, например, в настоящее время необходимо обеспечить соответствие государственной программы Кемеровской области – Кузбасса «Развитие системы образования Кузбасса» на 2014 – 2025 годы обновленной системе управления государственными программами согласно актуальным изменениям законодательной базы, а именно постановлению Правительства Российской Федерации от 26 мая 2021 г. № 786 «О системе управления государственными программами Российской Федерации» и обновленным методическим рекомендациям министерства экономического развития РФ, утвержденным приказом от 17 августа 2021 г. № 500, предусматривающим трансформацию инструмента государственных программ и введение новых подходов к их разработке и реализации.

Также в настоящее время при реализации государственных программ в сфере образования в недостаточной степени уделяется внимание такому значимому вопросу, как методика оценки ее эффективности. Существующие подходы в оценке в настоящий момент требуют пересмотра. Во многих регионах при оценке эффективности реализации государственных программ в сфере образования уже учитывались необходимые критерии, однако, они не нашли отражение в нормативно-правовых актах, которые утвердили бы обновленную методику оценки эффективности.

Особое внимание необходимо уделить унификации показателей мониторинга региональных и муниципальных программ в целях повышения сопоставимости его результатов и согласования разобщенных процессов программирования на различных уровнях.

Очередным этапом развития программно-целевого подхода в сфере образования является становление программно-проектного регулирования, т.е. сочетание методов программирования и проектного управления. Для этого необходимо в структуре органа власти создать ведомственный проектный офис, отвечающий за организацию проектной деятельности в курируемой сфере деятельности. Практически во всех субъектах РФ такие структурные подразделения в сфере образования созданы. Поэтому в настоящее время наиболее актуальным остается вопрос об организации на регулярной основе

обучения и повышения квалификации управленческих кадров системы образования в области программно-проектного управления и стратегического планирования, в том числе на муниципальном уровне, так как успешность реализации государственных программ развития образования во многом зависит от того, как решаются поставленные задачи в каждом конкретном муниципальном образовании.

Таким образом, несмотря на положительные результаты реализации программно-целевого планирования в сфере, на сегодняшний день все еще существует ряд проблем и вопросов, требующих решения и дальнейшего рассмотрения при реализации государственных программ.

Список использованных источников

1. О стратегическом планировании в Российской Федерации: Федеральный закон от 28 июня 2014 № 172-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014. - №26 (часть I). - ст. 3378.

2. Об утверждении государственной программы Кемеровской области – Кузбасса «Развитие системы образования Кузбасса» на 2014 - 2025 годы: постановление Коллегии Администрации Кемеровской области от 04.09.2013 № 367 (в редакции постановления Правительства Кемеровской области - Кузбасса от 05.10.2021 № 606) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/412804773> (дата обращения: 10.05.2022)

3. Рябцев Н.Н. программно-целевой подход в управлении образовательными системами / Рябцев Н.Н. // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты: сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции. – Курск. - 2019. – с. 160

IMPLEMENTATION OF THE PROGRAM-TARGETS APPROACH IN THE SPHERE OF EDUCATION: FEATURES AND PROBLEMS

N.A. Strukova

Siberian Institute of Management - a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Novosibirsk, Russia

The article discusses the implementation of the program-targeted approach in the field of education as one of the main tools for strategic planning. Examples of the problems of implementing this approach in the field of education at the level of subjects of the Russian Federation are given.

Keywords: strategic planning, program-targeted approach, state program, education

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КАДРОВ УПРАВЛЕНИЯ В ВУЗАХ

Ю.О. Сутулова

*Нижевартовский государственный университет,
г. Нижневартовск, Россия*

В данной статье рассмотрены основные вопросы, связанные с формированием, подготовкой и развитием кадров управления в образовательных учреждениях. Рассмотрен процесс осуществления работы по формированию кадрового состава в высших учебных заведениях. Изучены этапы формирования, подготовки и развития кадров управления в вузе. Проведен анализ формирования, подготовки и развития кадров управления российских вузов. Разработан алгоритм по повышению эффективности развития кадров управления.

Ключевые слова: формирование, подготовка, развитие, кадры, управление, рост, перспективы

Актуальность темы исследования заключается в том, что современный мир диктует новые условия развития и существования. Происходящие в обществе процессы цифровизации и развития инновационной экономики требуют появления новых лидеров и управленцев, в том числе в сфере образовательной деятельности. Поскольку от их знаний и умений во многом зависят конечные показатели и результаты деятельности.

Вопросами изучения формирования, подготовки и развития управленческих кадров занимались многие отечественные и зарубежные ученые. Среди которых можно отметить работы С.Д. Резник, Ю.А. Ветрик, А.И. Еремкина и других.

Однако многие исследования данных ученых носят поверхностный характер и посвящены рассмотрению отдельных вопросов темы. В настоящее время требуется комплексный подход к изучению вопросов по формированию, подготовке и развитию кадров управления.

В данной статье предпринята попытка анализа подготовки и развития управленческих кадров в образовательных учреждениях.

Основной проблемой на сегодняшний день является проблема работы с потенциалом персонала управленческого уровня. Это в свою очередь говорит о том, что в настоящее время, по сути, существует острый дефицит квалифицированных кадров, подготовленных с учетом современных требований, обладающих определенным набором знаний, умений и навыков, необходимых для организации административной и управленческой деятельности.

Система образования в России с одной стороны, имеет накопленный опыт в области формирования знаний, в том числе в практической деятельности, а с другой стороны, в данной системе отсутствует отлаженная система формирования, подготовки и развития кадров управления.

Следовательно, в современных условиях ставится задача не только формирования дальнейших перспектив развития сферы образовательной деятельности, но и задача подготовки квалифицированных кадров управления для принятия эффективных решений, создания резервов роста и создания единого образовательного пространства.

Решение данной задачи невозможно без использования комплексного подхода, который должен быть основан на использовании разработанного алгоритма принятия решений, рациональных инструментов его осуществления и оценки эффективности полученных результатов.

Во-первых, для того, чтобы сформировать управленческие кадры необходимо обеспечить их отбор на данную вакантную должность. Основными критериями отбора должны быть личные качества человека такие, как отзывчивость, доброжелательность, креативность, лояльность, коммуникабельность и т.д. Кроме того, должно учитываться его желание и стремление работать на данном месте, принимать стратегические решения и нести ответственность за эти решения, выходить из кризисных ситуаций и предотвращать их возникновение в будущем, умение создавать благоприятный климат в коллективе и минимизировать конфликты.

Для того, чтобы процесс управления в вузе был непрерывным, необходимо сформировать резерв кадров. Под резервом кадров понимается определенная группа активного персонала, способная замещать управленческие должности в высшем учебном заведении. Таким образом, кадровый состав не используется в данный момент времени, но является резервной частью в случае необходимого спроса на него в будущем. В составе кадрового резерва на постоянной основе проводится активная работа по развитию специалистов, повышение их уровня квалификации, стажировки по различным направлениям деятельности.

Формирование кадрового резерва в вузе позволяет планомерно проводить работу по подготовке специалистов различного уровня (заведующих кафедрами, директоров институтов, проректоров вузов и ректоров). Основной задачей является совершенствование знаний, получение опыта управления, обмен полученными навыками и умениями.

Работа по формированию кадрового резерва в высших учебных заведениях призвана решить следующие основные задачи:

- 1) формирование квалифицированных управленческих кадров в образовательной среде;
- 2) повышение качества управления в системе высшего звена образовательной среды;

3) раскрытие профессиональных и творческих способностей работников управленческой сферы;

4) снижение стрессов и конфликтных ситуаций за счет периода адаптации на рабочем месте;

5) возможность использования полученных знаний и практического опыта непосредственно в рамках образовательной среды.

Формирование, подготовка и развитие кадров управления в образовательных учреждениях проходит несколько последовательных этапов:

1. Этап. Оценка потребности в кадровом резерве. На данном этапе определяется необходимое количество работников данного звена (в том числе и на длительную перспективу), рассчитывается возможный планируемый коэффициент текучести кадров (выбытия). Важно также определить и утвердить основные нормативные документы, на основании которых будет формироваться кадровый резерв [4, с.246].

2. Этап. Отбор кандидатов на вакантную должность. Данный этап является наиболее важным, поскольку от него зависит формирование качественного состава работников. Здесь проводится оценка и сравнительный анализ кандидатов с учетом степени их ранжирования по личностным характеристикам, профессионализму, компетентности и т.д. На основе сравнительного анализа определяется, кого можно включить в список кандидатов, а кого нет (списки могут корректироваться в зависимости от ситуации и потребности в формировании кадров). Также определяются формы подготовки специалистов, и составляется план программы по дальнейшему обучению.

3. Этап. Подготовка резервистов. Данный этап предполагает организацию и индивидуальную подготовку специалистов. Программа такой управленческой подготовки может включать различные обучающие курсы, семинары по обмену практическим опытом с действующими руководителями подразделений, тренинги и т.д. Обучение может проводиться в форме индивидуальной подготовки, а также групповой. Завершающим итогом такого обучения может быть защита индивидуального или группового проекта, сдача комплексного экзамена или аттестация.

4. Этап. Продвижение резервистов. Предполагает горизонтальное и вертикальное продвижение работников по системе должностей. Следует отметить, что именно карьерный рост и продвижение работников по системе должностей является мощным стимулирующим фактором их развития.

В целом система формирования, подготовки и развития кадров управления в вузе будет эффективной, если она будет носить комплексный подход к образовательной системе и индивидуальный подход к каждому работнику.

При формировании и подготовке управленческих кадров должны быть учтены следующие основные принципы:

- 1) существование реальной потребности в формировании кадрового резерва;
- 2) вертикальная и горизонтальная интеграция (предоставление возможности использования подготовленных специалистов во всех структурах вуза);
- 3) наличия желания и добровольности для участия в конкурсе по отбору на вакантную должность;
- 4) объективность оценки кандидатов на вакантную должность;
- 5) гласность, доступность и прозрачность предоставления информации по результатам оценки;
- 6) отсутствие дискриминации на рабочем месте при осуществлении процедуры отбора кандидатов.

Для построения эффективной работы по формированию, подготовке и развитию управленческих кадров в вузе разработана система управления базами данных (СУБД), в которую вносятся все сведения о сотрудниках (личные данные, стаж, опыт работы, награды и т.д.). Информация по каждому сотруднику заносится в индивидуальную форму. Кроме того, в данной системе отражаются также сведения по категориям работников (ректор, директора институтов, деканы факультетов, руководители структурных подразделений и лабораторий, заведующие кафедрами) [1, с.74].

Проведем анализ формирования, подготовки и развития кадров управления российских вузов и сформулируем необходимые выводы.

В 2018 году в 239 вузах, подведомственных Минобрнауки РФ, работали 1184 проректора, то есть на одного ректора приходится в настоящее время в среднем пять проректоров. При этом количество проректоров в зависимости от статуса вуза значительно варьируется. Например, в федеральных университетах в среднем работают 7-8 проректоров (Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского – 11 проректоров, Казанский (Приволжский) федеральный университет – 12 проректоров), в национальных исследовательских университетах – 6-7 проректоров, в опорных университетах – 5-6 проректоров, в классических и технических вузах – 4-5 проректоров.

Следует отметить, что управленцы высшего звена вузов (ректора, проректора) - 95 % имеет опыт управленческой деятельности до избрания на пост. Практический опыт позволяет им уверенно осуществлять руководство образовательным учреждением [4, с.57].

По данным статистического анализа с должности заведующего кафедрой пришли на пост ректора 11,3 %, а с должности декана 8,1 %. Работали в должности руководителей других организаций – 11,9 %. Эти данные говорят о том, что развитие кадров управления в своем процессе проходит долгий путь карьерного роста.

За последние двадцать лет средний возраст проректоров снизился с 52,5 до 50,9 лет, а удельный вес проректоров – женщин увеличился с 19,4 до 27,4 %.

Средний стаж работы в должности проректора составляет 5 лет. Традиционными направлениями деятельности профильных проректоров в вузах остаются: управление учебной работой (100 % вузов); управление научной работой (84,5 % вузов); управление административно-хозяйственной работой (63,6 % вузов); управление сферой социального развития и воспитательной работы (45,2 % вузов); управление финансово-экономической работой (28 % вузов).

Важным направлением активизации использования потенциала проректорского корпуса российских высших учебных заведений для повышения их репутации и конкурентоспособности являются развитие мобильности управленческих кадров, их более активная общественная и представительская позиции за пределами своих вузов.

С этой целью в данной статье разработан алгоритм по повышению эффективности развития кадров управления (рис. 1).

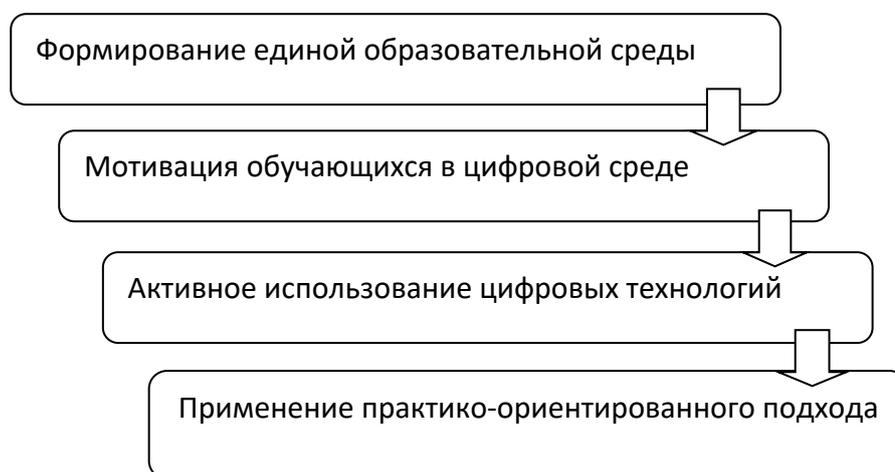


Рисунок 1 – Алгоритм по повышению эффективности развития кадров управления

Представленный алгоритм позволит совершенствовать образовательный процесс и создать условия для формирования квалифицированных управленческих кадров в вузе.

Получение цифровых компетенций будущим руководителям в области управления поможет экономить времени, которое будет влиять на [3, с. 2]:

1. выполнение всех задач в ограниченные сроки;
2. появление резервов времени для выполнения новых задач;
3. систематизирование рабочей деятельности специалиста;
4. знание правильности расстановки приоритетов организации;
5. умение делегировать и контролировать выполнение задач подчиненными;
6. преобразование работы и организация времени на новый уровень качества и т.д.

Можно сделать вывод о том, что комплексный подход к формированию, подготовке и развитию кадров управления будет зависеть от тщательно продуманной образовательной политики. Необходим грамотный и эффективный подход к каждому работнику, учитывающий личные качества человека, его настрой на работу, желание трудиться и развиваться. Применяемые методы и инструменты оценки позволят провести комплексный анализ и разработать программу развития кадров управления исходя из конкретных условий, что позволит повысить эффективность работы образовательных организаций.

Список использованных источников

1. Армстронг, М.К. Стратегическое управление человеческими ресурсами: Пер. с англ. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 156 с.
2. Мочалова, Я.В. Влияние образования на формирование личности // Актуальные проблемы развития науки и современного образования. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – С. 246-247.
3. Сутулова, Ю.О., Гасникова, С.Ю. Умение управлять временем, как одна из цифровых компетенций будущего руководителем / Культура. Наука. Образование: проблемы и перспективы: материалы IX Международной научно-практической конференции (г. Нижневартовск, 10 ноября 2021 г.) / Отв. ред. Д.А. Погоньшев. – Нижневартовск: Изд-во НВГУ, 2021. – С. 193-198.
4. Федотова, Е.Л. Информационные технологии в науке и образовании. – Москва: Форум, 2018. – 256 с.

FORMATION AND DEVELOPMENT OF MANAGEMENT STAFF IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

J.O. Sutulova

*Nizhnevartovsk State University,
Nizhnevartovsk, Russia*

This article discusses the main issues related to the formation, training and development of management personnel in educational institutions. The process of carrying out work on the formation of personnel in higher educational institutions is considered. The stages of formation, training and development of management personnel at the university are studied. The analysis of the formation, training and development of management personnel of Russian universities is carried out. An algorithm has been developed to improve the efficiency of management personnel development.

Keywords: formation, training, development, personnel, management, growth, prospects

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Д.А. Тунгусов

*Уральский университет путей сообщения,
г. Екатеринбург, Россия*

В статье показано значение цифровизации для повышения эффективности развития современных промышленных предприятий. Произведен анализ тенденции изменения суммарных расходов на цели цифровизации деятельности промышленных предприятий экономики Российской Федерации в 2013-2021 г.г. Систематизированы основные направления использования потенциала цифровой экономики в рамках управления современными промышленными предприятиями, в частности в контексте процессов трансформации их операционного (производственного) менеджмента, сбытовой деятельности, финансового менеджмента и управления персоналом. Показана целесообразность системного использования возможностей цифровизации в рамках различных направлений деятельности современных промышленных компаний.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, промышленность, промышленное предприятие, менеджмент, онлайн-продажи, блокчейн

Эффективность развития современных промышленных предприятий любого масштаба, форм собственности и отраслей национальной и мировой промышленности непосредственно зависит от качества использования технико-экономического потенциала цифровизации. При этом цифровизация подразумевает как комплексную автоматизацию производственной, сбытовой, финансовой и иной деятельности промышленной компании, так и процесс ее последовательной интеграции в структуру виртуальных рынков информации, технологий, сервисов, труда, капитала.

Динамика суммарных расходов промышленных предприятий экономики Российской Федерации на цели цифровизации деятельности приведена на рис. 1.

Как показано на рис.1, в 2013-2021 гг. суммарные расходы промышленных предприятий России на цели цифровизации деятельности увеличивались экспоненциально; общий темп роста такого рода затрат в номинальном исчислении превысил 3,2 раза. При этом указанные расходы продолжали интенсивно возрастать даже в достаточно сложный в финансово-экономическом плане для функционирования многих отраслей национальной промышленности период пандемийного кризиса (2020-2021 г.г.).

В институциональном аспекте определенное влияние на интенсификацию расходов промышленных предприятий России на цели цифровизации их деятельности сыграло утверждение в 2017 г. комплексной федеральной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [3]. Кроме того, существенное воздействие на рост эффективности цифрового управления

экономическими процессами в национальной промышленности оказали принятие в 2019-2020 гг. специальных федеральных законов, посвященных регламентации создания в РФ цифровых инвестиционных платформ и особенностям обращения на отечественном рынке цифровых (виртуальных) активов [1], [2].

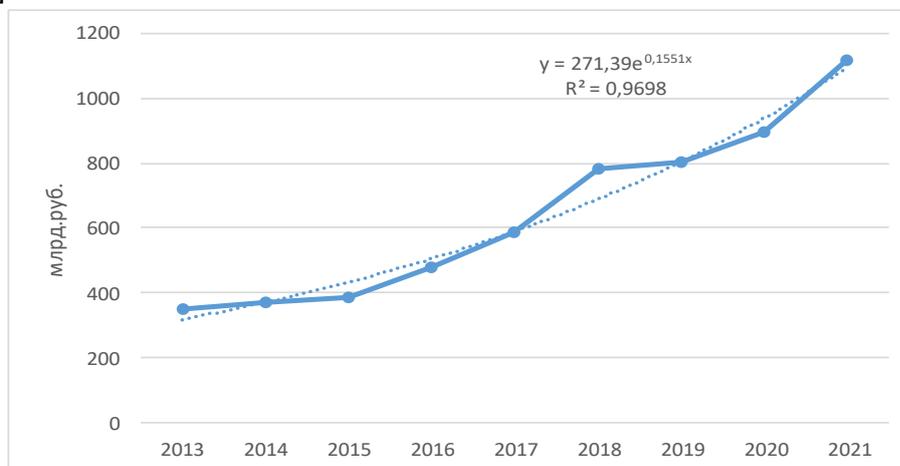


Рисунок 1 – Динамика суммарных расходов промышленных предприятий РФ на цели цифровизации, млрд. руб. [5, с.322] (аппроксимация тренда – расчеты автора)

Следует отметить, что в специальной литературе вопросы цифровизации развития предприятий промышленности рассматриваются в различных разрезах. Так, например, Ю.В. Белоусов акцентирует внимание на особенностях трансформации общих функций менеджмента промышленных компаний в условиях интенсивных процессов цифровизации финансово-экономической системы в целом [4, с.28]. О.Е. Устинова комплексно характеризует возможности использования отдельных элементов искусственного интеллекта в рамках систем управления современными промышленными предприятиями различного профиля [6, с.887]. Дж. Конли рассматривает вопросы применения в деятельности промышленных предприятий возможностей технологии блокчейн и непосредственно связанных с ней механизмов смарт-контракта [7, с.15].

По нашему мнению, проблемы и перспективы использования потенциала цифровизации наиболее корректно рассматривать в контексте направления влияния современной цифровой экономики на трансформацию основных общих функций менеджмента промышленных предприятий. Так, например, в части производственного менеджмента промышленных компаний основные направления использования потенциала цифровизации в современных условиях хозяйствования таковы:

– внедрение и последующее комплексное использование для автоматизации производственных и иных смежных процессов деятельности промышленных предприятий возможностей универсальных и отраслевых ERP-систем управления;

– системное использование для анализа производственных процессов и обоснования направлений их последующего совершенствования возможностей

технологии big data (управления на основе системной обработки и применения больших массивов общей и специальной технолого–экономической информации);

- применение для целей эффективной автоматизации деятельности проектных команд в рамках менеджмента промышленного предприятия возможностей цифровых (облачных) органайзеров и др.

В рамках управления процессами коммерческой деятельности промышленных предприятий потенциал цифровизации может использоваться в следующих основных направлениях:

- интенсификация онлайн–продаж продукции, работ, услуг промышленного предприятия;

- формирование и обеспечение эффективного развития собственной цифровой платформы промышленной компании, обычно интегрирующей возможности ее интерактивного сайта, мобильного приложения, механизмов технической поддержки пользователей и иных цифровых сервисов и технологий;

- активизация использования для интенсификации сбытовой деятельности инструментария виртуального маркетинга компаний промышленности, в частности SEO–менеджмента, SMM–маркетинга, формирования и реализации виртуальных коалиционных программ потребительской лояльности и др.;

- постепенный перевод ряда коммерческих контрактов промышленного предприятия на цифровой формат блокчейн.

В сфере управления финансами современных промышленных предприятий основными направлениями использования потенциала цифровизации являются:

- организация и осуществление взаимовыгодных взаимодействий с виртуальными банками, интернет–фондами, виртуальными инвестиционными компаниями по вопросам привлечения финансовых ресурсов для развития промышленного предприятия;

- проведение ICO (initial coin offering) промышленного предприятия, формируемых им инвестиционных проектов или стартапов на виртуальных биржах криптоактивов;

- привлечение виртуальных консультантов для целей совершенствования управления финансами промышленного предприятия, формирования плана более комплексного и эффективного использования потенциала цифровой экономики для максимизации рентабельности, финансовой устойчивости и ликвидности деятельности промышленной компании.

В области управления персоналом промышленного предприятия потенциал современной цифровой экономики может использоваться в следующих основных направлениях:

- организация привлечения специалистов на условиях удаленной занятости, формирование и развитие рациональных автоматизированных механизмов кадрового менеджмента в отношении данной категории персонала;

- формирование и развитие цифровых технологий и систем профессиональной аттестации различных категорий персонала промышленного предприятия;

- внедрение и совершенствование инструментария виртуального корпоративного образования (e-learning).

В целом, от степени сбалансированности, согласованности систематизированных нами основных направлений использования технологического и финансово-экономического потенциала цифровизации в современных условиях хозяйствования непосредственно зависит эффективность деятельности промышленных предприятий различного масштаба, форм собственности на средства и результаты производства и видов экономической деятельности.

Список использованных источников

1. Федеральный Закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» №259-ФЗ от 31.07.2020.
2. Федеральный Закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» №259-ФЗ от 2.08.2019.
3. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» // Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. №1632-р (с изменениями от 8.10.2020).
4. Белоусов, Ю.В. Цифровая экономика: понятие и тенденции развития // Вестник института экономики РАН. – 2021. - №1. – С.26-43.
5. Российская экономика: проблемы и перспективы. – М.: Из-во Института экономической политики, 2022. – 520 с.
6. Устинова, О.Е. Искусственный интеллект в менеджменте компаний // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 5. – С. 885-904.
7. Conley, J.P. Blockchain and the Economics of Crypto-tokens and Initial Coin Offerings // Vanderbilt University Department of Economics Working. – 2017. – June.

THE ACTIVITY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

D.A. Tungusov

*Ural State University of Railway Transport,
Yekaterinburg, Russia*

The article shows the importance of digitalization for improving the efficiency of the development of modern industrial enterprises. The analysis of the trend of changes in total expenditures for the purpose of digitalization of the activities of industrial enterprises of the economy of the Russian Federation in 2013-2021 is carried out. The main directions of using the potential of the digital economy in the management of modern industrial enterprises, in particular in the context of the transformation processes of their operational (production) management, sales activities, financial management and personnel management are systematized. The expediency of systematic use of digitalization opportunities within the framework of various activities of modern industrial companies is shown.

Keywords: digital economy, digitalization, industry, industrial enterprise, management, online sales, blockchain

ВЛИЯНИЕ ЦЕН НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

А.М. Тухватуллина, А.И. Сахбиева

*Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В наши дни технический прогресс, как и растущее пользование Интернетом, приносит изменения в поведении потребителей. Новые информационные технологии влияют в большей степени на молодое поколение, которое использует их как в повседневной жизни, так и в рыночных процессах. Возраст покупателей, а также этап жизни, на котором они находятся (студент, в поиске работы или молодой специалист), очень важны для решений о покупке, которые они принимают. Мотивы, стоящие за приобретениями молодого человека, будут отличаться от приоритетов покупателей более старшего возраста. Целью исследования является выявление цен на потребительское поведение молодежи в условиях цифровизации экономики.

Ключевые слова: потребительское поведение, спрос, уровень доходов, Интернет, молодое поколение, цифровизация, ценовая политика

Потребительское поведение и изменения предпочтений современной молодежи сложно как определить, так и предугадать. Это можно охарактеризовать скорее как хаотичный порядок действий, выполненных под влиянием внешних и внутренних факторов. Одним из наиболее значимых показателей для молодых потребителей с, как правило, низким уровнем дохода и растущими запросами, напрямую связанных с доступностью разнообразных товаров, следует считать ценовую составляющую.

В то же время с каждым годом наблюдается рост онлайн ритейлинга и продаж через интернет – покупатели все чаще совершают заказы через интернет-магазины. Тенденция развития информационных технологий и переход все большего количества бизнес компаний в онлайн, связанная в первую очередь с глобальной пандемией, позволяет в большей степени сократить издержки производства, включаемые в стоимость конечного продукта.

Возникновение новых каналов дистрибуции, как и методов продвижения (в том числе рассылка на электронную почту, введение социальных сетей бизнеса, разработка веб-сайта и прочие) сокращает расходы на традиционную рекламу и позволяет анализировать поведение посетителей с помощью инструментов цифрового маркетинга. Применяется все больше способов сбора обратной связи от клиентов как напрямую: заполнение опроса, анонимный

отзыв или оценку по пятибалльной шкале, так и через аналитику переходов в различные разделы сайта.

В настоящее время для компаний возникла благоприятная среда для снижения административных расходов, а для покупателя максимально сократилось время между осознанием нужды, оплатой онлайн и получением заказа. В связи с облегченным поиском необходимой информации о товаре или услуге и отсутствием необходимости личного присутствия на торговой точке и, как следствие, значительного экономия времени, необходимо уделить особое внимание фактору, который неизменно играет преобладающую роль в решении о покупке – цене. В результате этого в данной статье рассматривается влияние цен на потребительское онлайн поведение молодого поколения [1].

Цена, несомненно, является одним из самых влиятельных факторов в восприятии товаров на рынке. Она является своего рода подсказкой, которую потребители используют при принятии решения о покупке. С одной стороны, цена рассматривается как необходимая жертва, приносимая с целью приобретения новых благ. С другой стороны, потребители предполагают, что цена может быть признаком качества продукта и представлять собой определенный уровень дохода и статус человека. Эти представления о ценовой роли, негативные или позитивные, порождают имидж потребителя.

Образ цены также представляет собой субъективное и относительное понятие, включающее личные эмоциональные факторы (удовольствие от покупки, престиж и пр.), связанные с товарами или услугами. Таким образом, восприятие цены формируется в результате сложного процесса и далеко не всегда отражает реальную стоимость или ценность продукта. Цена может иметь большее влияние на покупательские намерения, когда преимущества физических свойств объекта четко не определены [2].

Маркетинг потребительского поведения – это процесс выстраивания взаимодействия предлагаемых на рынке продуктов с их целевыми группами. Он включает в себя сегментирование рынка на основе ключевых параметров покупательского поведения, позиционирование продукта соответственно деятельности и интересам целевого рынка, а также проведение специальных рекламных кампаний. Главным преимуществом цифрового маркетинга является экономия времени и средств компании в подключении каналов, нацеленных напрямую на их целевую аудиторию.

Все потребители условно делят товары по степени нужды на обычные и важные. Следует также учитывать, что в связи с событиями во внешней политике России последние несколько недель приоритеты покупателей, в частности, с низким уровнем дохода – студентов, пенсионеров, и других, постепенно меняются в сторону товаров первой необходимости.

В онлайн маркетах всегда большой популярностью пользовались продукты, которые не вызывают лишних сомнений, широко известны и имеют установленные параметры. Наиболее частыми приобретениями в интернете относятся к следующим категориям: еда, техника, товары для хобби и

канцелярия, бытовая химия, а также билеты на мероприятия и путешествия. В таком случае выбор из представленных вариантов одного продукта принимается исходя из цены и выгоды от покупки. Так, не определив значимых различий в функционале или внешних характеристиках продукта, клиент склонен приобрести товар с наименьшей ценой или же с самым выигрышным соотношением цены к объему продукции при оптовой торговле.

В наше время широко распространена практика сравнения цен на товары из разных источников для поиска наилучшего предложения. Веб-сайты и онлайн маркетплейсы предоставляют возможность сопоставить стоимость предлагаемой продукции от различных производителей в одном месте без лишней траты времени. Использование этого инструмента по поиску информации имеет большой потенциал для изменения установленного покупательского поведения как у молодежи, так и среди старших поколений [3].

Поскольку потребители могут легко сравнивать цены аналогичных фирм и брендов за считанные секунды, активное использование веб-сайтов с этой целью не только снижает затраты на поиск, но и позволяет покупателям делать выбор в пользу фирм, предлагающих наилучшее предложение. Таким образом, это действует как ключевой посредник в отношениях между ключевыми влияющими факторами покупки и поведением при переключении в Интернете.

Одним из наиболее значимых факторов потребительского поведения молодежи выступает уровень доходов потребителей, имеющий прямую взаимосвязь с уровнем цен в регионе. Большую часть молодого поколения составляют обучающиеся школ и студенты, основной деятельностью которых является получение образования, что идет вразрез с трудовой деятельностью. Таким образом, для них источником дохода являются родители, социальные выплаты (стипендии) или малоприбыльные подработки в свободное от учебы время. Цена как определяющий фактор при выборе товаров чрезвычайно важна для молодежи, имеющих низкое материальное положение.

Молодежь редко ищет в Интернете информацию о товарах, а в основном посещают их, чтобы совершить запланированную покупку и сравнить цены. Хотя покупки, сделанные онлайн, часто ассоциируются с более высоким уровнем риска, чем в физических магазинах, их популярность неустанно растет. Молодые потребители, идущие в ногу с прогрессом следящие за технологическим развитием, в основном одобряют приобретения, купленные через Интернет.

Вследствие ограниченных финансовых возможностей представители молодежи реже совершают покупки с целью поддержания высокого статуса или создания имиджа. Существенным фактором для совершения покупки является уровень дохода и, соответственно, цена товара. Онлайн маркетплейсы и розничные магазины предоставляют возможность экономии на покупке за счет более низких цен в связи со сниженными переменными издержками, а также более низкие затраты на персонал и физический магазин.

По мере роста рынка онлайн торговли прогнозируется, что количество магазинов в Интернете также увеличится. Таким образом, этот сектор станет очень конкурентоспособным, что положительно скажется на стоимости выпускаемой продукции, предлагаемой онлайн. Как видно из результатов последних исследований, включая данное, цена является одним из важнейших факторов для пользователей Интернета. Так как целью наблюдения являются молодые учащиеся, большинство из которых имеет лишь подработку, их доход невелик, то основную роль при выборе товара играет цена товара, предлагаемые акции и скидки. Относительно ограниченного бюджета, можно утверждать, что пользователи хотят покупать самый дешевый продукт среди наиболее подходящих, способных удовлетворить их потребности.

Бренды и розничные продавцы уже сейчас отдают приоритет переносу бизнеса в Интернет и намерены активно развиваться в этой нише в течение следующих нескольких лет, учитывая предпочтения целевой аудитории.

По мере перехода крупных игроков в онлайн, а также появления новых компаний этот сектор станет очень конкурентоспособным. Сегодня способность клиентов удовлетворять свои потребности через Интернет ограничивается только их способностью использовать веб-браузер. Более того, сравнительные веб-сайты позволяют пользователям с легкостью сравнивать ассортимент интернет-магазинов, не выходя из дома.

По результатам исследования можно уверенно заявить, что цена имеет прямое влияние на решение о покупке в Интернет-магазинах среди молодежи, в особенности студентов, проживающей на территории РФ. Таким образом, понимая, что интересует клиента на этапе поиска информации перед покупкой, компании могут определить слабые места и потенциальные проблемы для проведения различных мероприятий по улучшению эффективности. Зная, что актуально для молодого потребителя, и что он считает приоритетным при покупке товара в Интернете, фирма может сосредоточиться на сокращении издержек для разработки стратегии с применением различных акций и скидок и т. п. В данном случае, полезность продукта имеет не меньшую значимость, однако в текущей ситуации неконцентрированного рынка, т.е. возникновения все большего количества производителей аналогичных товаров, у покупателя возникает возможность выбора с акцентом на наиболее выгодную цену.

С точки зрения финансов, любые дополнительные инвестиции в производстве несут в себе новые риски, и правильные решения с запуска проекта могут повлиять на положительные финансовые показатели компании. В противном случае, неоправданные ожидания клиентов могут отсрочить получение прибыли и, как результат, заставить фирмы тратить дополнительные ресурсы на повторное завоевание лояльности покупателей, что может негативно сказываться на цене конечного продукта. Необходимо также рассчитывать возможные убытки, связанные с корректировкой предложений на основе ожиданий клиентов [4].

Стремительное развитие информационных технологий повлекло за собой переход мировой экономики в сторону цифровизации. Молодежь, которой присуще следование за непрерывно возникающими трендами, оказывается в центре нового инструмента экономического роста. Поскольку онлайн-покупки стали привычной частью жизни большинства молодых людей, в идентичных условиях с физическими магазинами предпочтение отдается субститутам с наибольшей финансовой выгодой для потребителей.

Основная цель данной статьи в том, чтобы определить влияние ценового фактора молодых покупателей на приобретение товаров в интернет-магазине в условиях современного рынка. Основываясь на теоретической базе, был проведен опрос среди представителей молодежи в возрасте от 15 до 25, а затем проанализировано их восприятие цены и акций при покупке товаров в Интернете.

Этот фактор наиболее важен для данной возрастной группы, так как в большинстве случаев молодые люди или не трудоустроены, или имеют нестабильный заработок и, следовательно, их финансовый бюджет ограничен. Также, принимая во внимание последние события в экономике страны, следует отметить, что благодаря удобству сравнения цен с обычными магазинами, а также многообразию скидок и акций традиционный рынок постепенно заменяется цифровым с большим охватом и доверием потребителей. Это можно считать одними из важнейших критериев оценки у молодежи при совершении покупки онлайн.

Список использованных источников

1. Глухова, А.А., Коробкова М.А. Инфляция в современном мире: причины, особенности, последствия. В сборнике: Экономика региона: современные проблемы и тенденции. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под ред. Л.А. Ельшина. – 2018. – С. 8-14.

2. Сухорукова, Н.Г. Потребительское поведение студенческой молодежи в интернете. Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 10 (135). – С. 1119-1122.

3. Faizrakhmanova, E., Appalonova N., Bazarov R., Syurkova S. The influence of innovation onto business sustainability. В сборнике: WMSCI 2015 - 19th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, Proceedings. 19. 2015. С. 57-62.

4. Sadikoglu, G., Dovlatova K.J. Investigation of preference knowledge of decision maker on consumer buying behaviour. Advances in Intelligent Systems and Computing. – 2020. – Т. 1095 AISC. – С. 613-620.

THE IMPACT OF PRICES ON THE CONSUMER BEHAVIOR OF YOUTH IN CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION

A.M. Tukhvatullina, A.I. Sakhbieva

*Kazan (Volga region) Federal University,
Kazan, Russia*

Today, technological progress, like the growing use of the Internet, brings changes in consumer behavior. New information technologies have a greater impact on the younger generation, who use them both in everyday life and in market processes. The age of buyers, as well as the stage of life they are in (student, job seeker, or young professional), are very important to the buying decisions they make. The motives behind a young person's purchases will differ from those of older buyers. The purpose of the study is to identify prices for the consumer behavior of young people in the context of the digitalization of the economy.

Key words: consumer behavior, demand, income level, Internet, young generation, digitalization, pricing policy

УДК 628.987

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОСВЕЩЕННОСТИ СКВЕРА У ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА «ЕВРОПА» КАЛИНИНГРАДА

И.М. Учаева, А. А. Чиримпей

*Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.,
г. Саратов, Россия*

Проведено моделирование освещенности сквера, расположенного у торгово-развлекательного центра «Европа» г. Калининграда, по результатам расчетов предложено оптимальное размещение светильников.

Ключевые слова: освещенность, моделирование, сквер, торгово-развлекательный центр

Здания торгово-развлекательных центров и прилегающие территории (дороги, парковки, пешеходные и парковые зоны) должны быть хорошо освещены со всех сторон, что позволяет выделить объект на фоне других, создать комфортные и безопасные условия для горожан, в том числе сотрудников и посетителей торгового центра.

Для уличного освещения целесообразно применение энерго-эффективных источников света, которая определяется высоким значением световой отдачи и долгим сроком службы. Использование современных светодиодных (LED) светильников соответствует требованиям Федерального закона об энергосбережении и повышении энергетической эффективности [1].

Сквер расположен непосредственно рядом с торгово-развлекательным центром, имеет форму треугольника, на его территории расположены зеленые насаждения, освещается светильниками в ретро-стиле. В сквере установлены 49 светильников Lighting Technologies CLASSIC LED 35 OPL 4000K, внешний вид которых представлен на Рис.1, размещение – на Рис.2, технические характеристики – в таблице 1.



Рисунок 1 – Светильник Lighting Technologies CLASSIC LED 35 OPL 4000K

Таблица 1 – Технические характеристики светильника Lighting Technologies CLASSIC LED 35 OPL 4000K

Характеристика	Значение
Тип	LED
Мощность светильника	34 Вт
Световой поток	2700 лм
Энергоэффективность	79 лм/Вт
Температурный режим	От -40 до + 40 °С

Моделирование размещения осветительных приборов и расчет освещенности проведен с помощью программы DIALux [2].

Освещение пешеходных пространств следует проектировать, исходя из нормы средней горизонтальной освещенности $E_{ср}$ и равномерности ее распределения U_0 .

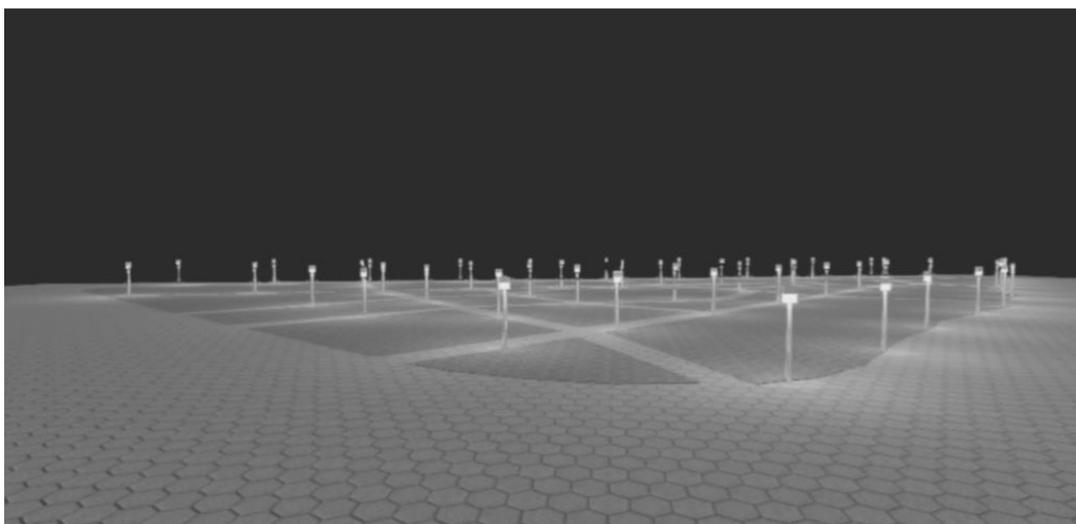


Рисунок 2 – Размещение светильников Lighting Technologies CLASSIC LED 35 OPL 4000K в сквере

Результаты расчетов средней освещенности $E_{ср}$ находятся в интервале 6,49-6,78 лк, минимальной $E_{мин}$ – 3,14-4,18 лк, показатель равномерности – U_0 0,44-0,62. Показано, что средняя освещенность находится на минимальном нормируемом уровне при высокой плотности размещения и небольшой высоте светильника.

Для повышения комфорта населения, повышения уровня освещенности при моделировании были использованы 25 светильников Lighting Technologies FREGAT LED 55 (W) 4000K (Рис.3), размещение рассмотрено на Рис 4, технические характеристики которых представлены в Табл. 2.



Рисунок 3 – Светильник Lighting Technologies FREGAT LED 55 (W) 4000K

Таблица 2 – Технические характеристики светильника Technologies FREGAT LED 55 (W) 4000K

Характеристика	Значение
Тип	LED
Мощность светильника	55 Вт
Световой поток	7400 лм
Энергоэффективность	135 лм/Вт
Температурный режим	От -40 до + 60 °С

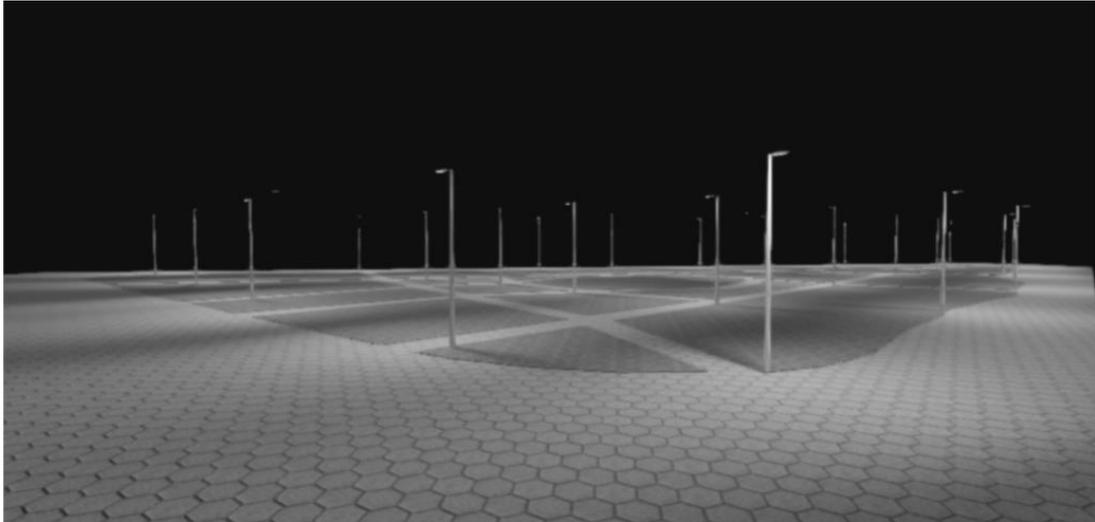


Рисунок 4 – Размещение светильников Technologies FREGAT LED 55 (W) 4000K в сквере

Результаты расчетов средней освещенности $E_{ср}$ находятся в интервале 9,94-13,30 лк, минимальная $E_{мин}$ составляет 3,19-8,10 лк, показателя равномерности U_0 - 0,32-0,62. Размещение осветительных приборов оптимальное, так как освещение стало более комфортным, безопасным, средняя освещенность увеличилась в 1,5-2 раза, ее значения соответствуют нормативам (Табл. 3) [3].

Таблица 3 –Классификация и нормируемые показатели для пешеходных пространств

Класс объекта по освещению	Освещаемые объекты	Нормируемые показатели	
		$E_{ср}$, лк, не менее	U_0 , не менее
ПЗ	Пешеходные улицы; главные и вспомогательные входы парков, санаториев, выставок и стадионов	6,0	0,20
П5	Второстепенные проезды, двory и хозяйственные площадки на территориях микрорайонов, боковые аллеи и вспомогательные входы общегородских парков и центральные аллеи парков административных округов	2,0	0,10
П6	Боковые аллеи и вспомогательные входы парков административных округов	1,0	0,10

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 23 ноября 2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
2. Расчет и проектирование освещения. <https://www.dialux-help.ru>
3. СП 52.13330.2016. Естественное и искусственное освещение. Москва. – 2016. – 70 с.

ILLUMINATION MODELING OF THE SQUARE NEAR THE SHOPPING AND ENTERTAINMENT CENTER «EUROPE» OF KALININGRAD

I.M. Uchaeva, A.A. Chirimpei

*Yuri Gagarin State Technical University of Saratov,
Saratov, Russia*

A simulation of the square illumination located near the shopping and entertainment center «Europe» in Kaliningrad was carried out, according to the results of calculations, the optimal placement of lamps was proposed.

Keywords: illumination, modeling, square, shopping and entertainment center

УДК 658.5

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Н.А. Филичкина

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Россия.*

В статье рассматривается проблема экономической безопасности предприятий, которая в последнее время приобрела особую актуальность. В настоящее время состояние российской экономики зависит от развития геополитических факторов, что вынуждает российские предприятия адаптироваться к новым условиям и уметь защищать свои экономические интересы, не допуская угроз экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, анализ и оценка экономической безопасности организаций, финансовое состояние, конкурентоспособность

В настоящее время проблеме экономической безопасности уделяется большое внимание. Она рассматривается как на уровне страны, так и на уровне организации, предприятия, фирмы и даже личности. Существует множество определений термина «экономическая безопасность».

Законодательно закрепленное определение экономической безопасности представлено в Стратегии экономической безопасности РФ на период до 2030 года, утвержденной Указом Президента РФ №208 от 13.05.2017 года. Стратегия определяет экономическую безопасность как «состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при которой обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство её экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов РФ» [1].

Определяя экономическую безопасность на микроуровне, на уровне организации, более точной является формулировка Манаховой И.В., которая трактует экономическую безопасность организации как «возможность эффективного достижения основной её цели – получения прибыли за счёт наиболее рационального выполнения функций в условиях влияния внешних и внутренних угроз» [2]. Рассматриваемая трактовка определяет экономическую безопасность как устойчивое внутреннее состояние предприятия, являющееся обязательным условием для обеспечения противодействия реальным и потенциальным источникам негативного влияния (угроз).

В качестве примера анализа экономической безопасности произведена оценка деятельности ООО «Балтийская инженерная компания», которая функционирует в Нижегородской области. Компания осуществляет свою деятельность на рынке строительства жилых и нежилых зданий. Все рассчитанные показатели проанализированы на основе реально имеющейся информации, и отражают существенные аспекты финансового состояния предприятия. Анализируемый период составил 5 лет (2017-2021 гг).

В процессе анализа рассмотрена модель оценки риска потери ликвидности (MrL). На протяжении 2017-2019 гг. в организации наблюдаются риски, связанные с потерей ликвидности. У компании низкая способность погашать краткосрочны долги.

Одним из критериев оценки финансовой устойчивости организации является излишек или недостаток источника средств для формирования запасов и затрат. Произведен расчет наличия собственных оборотных средств, собственных и долгосрочных заемных источников финансирования запасов, а также общая величина основных источников формирования запасов. В 2021 году выявлен рост общей величины основных источников формирования запасов, рост наличия собственных и долгосрочных заемных источников финансирования запасов, и также рост наличия собственных оборотных средств.

Проанализированы три показателя обеспеченности запасов источниками их финансирования. Выявлено, что в 2017 году наблюдалось кризисное финансовое состояние компании. Предприятие было полностью неплатежеспособно и

находилось на грани банкротства, поскольку ключевой элемент оборотных активов «запасов» не обеспечен источниками финансирования. В 2018 году наблюдалась абсолютная финансовая устойчивость, высокий уровень платежеспособности, организация не зависела от внешних кредиторов. В период с 2019 по 2021 год у компании неустойчивое финансовое положение, что характеризуется нарушением нормальной платежеспособности. Следовательно, возникает необходимость привлечения дополнительных источников финансирования. В этом состоянии еще возможно восстановление платежеспособности.

Проведен анализ относительных показателей финансовой устойчивости предприятия. По результатам анализа показателей финансовой устойчивости можно сделать вывод, что эта группа показателей являются проблемными, то есть наблюдается тенденция снижения финансовой устойчивости. В связи с этим руководству строительной компании следует обратить на это внимание, чтобы избежать ситуацию несостоятельности.

Проведена оценка относительных показателей, характеризующих финансовую независимость строительной компании за период 2017-2021 гг. По результатам анализа относительных показателей финансовой независимости можно сделать вывод, что на фоне роста собственных средств наблюдается проблема неустойчивого финансового положения организации и зависимость от внешнего финансирования.

Поскольку исследуемая организация занимается строительством, оказывая материальные услуги, для анализа оценки уровня финансово-экономической безопасности компании необходимо использовать модель ФЭБ₁. По результатам проведенного анализа, можно сделать вывод, что на протяжении всего рассматриваемого периода расчетное значение финансово-экономической безопасности меньше 0,8. С 2017 по 2021 год у организации выявлен критический уровень безопасности и высокие финансовые риски.

Далее представлена контролинговая модель – рейтинг конкурентоспособности (РК) компании. На протяжении 2017-2019 гг. расчетное значение рейтинга конкурентоспособности было меньше 1, что объясняется имеющимися у компании проблемами с устойчивостью и конкурентоспособностью. Однако в 2020 и 2021 гг. значение РК более 1,2, что свидетельствует о том, что в настоящее время компания надежна, устойчива, рентабельна и конкурентоспособна.

На основании проведенного анализа деятельности ООО «Балтийская инженерная компания» можно сделать вывод о неустойчивом финансовом положении предприятия. Основная проблема предприятия связана с недостаточностью собственных средств, в результате чего наблюдается снижение платежеспособности. Анализ показателей ликвидности показал, что компания не является абсолютно ликвидной, и есть угрозы неплатежеспособности в среднесрочной перспективе. В связи с этим рекомендую руководству компании осуществлять разработку системы мер по укреплению платежеспособности и финансовой устойчивости для дальнейшего развития ООО «Балтийская инженерная компания» на рынке строительства жилых и нежилых зданий в Нижегородской области.

Список использованных источников

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

2. Ярыков, Р.Г. Средства и методы оценки экономической безопасности коммерческого банка // Молодежь и наука: Шаг к успеху. Сборник научных статей 2-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых: в 3 томах. – 2018.

ANALYSIS AND ASSESSMENT OF THE STATE OF ECONOMIC SECURITY OF ORGANIZATIONS

N.A. Filichkina

*National Research Nizhny Novgorod State University named after N. I. Lobachevsky,
Nizhny Novgorod, Russia*

The article deals with the problem of economic security of enterprises, which has recently acquired particular relevance. Currently, the state of the Russian economy depends on the development of geopolitical factors, which forces Russian enterprises to adapt to new conditions and be able to protect their economic interests, avoiding threats to economic security.

Keywords: economic security, analysis and assessment of economic security of organizations, financial condition, competitiveness

УДК: 33.330.3

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

О.А. Филоненко, Ж.Н. Моисеенко

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В нынешних условиях сложных и многообразных экономических процессов и коммуникации между гражданами, финансовыми институтами, предприятиями и государствами на рынках внешних и внутренних, одной из серьезных проблем является правильное и эффективное вложение капитала с целью последующего его приумножения, или реинвестирование.

Ключевые слова: инвестиции, проект, цикл, управление

Природа инвестиций с экономической точки зрения продиктована процессами закономерности расширенного воспроизводства и состоит в части использования дополнительного социального продукта связанного с увеличением количества и качества всех его элементов системы и сил социума для его производства.

Инвестиционный проект подразумевает планирование трех денежных потоков во времени: инвестиционный поток, поток поступлений и поток, связанный с текущими (операционными) платежами. Два потока такие как поток поступлений и поток с текущими платежами не могут быть спрогнозированы в полной мере, из-за отсутствия полной определенности в отношении состояния рынка на момент реализации проекта. Ценовой сегмент и объёмы реализуемой продукции, ценовые изменения на сырьевые материалы и другие финансово-стоимостные параметры среды на момент их реализации в будущем могут значительно отличаться с прогнозируемыми плановыми значениями, которые оценивают на текущий момент.

Отсутствие информационной определенности вызывает сомнения и риск принятия решения связанных с инвестициями. Зачастую остается шанс того, что признанный дееспособным проект, впоследствии окажется убыточным, так как достигнутые показатели в ходе инвестиционного процесса отклонились от курса плановых показателей, так же могли пропасть из внимания иные факторы влияющие на проект.

В современных реалиях вопросы теоретического и практического характеров, направленные на осуществление предприятием деятельности связанной с инвестициями, весьма актуальны. Инвестиции в различных формах формируют стабильный прогресс направленный на развитие предприятия а также формируют определенный запас прочности, что является немаловажным фактором. Особую актуальность это приобретает в современных российских условиях, т.к. особая важность инвестирования в нашем государстве обусловлена рядом причин. Стратегическая потребность инвестиционной деятельности во много обусловлена не только стремлением производственных предприятий в создании гарантий своего развития, но и временным износом производственных мощностей и необходимости в замене оборудования.

Для большого спектра предприятий актуальностью реализации инвестиционных проектов связана с в потребности создания дополнительных материальных баз, увеличение и расширение производства и его мощности.

Так же каждый потенциальный инвестор стремится получить максимальную прибыль при минимизации затрат, тем самым добиться наиболее оптимальной эффективности от своей деятельности. В совокупности с этим целесообразность и оценка эффективности инвестиционных потоков и поиск путей их повышения приобретают немаловажное практическое значение.

Сам же термин «инвестиции» берет свои корни от латинского слова «Invest», что означает вкладывать, и имеет несколько значений.

Тем самым инвестиции являют собой один из инструментов, благодаря которому можно поместить их в предполагаемый объект инвестирования и сохранить при этом положительную величину дохода.

По формулировке А. В. Савченко – Инвестиции являются долгосрочными вложениями материальных средств в активы производства с целью роста прибыли и увеличение собственного капитала.

При соответствии с действующим законодательством понятие о слове «инвестиции» рассматривается в большом спектре данного слова и являет собой многие виды товароматериальных, имущественных, интеллектуальных и др. ценностей. Которые закладываются в производственную деятельность и другие виды деятельности с целью получения прибыли или достижения необходимого иного эффекта.

Во время написания статьи было сформировано мнение о более полном определении слова инвестиции – это инкарнация средств будь то материальные, интеллектуальные или же иные с определенной долей риска в определенную деятельность (производственную, предпринимательскую и иную) с целью организации работы производства продуктов, работ и др. а также получении прибыли или иных конечных результатов. Тем самым эти вложения экономических ресурсов с направленностью на создание и получения выгоды в перспективе. Одной из составляющих инвестиций являются потребительские блага, не используемые на данном этапе. Другой составляющей принято считать ресурсы, направляемые на улучшение и расширение производства.

Использование инвестиций в качестве вложения (инвестирование) при совокупности практических действий направленных на их реализацию принято называть инвестиционная деятельность. Субъектами инвестиционной деятельности признано считать отечественные и иностранные физические и юридические лица, государства и международные компании. В качестве лиц участвующих в инвестиционной деятельности выступают инвесторы, пользователи объектов инвестиционной деятельности, заказчики а так же посреднические организации и инвестиционные биржи.

Содержание и форма проектов связанных с инвестициями имеют богатый список разнообразия. Однако во всех случаях, должен присутствовать временной флаг от момента начала инвестирования до момента в котором проект начинает приносить прибыль.

Ключевой ролью в проектах связанных с инвестициями играет временной фактор. Из него можно выделить три основополагающие фазы развития проекта: предпроектную, инвестиционную, эксплуатационную. Сумма продолжительности этих стадий составляет срок жизни проекта.

Особенности оценки инвестиционного проекта Смысл общей оценки инвестиционного проекта заключается в предоставлении всей информации о последнем в виде, позволяющем лицу, принимающему решение, сделать заключение о целесообразности осуществления инвестиций. В этом контексте особую роль играет коммерческая оценка. Оценка коммерческой состоятельности – заключительное звено предпроектных исследований. Она

должна основываться на информации, полученной и проанализированной на всех предшествующих этапах работы. Коммерческая оценка олицетворяет собой интегральный подход к анализу инвестиционного проекта. Ценность результатов, полученных на данной стадии предпроектных исследований, в равной степени зависит от полноты и достоверности исходных данных и от корректности методов, использованных при их анализе. Значительную роль в обеспечении адекватной интерпретации результатов расчетов играет также опыт и квалификация экспертов или консультантов. Очевидной представляется необходимость применения стандартизированных методов оценки инвестиций. Это, во-первых, позволит уменьшить влияние уровня компетентности экспертов на качество анализа, а во-вторых, обеспечит сопоставимость показателей финансовой состоятельности и эффективности для различных проектов. Существует два общих критерия коммерческой привлекательности инвестиционного проекта: финансовая состоятельность (финансовая оценка) и эффективность инвестиций (экономическая оценка). Оба критерия взаимодополняют друг друга. В первом случае анализируется ликвидность проекта в ходе его реализации. Во втором – акцент ставится на потенциальной способности проекта сохранить покупательную ценность вложенных средств и обеспечить достаточный темп их прироста. Таким образом, проблема принятия решения об инвестициях состоит в оценке плана предполагаемого развития событий с точки зрения того, насколько содержание плана и вероятные последствия его осуществления соответствуют ожидаемому результату.

Список использованных источников

1. Бегларян, К.Э. Теоретические аспекты анализа жизненного цикла предприятия / К.Э. Бегларян // Научная палитра. – 2020. – №2 (28). – С.14.
2. Моисеенко, Ж.Н., Гужвина А.А. Теоретические основы жизненного цикла проекта В сборнике: Государственное управление и развитие России: вызовы и перспективы. сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. Пенза, 2021. – С. 130-132.

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF INVESTMENT PROJECTS

O.A. Filonenko, Zh.N. Moiseenko

*Don State Agrarian University,
P. Persianovsky, Russia*

In the current conditions of complex and diverse economic processes and communication between citizens, financial institutions, enterprises and states in the external and internal markets, one of the serious problems is the correct and effective investment of capital for the purpose of its subsequent multiplication, or reinvestment.

Keywords: investment, project, cycle, management

ЛЕГКО ЛИ СТАТЬ И БЫТЬ МОЛОДЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ В РОССИИ?

А.Ю. Фофанова

*Мурманский арктический государственный университет,
г. Мурманск, Россия*

В статье характеризуется актуальность более раннего возраста у молодых предпринимателей для начала своего бизнеса. Подросткам тяжело принять решение о занятии предпринимательской деятельностью и начать такую работу. Перечислены факторы, способные как отрицательно, так и положительно повлиять на наличие возможностей для начал предпринимательства. При этом Правительство РФ утвердило паспорт нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Исследования специалистов подтвердили, что подростки самые перспективные предприниматели, только они сталкиваются в последующем с комплексом серьезных проблем.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательская деятельность, возраст, молодежь, самозанятость, защита, численность, выручка, политика, барьеры, СМИ, помощь, развитие, условия, малый бизнес, подростки, проблемы, программа

Средний возраст предпринимателей России – 37 лет, а у предпринимателей, начавших свою деятельность – 35 лет, средний возраст предпринимателя с уже устоявшимся бизнесом – 42 года.

Однако в 2019 году в России активизировалась предпринимательская деятельность таких возрастных групп как: 18-24 года, 25-34 года, 35-44 года, 45-54 года. Из перечисленных групп более заметной стала активность возрастной группы с 18 – 24 года. Участие в самозанятости молодежи в 2018 году составляла 7 %, а в 2019 году – 14,5 %, т.е. активность молодежи возросла более, чем в два раза. Вообще динамика доли самозанятой молодежи, в том числе из рядов специалистов, с 2006 года по 2019 год постоянно изменялась от 0 % до 18,8 %. Ценным, на наш взгляд, является желание 70 % молодых предпринимателей планирующих в последующие пять лет создать от 2 до 30 рабочих мест. [1, с. 43]

Надо отметить, что индивидуальный предприниматель и лицо, занимающееся самозанятостью – это две очень разные по своей правовой природе, ответственности, уровню социальной защищенности категории граждан, сами обеспечивающие себя работой. Например, предусмотрев все «за»

и «против» целесообразно рекомендовать молодежи заниматься предпринимательством, открыть ООО, а пенсионерам, уже получающих пенсию, самозанятостью.

Численность фактически действующих индивидуальных предпринимателей в Мурманской области в 2018 году составляла 9361 человек, а в 2019 – 11237 человек, а объем их выручки (с учетом налогов и обязательных платежей) от продажи товаров, продукции, услуг (по всем видам деятельности) составил в 2018 г. – 43878,7 млн. руб., а в 2019 г. – 43445,9 млн руб. [2, с. 66].

По видам деятельности больше всего в 2019 году было занято индивидуальных предпринимателей:

- торговля оптовая и розничная;
- ремонт автотранспортных средств и мотоциклов – 3532 чел (в 2018 г. – 3655);
- транспортировки и хранение – 1231 чел (в 2018 г. – 991);
- деятельность профессиональная, научная и техническая – 1033 чел (в 2018 г. – 696).

Принять решение о занятии предпринимательской деятельностью и начать работу крайне сложно. Ведь имеется множество факторов, способных как отрицательно, так и положительно повлиять на наличие предпринимательских возможностей. Например, из факторов внешней среды - это:

- федеральная и региональная государственная политика, и, прежде всего, правоприменительная поддержка предпринимательской активности в виде льготного налогообложения, предоставление помещений для аренды по наименьшим ценам (с оговоркой их длительного не повышения), снятие всевозможных бюрократических барьеров и, вообще, их недопущение, осуществление информационной поддержки и распространение через СМИ и Интернет положительного предпринимательского опыта и др.; наличие и постоянное развитие программ непосредственной поддержки вновь созданного предпринимателями в интересах общества и востребованных населением направлений бизнеса; осуществление работниками госструктур высоко квалифицированной консультационной помощи;

- наличие финансовых ресурсов, как собственных, так и заемных, а также поддержка в виде грантов, субсидий;

- на базе имеющейся системы подготовки и обучения активизировать использование и развитие предпринимательского образования;

- широкое использование информированности населения любого возраста о развитии научных исследований, разработок, способствующих открытию и успешному развитию разнообразных направлений предпринимательства;

- наличие в регионе разных структур, например, юридических служб и др., всегда способных, на приемлемых условиях оплаты, оказывать помощь

новому бизнесу;

- стабильные условия рыночных взаимоотношений, их открытость, реально обеспечивающих свободу конкуренции;

- доступность к физическим ресурсам, коммунальным услугам, транспорту и иным ресурсам;

- развитие существующих социально-культурных норм, поддерживающих работу предпринимателей, таких граждан, которые стремятся к созданию и развитию новых способов ведения экономической деятельности, т.е. к предпринимательству в целом и каждому из предпринимателей.

Исследования национальных условий развития предпринимательства, осуществленные в 2019 году 36 экспертами при оценке по десяти бальной шкале, показали, что наивысшим стал балл – 6,08, а наименьшим 2,96. Оценка факторов влияния выглядела следующим образом:

- физическая инфраструктура – 6,08;
- динамика рынка – 6,08;
- коммерческая инфраструктура – 4,94;
- профессиональное образование – 4,21;
- культурные и социальные нормы – 4,08;
- государственные программы – 3,84;
- доступ к финансированию – 3,71;
- государственная политика – 3,22;
- бюрократия – 3,05;
- начальное и среднее образование – 2,97;
- внедрение разработок – 2,96. [3]

Наивысшим баллом обладает фактор развития физической инфраструктуры, т.е. сроки подключения доступа к каналам связи и ее стоимость, стоимость коммунальных услуг и др.

В начале 2019 года правительство утвердило паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Идея нацпроекта заключается в помощи бизнесу на каждом цикле его развития: от официальной регистрации до его расширения и даже при выходе на зарубежные рынки. Основными его целями являются – рост доли малого и среднего бизнеса в ВВП государства до 32,5 %, в 2019 году этот показатель составил 8,56 %. Кроме того – увеличение численности работников в секторе малого, среднего бизнеса до 25 млн человек.

Согласно данным Федеральной налоговой службы на 2019 год в России было зарегистрировано 387 несовершеннолетних индивидуальных предпринимателей и 145 из них – моложе 17 лет. Считается, что на самом деле предпринимателей из числа подростков больше, но они обходятся без официальной регистрации, выполняя мелкие заказы в Интернете. [4]

По мнению специалистов, подростки самые перспективные предприниматели, они энергичны, решительны, хорошо разбираются в новых

технологиях. Кроме того, ими движет желание идти в бизнес, так как они хотят быть самостоятельными, помогать своим родителям.

Положительным примером реальной помощи молодежи являются бесплатные курсы по предпринимательству, проводимые Фондом развития Интернет-инициатив (ФРИИ). Так, за период с лета 2017 года по 2019 год в шести регионах России прошло обучение около 2000 школьников.

К сожалению, у налоговиков мало опыта работы с подростками и им просто отказать. Ведь право регистрироваться, как индивидуальные предприниматели, они получают с 14 лет и письменного разрешения родителей или законных представителей.

Например, Дмитрий Растопчин из Подольска заработал свои первые деньги обучаясь в седьмом классе, когда ему хотелось заняться делом, а открыть ИП удалось лишь с третьей попытки – и только после жалобы в Управление ФНС по Москве. За четыре года предприниматель Дмитрий продал более 100000 товаров в 10 международных онлайн-магазинах. Выручка - от 500000 руб. до 1 млн в месяц. [5]

Охотнее налоговики работают с подростками, которые эмансипированы, т.е. досрочно получили признание полной дееспособности в органах опеки, но получить ее можно только с 16 лет и ее получение является достаточно сложным процессом. В случае, если родители отказали в согласии на эмансипацию, подросток обращается в суд. Ежегодно суды рассматривают до 30 дел, и только половина из обратившихся лиц признается полностью дееспособной.

Является проблематичной и работа подростка с банком. Будучи не признанным полностью дееспособным, он полностью зависит от родителей и обязан согласовывать с ними каждую из операций по счету.

Банки утверждают, что работают с подростками-предпринимателями на общих условиях. В «Тинькофф банке» около 100 подобных клиентов, в Альфа-банке – несколько десятков и по счету одного из 15-летних клиентов в течение года оборот составил 8 млн руб.

Отсутствие у подростков управленческого опыта, нехватка финансовых и юридических знаний, не привлекает к работе с ними инвесторов и 95 % их проектов закрываются в течение трех лет.

Следующей серьезной проблемой является призыв предпринимателя в армию. Получив повестку, он обязан прекратить предпринимательскую деятельность, т.е. уволить сотрудников, закрыть офис, прекратить все договорные обязательства. Фактически полностью уничтожить то, что было создано и эффективно работало.

В России нет профессионального стандарта, предписывающего, каким должен быть предприниматель, какими качествами он должен обладать, а под «предпринимательской жилкой» понимают набор навыков:

- способность нести ответственность и выполнять договоренности;
- умение договориться с другими;

– дисциплина и задатки лидера.

Однако при наличии личных качеств необходим интерес и желание заниматься бизнесом, а когда они есть развивать полезные навыки в профессии можно в любом возрасте.

Считаем, что необходима государственная программа, которая бы приняла во внимание такие факторы как: возраст, вид деятельности и ее актуальность, а также необходимость для региона, уже эффективную работу предпринимателя и предусматривала бы перечень существенных льгот для поддержки данной категории граждан, снижая для них бюрократические барьеры при регистрации и ведении своего дела. Например,

- не обложение налогами от 1 до 2-х лет;
- изменение порядка регистрации и открытия счета в банке;
- помощь при подборе работников (при необходимости таковой);
- информационная поддержка их деятельности;
- упрощение условий получения грантов;
- решение вопроса об освобождении от армии или их полезную деятельность засчитывать как альтернативную службу.

Хорошие начинания должны быть индивидуально поддержаны обществом и только тогда при развитии предпринимательства среди молодежи будет реальная перспектива.

Список использованных источников

1. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2019/2020». – URL: https://gsom.spbu.ru/images/cms/menu/otchet_2020-red-2n-04-06.pdf (дата обращения: 16.04.2022). – Текст: электронный.

2. Мурманская область в цифрах / Федеральная служба государственной статистики, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области. – Мурманск, 2021. –127 с. – Текст: непосредственный.

3. Верховская, О.Р., Александрова, Е.А. Предпринимательская активность в России: результаты проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» / О.Р. Верховская, Е.А. Александрова. // Российский журнал менеджмента. Библиотека Киберленинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskaya-aktivnost-v-rossii-rezultaty-proekta-globalnyy-monitoring-predprinimatelstva-2006-2016> (дата обращения: 18.04.2022). – Текст : электронный.

4. Открытие бизнеса несовершеннолетним. Юридический советник. – URL : <https://www.eduklgd.ru/zhaloby/otkrytie-biznesa-nesovershennoletnim.html> (дата обращения: 21.04.2022). – Текст: электронный.

5. Смертина, П. Как подростки добиваются успеха в бизнесе / П. Смертина. // Ведомости. – 31.01.2019. – URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/01/31/792965-podrostki-dobivayutsya-uspeha-biznese>

(дата обращения: 23.04.2022). – Текст: электронный.

IS IT EASY TO BECOME AND BE A YOUNG ENTREPRENEUR IN RUSSIA?

A.Yu. Fofanova

*Murmansk Arctic State University,
Murmansk, Russia*

The article describes the relevance of an earlier age among young entrepreneurs to start their business. It is difficult for teenagers to make a decision to engage in entrepreneurial activity and start such work. Factors that can both negatively and positively affect the availability of opportunities for starting entrepreneurship are listed. At the same time, the Government of the Russian Federation approved the passport of the national project «Small and Medium Enterprises and Support for Individual Entrepreneurial Initiatives». Research by specialists has confirmed that adolescents are the most promising entrepreneurs, only they subsequently face a complex of serious problems.

Key words: entrepreneur, entrepreneurial activity, age, youth, self-employment, protection, number, revenue, politics, barriers, media, assistance, development, conditions, small business, adolescents, problems, program

УДК:336

БЛОК-ЦЕПЬ ТЕХНОЛОГИИ КАК НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПРОЦЕССОВ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Е.С. Харчевникова, И.П. Глухенькая

*Алтайский государственный университет,
г. Барнаул, Россия*

Статья посвящена актуальному вопросу – определение сильных сторон блокчейн технологий и возможность их применения в экономической и других сферах жизни общества. В статье определяются и описываются недостатки традиционных способов ведения дел, их уязвимость, а также то, каким образом новейшие технологии способны принести свой вклад в решение подобных проблем.

Ключевые слова: базы данных, уязвимость, blockchain, экономика, хакерские атаки, криптовалюта, децентрализация

Blockchain является новой, во многом неоднозначной, технологией. Её неоднозначность и, одновременно, популярность обосновывается тем, что большое количество экспертов высказывается об этой технологии как положительно, так и отрицательно. В данной статье идет речь об отличительных особенностях технологии и о тех проблемах, которые она способна решить в разных сферах жизни человека. В научной литературе под блокчейном понимается выстроенная по определённым правилам непрерывная цепочка связанных между собой блоков, содержащих разного рода информацию. Копии этих блоков хранятся на множестве компьютеров независимо друг от друга. Актуальность темы состоит в том, что технология блокчейн, когда-то созданная для обеспечения работы криптовалюты, сегодня очень востребована во многих сферах жизни.

Так, наиболее актуальным примером использования блокчейн в экономико-политической сфере на сегодня является его применение совместно с криптовалютой для избавления ряда стран от долларовой зависимости. Из-за того, что власти США ведут достаточно снисходительную политику в отношении некоторых стран, экономика которых сильно зависит от американской валюты, то власти этих государств предполагают, что именно криптовалюта поможет выйти из такой ситуации [5]. Генеральный директор ОАО «Барс ГРУП» Тимур Ахмеров считает, что криптоэкономика - это тренд, способный сделать национальную экономику независимой от мировых валют [7].

Также блокчейн может принести пользу в развитии малого бизнеса. Так, владелец небольшого уголья в деревне Калиново московской области Михаил Шляпников в 2016 году решил провести эксперимент и внедрить технологию блокчейн в свое фермерское хозяйство, предложив обществу уникальную услугу. В результате он смог привлечь инвестиций на сумму более 35 млн.руб. за 30 дней, развернув свою ICO кампанию на одной из криптовалютных платформ [1]. При этом свой выбор он объясняет тем, что блокчейн имеет ряд важных особенностей:

- технология смарт-контракт;
- публичность/открытость информации, хранящейся в блоках;
- невозможность подделать/удалить уже записанную в блок информацию.

Но экономика – не единственная сфера, где данная технология способна «навести порядок». Так, многие частные инвесторы, национальные компании и правительства стран, исходя из преимуществ данной технологии и тех проблем, которые она способна решить, видят будущее блокчейна и в сфере управления. Здесь основное преимущество блокчейна – децентрализация, то есть отсутствие

центрального сервера – привлекательной цели для хакеров[4]. Такой интерес со стороны хакеров централизация баз данных вызывает потому, что если злоумышленник сможет получить доступ к такой базе, то он запросто сможет не только внести изменения в нее, но и вообще приостановить деятельность организации. Так, например в 1983 году хакеры взломали центральный сервер российской компании, крупнейшего производителя легковых автомобилей в России и Восточной Европе «АвтоВАЗ`а», и внесли изменения в программное обеспечение, тем самым они добились приостановления деятельности конвейера на целых 3 дня, чем нанесли огромный ущерб предприятию. На этих примерах мы видим явную проблему традиционных баз данных, основанных на централизации, и глобальное превосходство новой технологии «block chain», из-за чего экс-председателя правления института развития интернета Г. Клименко называет ее новым витком развития интернета, а именно:

- децентрализация и отсутствие центрального сервера;
- легитимность;
- необратимость операций[2].
-

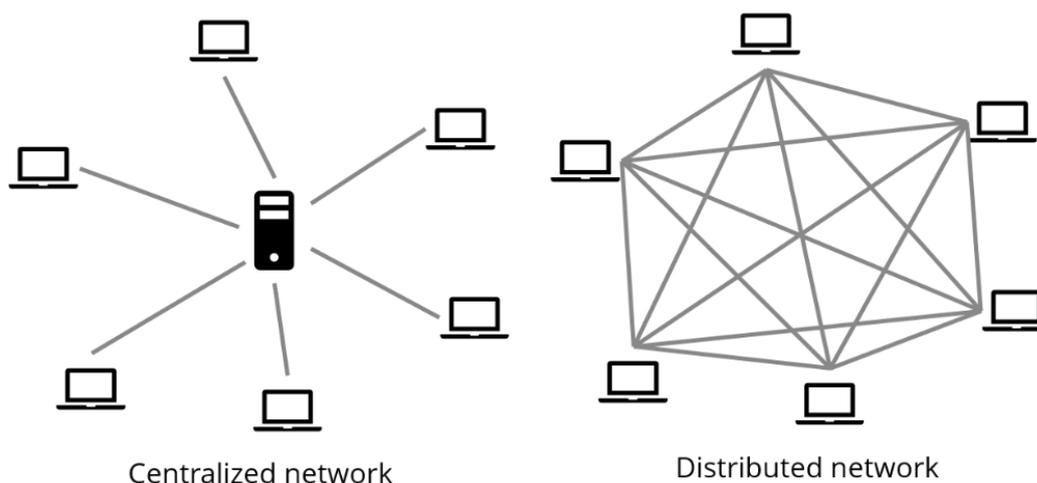


Рисунок 1 – Разница в централизованных и децентрализованных (распределенных) базах данных.

В заключение хочется отметить, что технология «block chain» способна решить множество проблем и в других сферах жизни: транспортные перевозки, туризм, защита прав интеллектуальной собственности, тендеры, регистрация прав собственности и даже выборы властей. Поэтому многие программисты, финансовые аналитики и экономисты сходятся во мнении, что с каждым годом распространенность и востребованность блокчейна будет увеличиваться в геометрической прогрессии. Так, экс премьер-министр Республики Беларусь Андрей Кобяков считает, что блокчейн технологии – это объективный тренд развития многих сфер жизни, который будет развиваться дальше, который остановить нельзя [7].

Список использованных источников

1. Блокчейн в сельском хозяйстве: руководство для фермеров [Электронный ресурс]// HaslFlare. URL: <https://habr.com/company/hashflare/blog/402205/> ;
2. Блокчейн – что это понятным языком [Электронный ресурс]// BestInvestPro. URL: <http://bestinvestpro.com/blokchejn-cto-eto-ponyatnym-yazykom/> ;
3. Где применяется блокчейн – использование технологии блокчейн в разных сферах [Электронный ресурс]// BitExpert. URL: <https://bitexpert.io/wiki/gde-primenyayetsya-blokchejn-ispolzovanie-tehnologii-blokchejn-v-raznyh-sferah/> ;
4. Какая основная цель хакеров [Электронный ресурс]// Я.Слит. URL: <http://yaslit.ru/kakaya-osnovnaya-cel-xakerov/> ;
5. Как политические взгляды влияют на рост курса криптовалют? [Электронный ресурс]// CryptoFeed. URL: <https://cryptofeed.ru/news/kak-politicheskie-vzglyady-vliyayut-na-rost-kursa-kriptovalyut/> ;
6. Компания Louis Dreyfus тестирует блокчейн для торговли соей [Электронный ресурс]// BitNovosti. URL: <https://bitnovosti.com/2018/01/24/kompaniya-louis-dreyfus-primenyaet-blokchejn-dlya-torgovli-soej/> ;
7. Мнение экспертов о криптовалютах и блокчейн технологии [Электронный ресурс]// Ethereum: ОТ А ДО Я. URL: <https://1ethereum.ru/mnenie-ekspertov-o-kriptovalyutah-i-blokchejn-tehnologii/>.

BLOCK CHAIN TECHNOLOGIES AS A NEW LOOK AT THE ORGANIZATION OF STATE AND BUSINESS PROCESSES IN MARKET COMPETITION

E.S. Kharchevnikova, I.P. Glukhenkaya

*Altai State University,
Barnaul, Russia*

The article is devoted to an urgent issue - determining the strengths of blockchain technologies and the possibility of their application in economic and other areas of society. The article identifies and describes the shortcomings of traditional ways of doing business, their vulnerability, as well as how the latest technologies can contribute to solving such problems.

Keywords: databases, vulnerability, blockchain, economy, hacker attacks, cryptocurrency, centralization, decentralization

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Е.С. Харчевникова, И.П. Глухенькая

*Алтайский государственный университет,
г. Барнаул, Россия*

Статья посвящена актуальной проблеме – системным проблемам российской экономики. Авторами выделены приоритетные цели и направления развития экономики России. Определены возможные отрасли развития экономики с целью обеспечения конкурентоспособности России на мировой арене.

Ключевые слова: мировая арена, конкуренция, конкурентоспособность, глобальная конкуренция, цифровая экономика, диверсификация

Современное развитие мирового сообщества характеризуется системной интеграцией экономик государств, международной концентрацией капитала, интеграцией мировых рынков и глобализацией хозяйственной деятельности компаний. Важнейшими его факторами становятся научно-технический прогресс и интеллектуализация основных факторов производства.

Экономическое и технологическое доминирование США, Японии и стран Европейского Содружества основано на наукоемких и высокотехнологичных отраслях промышленности и обеспечивает этим странам политическое господство в мире. Осознавая важность и исключительное значение инновационной сферы деятельности, правительства этих государств перешли к агрессивной инновационной политике посредством государственной поддержки и специальных государственных программ. Это позволит сделать мощный технологический рывок компаниям, имеющим место базирования в этих государствах, и обеспечит еще больший разрыв по всем макроэкономическим показателям в этих странах по сравнению с остальными [2].

Данная тема актуальна, так как Россия намерена укрепить свои позиции на мировой арене, в том числе в качестве не сырьевого игрока. Сейчас, Россия находится далеко от ведущих стран мира по данному направлению, что противоречит целям экономического развития страны, которые обозначил в одном из обращений к Федеральному собранию РФ Владимир Путин. Президент сказал, что Россия должна прочно закрепиться в пятёрке крупнейших экономик мира [5].

Для достижения этой цели можно выделить несколько возможных путей развития экономики нашей страны.

Во-первых, российские компании, работающие в сфере ОПК, могли бы использовать свои технологические наработки для создания гражданских

товаров [6]. Так, например, «Аэрофлот» может стать первым заказчиком нового гражданского сверхзвукового самолета, заявил генеральный директор авиакомпании Виталий Савельев. По его мнению, сверхзвуковой лайнер был бы интересен тем, кто хотел бы долететь из Москвы до Владивостока за 3 часа, а не за 8-9 часов. Так, 25 января 2018 г. Владимир Путин предложил сделать гражданскую версию сверхзвукового самолета на базе стратегического ракетоплана Ту-160М [1].

Во-вторых, IT-технологии. В качестве примера можно рассмотреть российский банковский сектор, который является одним из ведущих в мире по качеству IT решений. В настоящее время в мире особое внимание уделяется растущему весу криптовалют. Так, Центральный Банк России и Минэкономразвития обсуждают вопрос об эмиссии национальной криптовалюты, эмитентом которой должно выступить государство. «Мы совместно с Центральным банком сейчас обсуждаем вопрос о возможности, в принципе, эмитирования криптовалюты. Наверное, это должна быть не частная криптовалюта, а валюта, которая эмитируется государством, для того чтобы можно было всей цифровой экономике обеспечивать более удобное хождение в цифровом виде денег», - заявил заместитель главы Минэкономразвития Олег Фомичев [7].

Также необходимо уделить особое внимание развитию человеческого потенциала, например, более углубленное изучение профессий. Это, например, Гранты Президента Российской Федерации, Премии Президента Российской Федерации в области науки и инноваций, создание центров компетенций в вузах.

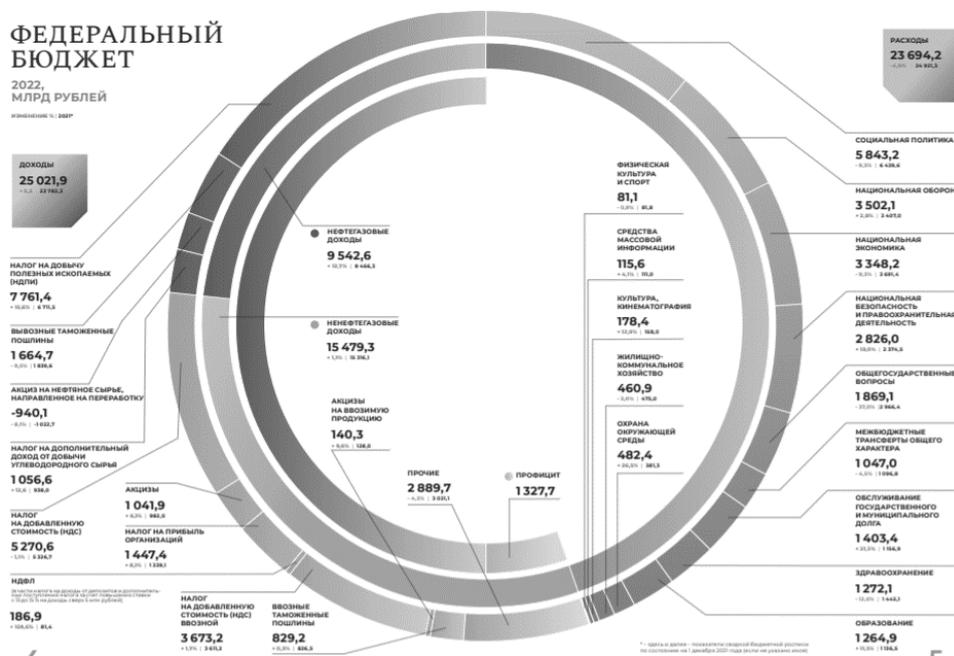


Рисунок 1 – Структура федерального бюджета России на 2022 год

Обратим внимание на данные, показанные на рисунке 1. Мы видим, что по плану на 2022 год расходы на образование вырастут более, чем на 11 % по

отношению к 2021 году, что является благоприятным фактом для данного направления [3].

В заключение отметим, что у России есть все ресурсы для вхождения в число крупнейших экономик мира и наращивания своей конкурентоспособности. Поэтому цель, озвученная Владимиром Путиным, во многом зависит от грамотного распоряжения этими ресурсами. Также важно отметить, что обладание таким количеством ресурсов, как у России, уже является весомым конкурентным преимуществом и им надо пользоваться.

Список использованных источников

1. Аэрофлот с радостью закажет сверхзвуковой лайнер [Электронный ресурс]// Вести.Экономика. URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/98950> ;

2. Корсаков М.Н., Тычинский А.В. ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РФ И ГЛОБАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2007. – №2. – С. 59-61.

3. Клячко, Т. Экономика образования и возможность реформ [Электронный ресурс // Учительская газета. URL: <http://www.ug.ru/insight /633>.

4. Организация экономического сотрудничества и развития [Электронный ресурс] URL: <http://www.oecd.org/>.

5. Послание Президента РФ Федеральному собранию от 01.03.2018 [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291976/.

6. Постановление правительства от 16.05.2016 №425-8 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие оборонно-промышленного комплекса»» URL: <http://static.government.ru/media/files/iZ4uqvL9mUDskW9PchNt043CW0AuuYQN.pdf>.

7. ЦБ и Минэкономразвития обсуждают вопрос об эмиссии государством национальной криптовалюты [Электронный ресурс]// Investing.com. URL: <https://ru.investing.com/news/economy/article-515008>.

PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY IN THE CONDITIONS OF STRENGTHENING GLOBAL COMPETITION

E.S. Kharchevnikova, I.P. Glukhenkaya

*Altai State University,
Barnaul, Russia*

The article is devoted to the actual problem - the systemic problems of the Russian economy. The authors have identified priority goals and directions for the development of the Russian economy. The possible sectors of the development of the economy have been identified in order to ensure Russia's competitiveness on the world stage.

Keywords: global arena, competition, competitiveness, global competition, digital economy, diversification

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОНКОНГА: ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ

Е.Г. Хитарова, Д.Р. Алчангян

*Кубанский государственный университет,
г. Краснодар, Россия*

В данной статье представлен анализ экономической ситуации Гонконга. Указаны сильные и слабые стороны, возможности и угрозы дальнейшего развития.

Ключевые слова: Гонконг, государство, конкурентоспособность, экономика, финансы, мировые лидеры

Гонконг представляет собой специальный административный район Китайской Народной Республики, являясь при этом одним из ведущих финансовых центров Азии и мира. Современной проблемой Гонконга можно назвать факт попыток Китая к его поглощению, хотя и безрезультатно. Гонконг имеет собственную стабильную национальную валюту, весьма лидирующую экономику, довольно привлекательную систему налогообложения, а также является востребованной площадкой для ведения бизнеса, как для резидентов, так и для иностранных компаний. Следует отметить, что одним из факторов актуальности рассмотрения именно экономики Гонконга является его успехи в финансовой системе, так как в России данная тема, требует активного мониторинга, анализа и усовершенствования.

Цель работы – проведение мониторинга в сфере конкурентоспособности страны с презентацией практических рекомендаций о возможности адаптации перспективных элементов к российской практике.

Информационная база исследования работы включает: открытые данные, размещённые на официальных сайтах в сети интернет; учебную литературу; монографии; действующее законодательство и материалы судебной практики.

Глобализация поглотила весь мир и сегодня, выходя на международную арену, каждая страна должна объективно относиться к оценке своих конкурентных преимуществ, с целью устранить возможные негативные последствия в сфере экономики. Конкурентоспособность страны – это совокупность факторов, благодаря которым государство может уверенно действовать, составляя конкуренцию другим. Каждая развитая республика обладает конкурентными преимуществами, т.е. уникальными характеристиками, благодаря которым она может войти на мировой рынок и занять там особое место, выгодно предлагая свои специфические товары и услуги. Каждое государство особенное – это привлекательные условия для

ведения бизнеса, богатство природных ресурсов, энергетических, развитые инновационные отрасли. [2]

Приведем основные факторы, формирующие конкурентоспособность страны (по направлениям). (Рис. 1)

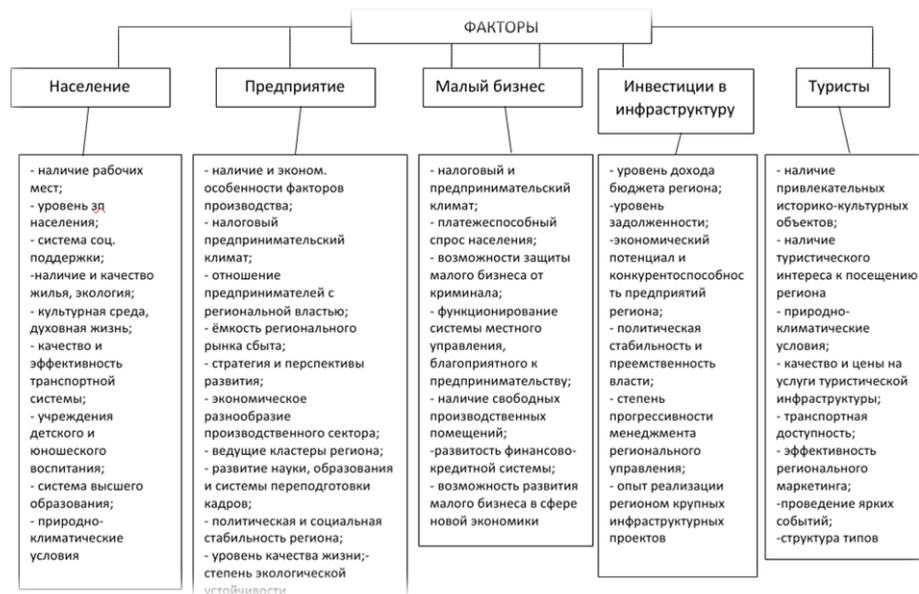


Рисунок 1 – Факторы, формирующие конкурентоспособность страны

В Гонконге наблюдается довольно сложная и специфическая языковая ситуация. Кантонский диалект, который по сути является наиболее востребованным жителями округа, официально существует только в своей устной форме, но даже такое его использование очень часто вынуждено проходить через различные препятствия, особенно в образовательной сфере, где его активно вытесняет путунхуа. Английский, более ста лет бывший единственным официальным языком колониального Гонконга, до сих пор продолжает оставаться важным средством общения, что во многом связано с международным статусом Гонконга как ведущего финансового и экономического центра Азии. «Одной из главных задач государства среди прочих, не менее значимых, является поддержка науки, образования, сохранение родного языка, национальной самоидентификации». [4, 128] От того, насколько гибкой и дальновидной будет политика местных и центральных властей в языковой сфере, во многом зависит не только успешная языковая интеграция Гонконга с материковым Китаем, но и перспективы их дальнейшего взаимодействия в целом.

В 2019 году из-за массовых антиправительственных выступлений в экономике началась рецессия. В результате этого ВВП в третьем квартале 2019 года сократился на 3,2 %. [3] Пострадали такие сферы, как: туристическая, сфера услуг, рынок недвижимости (упали цены) и так далее. Это событие

вполне может негативно повлиять на репутацию Гонконга как мирового финансового центра.

Для разработки рекомендаций по усовершенствованию и увеличению показателя конкурентоспособности страны следует составить SWOT анализ экономики Гонконга. (табл 1)

Таблица 1 – SWOT анализ Гонконга

Сильные стороны	Возможности
<p>Действуют принципы либерализма Собственная национальная валюта Низкий уровень инфляции (0,3 %) Высокая степень иностранных инвестиций Максимально привлекательные условия налогообложения Отсутствие таможенных пошлин и валютного контроля Высокая степень развития новейших технологий Низкий уровень преступности Отсутствие вмешательства государства в бизнес Высокая доля промышленного экспорта Высокая доля сферы услуг в ВВП Привлекательные условия для ведения бизнеса</p>	<p>Разработка и развитие «зелёного» кредитования Развитие в сфере новейших технологий Привлекательная площадка для привлечения иностранных компаний Разработка и реализация программ по улучшению благосостояния населения Сохранение лидирующих позиций как мирового финансового центра Разработка программ по взаимовыгодному сотрудничеству местных компаний с иностранными</p>
Слабые стороны	Угрозы
<p>Чрезмерное влияние Китая Максимально недоступные цены на жильё Трудности с открытием счёта в банке нерезидентам Политическая нестабильность внутри региона Расслоение населения по уровню жизни Социальная напряжённость Слаборазвитый производственный и сельскохозяйственный сектор Полная власть Китая над городом</p>	<p>Полная власть Китая над городом Максимальная зависимость от экспорта Максимальная зависимость от сферы услуг Возникновение нестабильности внутри города, в связи с изменениями на внешнем рынке Проблемы в демографической сфере</p>

Экономика Гонконга претерпела немалые удары за последние 3 года, усугубление экономической ситуации продолжилось благодаря вспышке инфекции, ударив по одним из самых важнейших отраслей экономики Гонконга - туризму. Гонконг по праву считается международным финансовым центром. Одной из причин является то, что он создаёт максимально благоприятные условия для ведения бизнеса, привлекая огромный поток желающих начать своё дело, как местных жителей, так и зарубежных инвесторов. На примере продовольственного рынка следует отметить, что «важнейшим методологическим принципом при исследовании регионального рынка становится его рассмотрение как относительно однородной социально-экономической системы. Поэтому продовольственный рынок представляет собой динамичное взаимодействие всех элементов единого воспроизводственного цикла, определяемых в данный момент всей совокупностью производственных отношений» [1, 338].

Предприняв попытки устранить возможные угрозы и принимая во внимание сильные стороны экономики, можно сделать вывод, что Гонконг имеет огромные преимущества, которые позволяют ему иметь статус одного из ведущих финансовых центров Азии и мира. Благодаря своей сильной развитости в сфере экономики он активно противостоит Китаю.

Следует предположить, что экономика Гонконга с годами будет становиться всё сильнее и стабильнее, что может подтвердить статус страны как мирового лидера в сфере экономики.

Список использованных источников

1. Белкина, Е.Н., Мусаева К.Р. К вопросу об исследовании состояния регионального продовольственного рынка // Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Сб. ст. по материалам 71-й науч.-практич. конф. преподавателей по итогам НИР за 2015 год. 2016. Изд-во: ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

2. Возможности азиатских финансовых центров Гонконга и Сингапура [Электронный ресурс] URL: <https://internationalwealth.info/offshore-jurisdictions/possibilities-of-asian-financial-centers/>

3. Годовая статистика международной торговли товарами (HS02). Динамика международной торговли, г/г (%) | 2009 – 2020 [Электронный ресурс] URL: <https://trendeconomy.ru/data/h2/Hongkong/>

4. Хитарова, Е.Г., Хитарова Т.А. Совершенствование правовой культуры в условиях глобализации: синхронический и диахронический аспекты // Профильное и профессиональное образование в условиях современного поликультурного пространства. Материалы VI Международной научно-практической конференции. 2018. Изд-во: Челябинский филиал РАНХиГС. С. 128.

COMPETITIVENESS OF HONG KONG: OPPORTUNITIES AND THREATS

E.G. Khitarova, D.R. Alchangyan

*Kuban State University,
Krasnodar, Russia*

This article presents an analysis of the economic situation in Hong Kong. The strengths and weaknesses, opportunities and threats of further development are described.

Keywords: Hong Kong, state, competitiveness, economy, finance, world leaders

УДК 656.11

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

Е.Г. Хитарова, А.Д. Бабаян

*Кубанский государственный университет,
г. Краснодар, Россия*

В данной статье были выявлены наиболее конкурентоспособные отрасли экономики Республики Армения, а также предложены методические рекомендации для их стимулирования.

Ключевые слова: конкурентоспособность, производительность, устойчивость экономики, инфраструктура, высшее образование

Цель данного исследования – определение вектора развития определенных секторов экономики для повышения рейтинга конкурентоспособности. Конкурентоспособность – одна из главных задач, стоящих перед Арменией. В контексте политики конкурентоспособности цель экономического развития – это существенное снижение разрыва в уровне производительности между отечественными и ведущими конкурентоспособными странами и предоставление адекватных оплаченных рабочих мест для рабочей силы, что позволит избежать миграции, возникающей по чисто экономическому признаку [1].

Для развернутого представления об экономике Армении стоит привести показатели основных индексов конкурентоспособности и на их основе определить положение страны в мировом пространстве по отношению к другим

представителям международных взаимоотношений. В предыдущем году Армения достигла лучших результатов в области инноваций, чем в области устойчивости экономики. [6]. Что касается результатов инновационной деятельности, то Армения занимает 69-е место. Эта позиция ниже, чем в 2020 и 2019 годах.

Безработица, миграция и бедность по-прежнему остаются наиболее серьезными социальными проблемами, препятствующими конкурентоспособности экономики Армении. Данные по уровню безработицы Республики Армения в сравнении с другими странами СНГ представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Уровень безработицы в % к экономически активному населению (в среднем за год) [3]

Страны СНГ	2019 г.	2020 г.
Армения	18,3	18,2
Казахстан	4,8	4,9
Молдова	5,5	5,5
Кыргызстан	5,1	3,8
Россия	4,6	5,8
Узбекистан	9,0	10,5
Украина	8,2	9,3
Азербайджан	4,8	7,2

Исходя из данных, приведённых в таблице, можно сделать вывод, что восстановление отражено в уровне безработицы, который снизился всего лишь на 0,1 процентных пункта по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

По текущим данным у Республики Армения самый высокий уровень безработицы среди остальных стран СНГ, что несомненно является негативным фактором в общем балле определения конкурентоспособности страны. Это может быть вызвано рядом факторов [5]:

- 1) экономический спад в связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией в мире, которая вынуждает работодателей снижать уровень потребности не только во всех ресурсах, но и в трудовых;
- 2) низкие заработные платы;
- 3) слабая зависимость между качеством рабочей силы и системой образования.

Для определения зависимости между наличием образования и уровнем безработицы приведены данные в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристика рынка труда Армении за 2019–2020 гг. (1 000 человек) [3]

Уровень образования	Рабочая сила				Лица, не входящие в состав рабочей силы	
	Безработные		Занятые			
	2019 г.	2020 г.	2019 г.	2020 г.	2019 г.	2020 г.
Высшее, послевузовское	63,9	66,3	346,7	352,3	140,9	154,3
Средне специальное, профессиональное (ремесленное)	63,6	61,5	254,3	262,8	197,3	212,1
Общее среднее	99,5	94,0	424,0	399,1	402,1	402,9
Основное общее и ниже	13,8	12,6	52,3	38,2	142,7	144,0
Итого	240,8	234,4	1077,4	1052,4	883,0	913,3

Статистика показывает, что примерно равное количество человек, имеющих высшее и общее среднее образования, представляют занятое население в экономике. Также 44,1 % лиц с общим средним образованием не являются рабочей силой. Выявлен высокий уровень безработицы среди образованных людей. Следовательно, проблема заключается в разрыве между качеством рабочей силы, фактически предлагаемой системой образования, то есть присутствует слабая связь между образованием и рынком труда.

Основные направления по усовершенствованию экономики Армении в сфере системы образования, которые смогут повысить рейтинг ее конкурентоспособности [2]:

1) обеспечение роста производительности и конкурентоспособности Армении, сосредоточив внимание на развитии талантов для приоритетных секторов;

2) обеспечение равного доступа к качественному образованию во всех регионах Армении.

Кроме этого, следует подчеркнуть, что «современный выпускник вуза обладает набором необходимых компетенций и может легко ориентироваться в объеме материала по своей специфике на иностранном языке» [4, 90] Будущий руководитель, специалист высшего уровня может быть конкурентоспособным при высоком знании иностранного языка.

Для модернизации образовательной системы страны Республики Армения необходимо прибегнуть к следующим стратегическим шагам для усовершенствования:

1) развитие цифровых инструментов и электронного обучения позволит расширить доступ к получению профессиональных навыков и знаний в сельских и отдаленных районах;

2) соответствие образования будущим потребностям рынка труда с упором на естественные, научно-технические и сельскохозяйственные дисциплины, позволяющее захватить основные отрасли промышленности, сельского хозяйства и строительства.

Таким образом, Армения обладает выгодными перспективами в дальнейшем развитии ее секторов экономики для повышения рейтинга конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Портер, М. Международная конкуренция /Пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина. – Москва: Международные отношения, 1993.

2. Общий обзор Армения 2021–2041 Сентябрь 2021 // FutureArmenian URL: <https://futurearmenian.com/ru/news/from-armenia-2020-to-armenia-2041-outlining-the-way-to-the-future-armenian/> (дата обращения: 10.03.2022).

3. Статистические данные // Статистический комитет Республики Армения URL: <https://www.armstat.am/ru/> (дата обращения: 14.03.2022).

4. Хитарова, Т.А., Хитарова Е.Г. Пути оптимизации методов преподавания иностранного языка в системе высшей школы // актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. Сб. статей VI Всероссийской науч.-практич. конференции. 2019. Изд-во: Пензенский государственный аграрный университет (Пенза), С.89

5. Growth and poverty reduction in Armenia: achievements and challenges / Enrique Gelbard [et al.]. - Washington (D.C.): International Monetary Fund, 2005. - P. 89

6. The World Bank in Armenia // World Bank URL: <https://www.worldbank.org/en/country/armenia/overview#3> (дата обращения: 15.03.2022).

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE REPUBLIC OF ARMENIA

E.G. Khitarova, A.D. Babayan

*Kuban State University,
Krasnodar, Russia*

In this article, the most competitive sectors of the economy of the Republic of Armenia were identified, as well as methodological recommendations for their stimulation were proposed.

Keywords: competitiveness, productivity, economic sustainability, infrastructure, higher education

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ И РЕГИОНАХ РОССИИ

В.О. Черненко

*Сибирский Государственный Университет Путей Сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

В статье отражены результаты исследования инвестиционных процессов. Рассматривается процесс инвестирования в медицину и образование Новосибирской области и республики Алтай в период 2017-2022 годы.

Ключевые слова: инвестиции, инвестирование, экономическое развитие, прирост инвестиций, Новосибирская область, Алтай

Инвестиции во многом определяют экономический рост государства, занятость населения и составляют важнейший элемент той базы, на которой базируется экономическое развитие общества. Поэтому проблема, связанная с эффективной реализацией инвестиций, заслуживает серьезного внимания [1, с. 424].

Инвестиционная деятельность является одним из важнейших аспектов функционирования любой коммерческой организации. Причинами необходимости инвестиций в основной капитал являются обновление существующей материально-технической базы, увеличение объемов производства и освоение новых видов деятельности. Инвестирование в облигации или финансовые активы направлено на получение прибыли.

Под инвестициями в здравоохранение подразумеваются финансовые вложения в стационарную медицинскую помощь; амбулаторную помощь; медицинскую помощь в дневных стационарах; скорую медицинскую помощь; санаторно-оздоровительную помощь; заготовку, переработку, хранение и обеспечение безопасности донорской крови и ее компонентов; санитарно-эпидемиологическое благополучие; прикладные научные исследования в области здравоохранения и в другие вопросы в области здравоохранения.

Инвестициями в образование финансовые потоки, направленные на дошкольное образование, общее образование, начальное профессиональное образование, среднее профессиональное образование, профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации, высшее и послевузовское профессиональное образование [2, с. 63], молодежная политика и оздоровление детей, прикладные научные исследования в области образования и другие вопросы.

В работе рассматривается динамика инвестиционных процессов в области образования и здравоохранения в двух регионах [3, 4]. В целом мы видим положительную динамику инвестирования (табл.1).

Таблица 1 – Объем инвестиций в здравоохранение и образование

Год Регион	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Итого
Здравоохранение, млн. руб.							
Республика Алтай	192,898	198,234	249,072	526,020	447,096	334,495	1947,815
Новосибирская область	3504,7	3046,3	3077,1	5238,9	11624,3	983,2	27474,5
Образование, млн. руб.							
Республика Алтай	294,237	364,165	587,163	631,770	887,635	706,525	3471,495
Новосибирская область	3646,7	4425,8	6060,4	10865,2	9836,2	7634,1	42468,4

Анализируя данные таблицы 1 можно сказать, что динамика инвестиций в здравоохранение и образование в период 2017-2020 в Новосибирской области положительная, но в 2021-2022 годах динамика инвестирования в данные отрасли снижается. В республике Алтай снижение количества инвестиций наблюдается с 2021 года по статье здравоохранение, а по статье образование только в 2022 году.

Ниже в таблице представлены результаты анализа изменений объемов инвестиций в анализируемых регионах в здравоохранение и образование (табл. 2).

Таблица 2 – Результаты расчетов динамики объемов инвестиций в здравоохранение и образование

Год Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Здравоохранение, республика Алтай						
Ежегодные темпы прироста, $T_{пр}$, %	-	+2,766	+25,645	+111,192	-15,004	-25,185
Ежегодный абсолютный прирост Δy , млн. р.	-	+5,336	+50,838	+276,948	-78,924	-112,601
Средний темп прироста, %	+11,6					
Средний абсолютный пророст, Δy , млн. руб.	+28,3 млн. руб.					

Продолжение таблицы 2

Образование, республика Алтай						
Ежегодные темпы прироста, $\overline{T}_{пр}$, %	-	+23,766	+61,235	+7,597	+40,5	-20,404
Ежегодный абсолютный прирост Δu , млн. р.	-	+69,928	+222,998	+44,986	+256,458	-181,11
Средний темп прироста, %	+19,2					
Средний абсолютный пророст, Δu , млн. руб.	+82,6 млн. руб.					
Здравоохранение, Новосибирская область						
Ежегодные темпы прироста, $\overline{T}_{пр}$, %	-	-13,0796	+1,0111	+70,2545	+121,884	-91,5419
Ежегодный абсолютный прирост Δu , млн. р.	-	-458,4	+30,8	+2161,8	+6385,4	-10641,1
Средний темп прироста, %	-22,4					
Средний абсолютный пророст, Δu , млн. руб.	-504,3 млн. руб.					
Образование, Новосибирская область						
Ежегодные темпы прироста, $\overline{T}_{пр}$, %	-	+21,3645	+36,9334	+79,2819	-9,4706	-22,3877
Ежегодный абсолютный прирост Δu , млн. р.	-	+779,1	+1634,6	+4804,8	-1029	-2202,1
Средний темп прироста, %	+15,92					
Средний абсолютный пророст, Δu , млн. руб.	+797,5 млн. руб.					

На основе рассчитанных данных, мы видим, что инвестирование в здравоохранение Новосибирской области имеют большие объемы, чем в республике Алтай. Максимальный абсолютный прирост инвестиций в НСО был достигнут в 2021 году, т.е. 6385,4 млн. руб., наименьший в 2022 году, что составило -10640,1 млн. руб. В республике Алтай наименьший показатель был

в 2022 году (- 112,601 млн. руб.), а наибольший был достигнут в 2020 году, что составило 500,8 млн. руб.

Наибольшие показатели инвестиций в образование были достигнуты в 2021 году в НСО и республике Алтай, 4804,8 млн. руб. и 256,46 млн. руб., соответственно. Наихудшие показатели представлены в 2022 году, для НСО размер инвестиций сократился на 2202,1 млн. руб., а для республики Алтай на 181,1 млн. руб..

На основе данных, мы видим скачкообразное изменение объемов инвестиций. Этот скачок обусловлен увеличением направляемых инвестиций из бюджета государства с целью поддержки регионов во время сложной эпидемиологической ситуации во всем мире, связанной с возникновением и распространением COVID-19.

В постановлении правительства Российской Федерации на плановый период 2023-2024 годы было оговорено, что государство будет продолжать поддерживать регионы в социально– экономической политике, в том числе особо важные социальные отрасли [5, с. 180], такие как здравоохранение и образование.

Список использованных источников

1. Хекало, О.Ю., Турубаров П.Н. Характеристика инвестиционных процессов в регионах России // в сборнике: Актуальные проблемы экономического развития. Сборник докладов X Международной заочной научно-практической конференции. – 2019. – С. 424-428.

2. Болбат, О.Б., Закирова Е.С., Хекало О.Ю. Роль научно-исследовательской работы студентов в подготовке будущих специалистов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2021. – № 11-2. – С. 62-66.

3. Доклад о социально-экономическом положении республики Алтай [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <https://gks.ru/region/doc11184/Main.htm> (дата обращения 19.03.2022).

4. Росстат. Статистические сборники по Новосибирской области [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <https://novosibstat.gks.ru/folder/42303> (дата обращения 19.03.2022).

5. Мартынова, А.А., Дегтярева О.С. Налоговая политика 2015-2017 гг. деофшоризация российской экономики: обзор основных концепций // В сборнике: Проблемы антикризисного управления и экономического развития (ПАУЭР-2016). Материалы III Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 178-182.

INVESTMENT PROCESSES IN VARIOUS INDUSTRIES AND REGIONS OF RUSSIA

V.O. Chernenko

*Siberian State University of Railway Engineering,
Novosibirsk, Russia*

The article reflects the results of the study of investment processes. The process of investing in medicine and education in the Novosibirsk region and the Altai Republic in the period 2017-2022 is considered.

Keywords: investment, investment, economic development, investment growth, Novosibirsk region, Altai

УДК 65.01

СТРАТЕГИЯ МАЛЫХ АРХИТЕКТУРНЫХ ФИРМ В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

А.В. Чупина

*Иркутский национальный исследовательский технический университет,
г. Иркутск, Россия*

В статье рассматривается вопрос стратегии малых архитектурных фирм в современных условиях, раскрывается актуальность данного вопроса. Приводятся статистические данные истории запросов жителей России и конкретного региона по архитектурному проектированию. Выделяются основные факторы, влияющие на планирование деятельности архитектурной фирмы и определяющие выбор конкретной стратегии.

Ключевые слова: архитектурная фирма, архитектурное проектирование, стратегия

Сфера строительства всегда была одной из самых приоритетных и важных сфер жизнедеятельности людей всех стран и национальностей. По состоянию строительного рынка можно оценить экономическое положение частного владельца, региона, и даже всего государства.

С каждым годом появляются новые, более усовершенствованные инструменты и материалы для строительства и проектирования зданий и сооружений. Это даёт возможность реализовывать новые, более сложные идеи

и воплощать их в жизнь. Поэтому в условиях современного мира невозможно представить строительство без обращения к профессионалам, оказывающим услуги проектирования

Архитектурная фирма – это фирма, оказывающая профессиональные услуги, основным направлением деятельности которой является архитектурное проектирование. Небольшие профессиональные сервисные фирмы, использующие строительные знания, становятся все более важными агентами инноваций в строительной отрасли утверждают Лу С.Л. и Секстон М. На сегодняшний день архитектурное проектирование – один из самых развитых секторов строительного рынка. Именно поэтому проблема влияния меняющегося мира на малую архитектурную фирму сегодня очень актуальна.

Целью данной работы является рассмотрение стратегии архитектурной фирмы в меняющемся мире.

Стратегический менеджмент обсуждается многими авторами и имеет разные точки зрения. Фундаментальные концепции в области стратегии общеприняты и почти никогда не подвергались сомнению, сказано в книге Вит Б. Д. и Мейер Р.. Они также утверждают, что по большинству ключевых вопросов существуют сильно различающиеся мнения, и разногласия настолько глубоки, что даже общее определение термина «стратегия» является иллюзорным. Например, Минцберг Х. упомянул пять различных определений «стратегии»:

- 1) Стратегия – это план или руководство, определяющее действия в будущем;
- 2) Стратегия – это поведение, неизменное во времени;
- 3) Стратегия – это позиция, так как это местонахождение товара на конкретных рынках;
- 4) Стратегия – это взгляд, поскольку это процесс или система мышления, формирующаяся перспектива;
- 5) Стратегия как уловка, это как «маневр» для конкуренции, враг или конкурент.

Определение «стратегия» рассматривается с совершенно разных точек зрения. Но для этой работы я взяла более широкое понятие: Это определение стратегии является общим описанием разрабатываемой теоретической основы. Стратегия – это конкретный долгосрочный план достижения конкретной долгосрочной цели пишут Соколова Н. Н. и Егорова Т. Н.. Винч Г. М. и Шнайдер Э. эмпирически определили четыре общие стратегии для архитектурных фирм и адаптировали их к архитектурной сфере. Они определили рынок архитектурного проектирования на основе двух измерений: спроса и предпочтений. Так же они описывают эти модели следующим образом:

– сильная поставка уделяет больше внимания относительно простым типам зданий и дешевому удовлетворению клиентов;

– большой опыт сосредоточен на относительно сложных типах зданий, решении сложных архитектурных задач для удовлетворения эксплуатационных требований заказчиков;

– сильное честолюбие направлено на получение первого крупного заказа, а руководители архитектурных бюро могут иметь дополнительный заработок от участия в архитектурных проектах и преподавания в вузах;

– сильная идея – иметь возможность создать уникальное архитектурное сооружение по желанию клиента.

Процесс создания архитектурного объекта любого масштаба начинается с полного анализа полученных данных, затем изучения норм и правил, необходимых для реализации проекта, рассматривается множество вариантов концептуальных решений, которые предоставляются заказчику в 2D и 3D виде (в настоящее время этому способствует развитие BIM-технологий). При этом необходимо координировать деятельность сотрудников и держать их в курсе информации, необходимой для осуществления проектной деятельности. Также очень важно на протяжении всей работы общаться с клиентом и получать решение клиента по заданным вариантам, а затем уже утвержденный вариант передавать в дальнейшую работу. После этого команда, выполняющая проект, должна сдать его в определенный срок и уложиться в запланированный бюджет. Крамер и Симпсон в своей книге говорят о том, что для выполнения этих обязательств требуется команда высококвалифицированных людей, поэтому профессиональные услуги напрямую связаны коммуникацией, управлением и лидерством. Услуги архитекторов и дизайнеров открывают двери для других услуг в сфере строительства. Соответственно, очень важно, чтобы работы, выполняемые архитекторами и дизайнерами, выполнялись профессиональными работниками и представляли собой качественную профессиональную услугу.

Архитектурное проектирование относится к высокоинтеллектуальному виду деятельности и требует много знаний и времени для выполнения проекта, поэтому стоимость архитектурных проектов не является низкой. Однако на рынке архитектурного проектирования существует конкуренция. Чтобы определить стратегическое позиционирование, Винч Г. М. и Шнайдер Э. исследуют взаимосвязь между позиционированием на внутреннем рынке и его связью с сетевым позиционированием как способом доступа к ресурсам. Винч Г. М. и Шнайдер Э. пишут о том, что основное внимание уделяют компании как стратегическому субъекту и воспринимают ее как единицу анализа. Исследование также показывает, что архитектурные фирмы, оказывающие профессиональные услуги, нуждаются в разработанной концепции позиционирования фирмы для определения бизнес-позиционирования, определяющего отношения фирмы с промышленными конкурентами, предполагают Кока Б. Р. и Прескотт Дж. Э.. Исследование, проведенное Кока Б. Р. и Прескотт Дж. Э., показывает, что существует связь между позиционированием бизнеса и позиционированием в сети, и утверждает, что

фирмам необходимо развивать их сети альянсов, чтобы иметь возможность эффективно реагировать на изменения и инновации.

Для определения актуальности спроса на архитектурные фирмы я выбрала самую популярную в России информационную поисковую систему Яндекс. Для анализа актуальности спроса был определен термин «архитектурное проектирование», поскольку он имеет наибольшее количество запросов в системе Яндекс (<https://wordstat.yandex.ru/>).

Для выявления динамики запросов и их анализа, я сопоставила количественные показатели всех обращений граждан России за последние 2 года в период с апреля 2020 года по март 2022 года, и жителей Иркутска за тот же период.

Из полученных данных видно, что меньше всего граждане России интересовались запросом «архитектурное проектирование» в поисковой системе в период пандемии COVID-19 в августе 2020 г. По состоянию на август 2020 г. количество запросов по России составило 7176. Для пользователей из Иркутска, аналогичный период был в августе 2020 года и составил 54 запроса. Подобная статистика наблюдалась через год в августе 2021 года. Тогда количество запросов по фразе «архитектурное проектирование» составило 59 запросов.

По мнению экспертов, попытки экономить за счет расходов на архитектурное проектирование стали одной из характерных тенденций в период COVID-19 в 2020 году, когда многие остались без работы, либо имели не постоянный заработок. Так же падение российского рынка проектных работ, в частности, в индивидуальном строительстве связывают с резким увеличением стоимости строительных материалов. Учитывая вероятность того, что отечественные стройматериалы не смогут обеспечить потребности рынка в полном объеме, штаб при Правительстве Российской Федерации, созданный для разработки мер по нивелированию роста цен на строительные ресурсы, готовит сейчас меры поддержки взаимодействия участников отрасли со странами Азии. И в следствии этого, по мере выхода рынка из кризиса спрос на качественную и, соответственно, более дорогую архитектуру будет увеличиваться.

В результате ограничений и изменений связанных с COVID-19, у многих людей изменился не только формат работы, но и стиль жизни. Это привело к тому, что загородная недвижимость стала чрезвычайно популярна. Многие стали рассматривать вариант постоянного проживания за городом. За год число семей, мечтающих о собственном доме, по данным опроса ВЦИОМа, увеличилось на 1,7 млн – с 71 % до 73 %. Этому в первую очередь способствовали антикоронавирусные ограничения, связанные с изменением рынка труда и тем, что у многих появилась возможность работать либо дистанционно, либо по гибкому графику.

Наибольший интерес к архитектурному проектированию в России был отмечен в декабре 2021 года, тогда количество запросов составило 14749. Для Иркутян этот период пришелся на апрель 2021 года и составил 174 запроса.

Таким образом, рынок архитектурного проектирования – очень специфическая сфера деятельности, поскольку зависит от множества факторов. Как мы видим, из полученных данных, этот вид деятельности имеет сезонный спрос, а также зависит от политических, социально-экономических и природных факторов. Эти факторы оказывают существенное влияние на экономический аспект, планирование деятельности архитектурной фирмы и определяют выбор конкретной стратегии, учитывающей специфику строительной отрасли.

Список использованных источников

1. Лу С.Л., Секстон М. Инновации в небольших строительных фирмах, обладающих интенсивными знаниями и профессиональными услугами: пример архитектурной практики // Управление строительством, и экономика. – 2006. – Т. 24. – 12. – С. 1269-1282.

2. Вит, Б.Д., Мейер Р. Стратегия: международная перспектива. – 2020.

3. Минцберг, Х. 1998. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического управления, Нью-Йорк: Свободная Пресса, 1998.

4. Соколова, Н.Н., Егорова Т.Н. Финансовая стратегия как важная составляющая общей стратегии компании // Фундаментальные исследования. – 2015. – Т. 12. – №. 2.

5. Винч, Г. М., Шнайдер Э. (1993). Управление организацией, основанной на знаниях: пример архитектурной практики. Журнал управленческих исследований. – 1993. – №30 (3). – С. 923-937.

6. Крамер, Дж.П., Симпсон С. Как фирмы добиваются успеха: практическое руководство по дизайн-менеджменту. – Коммуникации Гринуэй, 2004.

7. Кока, Б.Р., Прескотт Дж.Э. Проектирование сетей альянсов: влияние положения в сети, изменения окружающей среды и стратегии на эффективность фирмы. Журнал стратегического управления. – 2008.

8. <https://wordstat.yandex.ru/>

SMALL ARCHITECTURAL FIRM STRATEGY IN CHANGING WORLD

A.V. Chupina

*Irkutsk National Research Technical University,
Irkutsk, Russia*

The article considers the issue of the strategy of small architectural firms in modern conditions, reveals the urgency of this issue. Statistical data on the history of

requests of residents of Russia and a specific region for architectural design are given. The main factors that influence the planning of the architectural firm and determine the choice of a specific strategy are identified.

Keywords: architectural firm, architectural design, strategy

УДК 658.8

ПРЕДИКТИВНАЯ АНАЛИТИКА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЦЕННОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Д. Чуркин, В.И. Абрамов

*Национальный исследовательский ядерный
университет МИФИ, Москва, Россия*

В современные турбулентные времена, когда «черные лебеди» появляются все чаще, предиктивная аналитика позволяет повысить адаптивность и устойчивость компаний, определяя направление их цифровой трансформации. В статье показано, что предиктивная аналитика с опорой на системы CRM позволяет получать значительные преимущества за счет повышения ценности предложения и выстраивания партнерских отношений с клиентами.

Ключевые слова: CRM, предиктивная аналитика, клиентоцентричность, цифровизация, цифровая трансформация

В условиях шестого технологического уклада и VANI-мира (акроним от слов хрупкий, тревожный, нелинейный и непонятный) требуются новые подходы в управлении. В сложившихся геополитических условиях и особенно при санкционном давлении на Россию проведение политики импортозамещения направлено на развитие экономической деятельности и повышение инновационной активности предприятий [1]. Управление в быстро изменяющейся среде требует нового способа мышления и соответствующих ему действий. Компаниям важно научиться использовать открывающиеся благодаря цифровым технологиям возможности для своего развития, а для этого необходимо развивать адаптивность к изменениям. Клиентоцентричность является глобальным трендом и важнейшей философией, обеспечивающей выживание, устойчивость и рост компаний и предприятий. Лояльность и доверие клиента в современных условиях является важным активом компании. Симбиоз концепций качества 4.0. и индустрии 4.0. определяет глобальную

экономическую конъюнктуру. Эффективное управление брендом невозможно без системной работы над ценностью.

Постановка удовлетворенности клиента во главу угла требует непрерывного и постоянного совершенствования своей собственной квалификации и навыков. В условиях растущей конкуренции повышается интерес к методам реляционного маркетинга, центрирующих ресурсы и усилия организации на выстраивание долгосрочных отношений с постоянными клиентами и партнерами. Внедрение инноваций позволяет разрабатывать более ценные продукты и услуги, тем самым создавая новые источники дохода, повышая общую эффективность взаимодействий. Под инновациями в данном случае может пониматься пересмотр логики деятельности с использованием прогрессивных методов и технологий для реализации целей компании.

Среди технологических инициатив в сфере управления взаимодействиями с компанией важное влияние имеют CRM-системы. CRM-решения актуальны для всех типов секторов: B2B, B2C, B2G, G2C.

За последние 5 лет доля пользователей этих систем выросла соответственно в 2 и 1,5 раза [2, с 73]. CRM-системы позволяют взглянуть на взаимодействие с клиентом более системно и развивать эту сферу для наибольшей взаимной выгоды. Вероятность потери действующих клиентов с использованием CRM-систем становится минимальной, управляемой и оцениваемой. CRM – это не просто технологическое решение для сбора и анализа данных, это более широкий комплексный подход к привлечению и удержанию потребителей за счет выстраивания ценных долгосрочных отношений и управление комплексным восприятием бренда и отношением потребителей для их мотивации к определенному взаимодействию с компанией.

Цифровые системы управления взаимодействием с клиентами за счет операций с большими данными повышают качество управленческих решений и устойчивость новых адаптированных бизнес-моделей. Качество управленческих решений в данном контексте оценивается не только с позиции экономической отдачи. Так, например, при определенных условиях улучшение сервиса или экологичности без значимого сопутствующего оперативного роста чистой прибыли также будет свидетельствовать о качестве принятого решения.

Моделирование и прогнозирование поведения и предпочтений пользователей строится не только на собранных компанией при непосредственных взаимодействиях данных, но и на основе анализа любых доступных «цифровых следов». Подобная предиктивная аналитика поведения клиентов позволяет оптимизировать распределение человеческого и финансового капитала и направлять его в наиболее перспективные направления. CRM-системы при построении прогнозов позволяют учитывать большой объем собранных данных, в том числе и информацию из обратной связи о текущем качестве услуг. Инструменты и возможности предиктивного для повышения эффективности компаний представлены в [3].

Маркетинг движется в сторону индивидуализации и кастомизации каждого предложения, а также омниканальности взаимодействий [4, с 7]. Коммуникация, как процесс достижения взаимопонимания взаимодействующих субъектов несмотря на различие опыта и культурный контекст, является особо важной частью построения взаимодействия с потребителем. Целевые ценностные предложения возможны только при наличии достаточного объема данных о поведении и особенностях потребителей. CRM-системы позволяют системно анализировать информацию о клиенте и взаимодействии с ним. Накопленный опыт позволяет предугадывать потенциальные реакции клиентов.

Предиктивная аналитика взаимоотношений с клиентами позволяет трансформировать компанию в направлении улучшения обеспечиваемого компанией пользовательского опыта: его удобства или силы эмоциональной окраски. Простота взаимодействий для клиента оценивается на всех этапах: от первоначального привлечения внимания до замены продукта другим по истечению срока использования.

Качество информации о ценности предложения позволяет снизить издержки потребителя, сопутствующие выбору и приобретению, что повышает важность работы над цифровым контентом и консультацией. Доступность, достоверность и полнота информации о предложении особенно актуальна ввиду снижения [5] доли спонтанных эмоциональных покупок и увеличения взвешенности выбора потребителей. Особенно велика важность и взвешенность выбора в B2B и B2G рынках. Знания являются важнейшим ресурсом в эпоху информационной экономики. Предоставляя клиенту необходимую информацию и сопутствующие знания, компания проявляет свою заботу о его нуждах.

Помимо удобства общения важную роль играет также и эмоциональность взаимодействия (рис 2). Опыт использования бренда определяется в спектре от более удобного до более запоминающегося, и бренды конкурируют в одном или другом направлении.



Рисунок 2 – Матрица пользовательского опыта [6]

Глубокое понимание и предвидение потребностей покупателя способствует улучшению бизнес-результатов. CRM является сочетанием практик, цифровых инструментов и мягких навыков, ориентированных на создание, накопление и передачу знаний, связанных с клиентами. Предиктивная аналитика, проводимая на накопленных системой CRM больших данных, позволяет повышать надежность взаимодействия с компанией. Предиктивный анализ [7, с. 97] – это все то, что позволяет идентифицировать и интерпретировать закономерности, обнаруженные в огромном количестве текущих и исторических, или архивных данных. Предиктивная аналитика помогает предугадать контекст потребностей и желаний клиентов и определить лучший способ доведения информации через физические и цифровые точки соприкосновения и выстраивания уникального персонализированного подхода. Подрывные технологии искусственного интеллекта, машинного обучения и больших данных обладают наибольшим потенциалом для предвидения реакции клиентов.

Предиктивная аналитика, основывающаяся на данных, аккумулированных CRM-системой, позволяет прогнозировать важные показатели: количество заказов, требуемое число сотрудников, число необходимых встреч, прибыльность тех или иных сегментов и т. д. Аналитика в сфере маркетинга экономит ресурсы компаний, делая более совершенными их маркетинговые усилия и отсеивая предложения, товары и услуги, которые не находят отклика у покупателей. Аналитика может увеличить конверсию с помощью персонализированного, хорошо таргетированного маркетинга.

Примером удачного кейса использования данных о клиенте является кейс настройки напоминающих рассылок клиентам, не закончившим оформление заказа на сайте IKEA. За посещение каталога пользователю начисляется 1 балл, за посещение карточки товара – 2 балла, за добавление товара в корзину – 5 баллов, за переход к оформлению заказа – 15 баллов. Опыт показывает, что чем выше суммарный балл клиента, тем с большей вероятностью он совершает покупку в IKEA, а не у конкурентов. Среди таких людей также выделяются потенциальные покупатели наиболее дорогих товаров. По сравнению с контрольной группой конверсия в покупку увеличивается на 7,5 %, а затраты на ретаргетинг снижаются на 2 %, потому что теперь вместо одинаковой рекламы, которая показывается всем потенциальным клиентам, их «догоняют» баннеры с персональными предложениями.

Зачастую инновационные практики возникают при сотрудничестве с клиентами за счет использования в прогнозах «голоса клиента» как вектора развития. Более «нудный» или требовательный [8] клиент в долгосрочной перспективе может оказаться полезнее лояльного, так как при политике учета мнений это способствует перестройке процессов. Консолидация усилий для

улучшения сервиса при общении с клиентом способствует удовлетворению взаимных интересов.

Важнейшим «ингибитором» [9] использования предиктивной аналитики в сфере взаимоотношений с клиентами является кризис лидерства. Люди, обладающие особыми свойствами, компетенциями, способностью и желанием брать ответственность, быть флагманом изменений, являются редким и ценным ресурсом. Трансформации в сторону гибкости и адаптивности в первую очередь подлжет сама команда работников.

Таким образом, основными выводами из проведённого анализа являются следующие:

– Темпы изменений конъюнктуры большинства рынков под влиянием различных обстоятельств неуклонно возрастают. В данных динамичных условиях повышается значимость умения адаптироваться под актуальную ситуацию. Помимо реагирования постфактум особо эффективными и востребованными становятся методы предиктивного анализа, позволяющие выработать превентивные меры и обоснованные сценарии развития.

– Клиентоцентричность становится общепринятой стратегией, обеспечивающей выживание на конкурентных рынках. Конкуренция компаний происходит в плане удобства и эмоциональности взаимодействия. Трендом является выстраивание долгосрочных отношений с клиентами с использованием цифровых технологий.

– Техническим средством, позволяющим планомерно и полноценно управлять взаимоотношениями с клиентами, являются CRM-системы. Накопленные при использовании систем управления данные можно и нужно использовать для предиктивного анализа предпочтений клиента, его реакции на конкретные изменения. Подобное прогнозирование будущего позволяет повышать эффективность принимаемых управленческих решений и увеличивать ценность предоставляемых компанией предложений.

Список использованных источников

1. Абрамов, В. И., Маркина Ю. В., Камынин Д. А. Реализация политики импортозамещения как фактор активизации инновационных процессов. // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12-1(89). – С. 134-137.

2. Коровкин, В. Цифровая трансформация в эпоху «черных лебедей 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.skolkovo.ru/expert-opinions/cifrovaya-transformaciya-v-epohu-chernyh-lebedej/> (дата обращения 17.04.22)

3. Носырева, А.А., Абрамов В.И. Предиктивная аналитика - основа для цифровой трансформации компаний. // Актуальные проблемы экономики, учета, аудита и анализа в современных условиях: Сборник научных статей

Международной научно-практической конференции. Курск: Курский государственный университет, 2021. – С. 179-182.

4. BCG Россия 2025 от кадров к талантам. - 2020. [Электронный ресурс]. URL: https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/11/Skills_Outline_web_tcm26-175469.pdf

5. Тынянских, А. Как COVID-19 изменил бизнес: семь главных трендов // Harvard Business Review Russia. - 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/uroki-stoikosti-2020/834634/>

6. Буйе, А. Удобный или запоминающийся?: каким должен быть пользовательский опыт бренда. – 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr-russia.ru/marketing/marketingovaya-strategiya/881979/>

7. Абрамов, В.И., Акулова Н.Л. Предиктивный анализ клиентов на основе CRM. // Оригинальные исследования. – 2020. – Т. 10. – № 6. – С. 96-102.

8. Yonathan, A. Arbel, Theory of the Nudnik: The Future of Consumer Activism and What We Can Do to Stop It // Vanderbilt Law Review. - 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://scholarship.law.vanderbilt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3473&context=vlr>

9. Королева, К.Н., Абрамов В.И. Трансформация компетенций персонала в цифровой экономике // Актуальные проблемы развития российской экономики и управления, Самара, 22 декабря 2020 года. Москва-Берлин: ООО «Директ-Медиа», 2021. – С. 106-114.

PREDICTIVE ANALYTICS OF RELATIONSHIPS WITH CLIENTS AS A METHOD OF INCREASING THE VALUE OF THE OFFER

D. Churkin, V. Abramov

*National Research Nuclear University MEPhI,
Moscow, Russia*

In today's turbulent times, when «black swans» appear more and more often, predictive analytics can increase the adaptability and resilience of companies, determining the direction of their digital transformation. The article shows that predictive analytics based on CRM systems allows you to get significant benefits by increasing the value of the offer and building partnerships with customers.

Keywords: CRM, predictive analytics, customer centricity, digitalization, digital transformation

ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ДОЛГОСРОЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ И ИСТОЧНИКОВ ИХ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Д.В. Швецова, Т.А. Бочкова

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

Для того чтобы вложить деньги в инвестиции, необходимо соблюдать основные принципы инвестиционной политики с учетом соотношения временных показателей, используемых при расчете наилучшего варианта. Стратегия долгосрочного инвестирования предусматривает определение направлений инвестиционного развития предприятия, обеспечивающее положительную текущую стоимость денежных потоков.

Инвестиции играют важную роль на макроуровне и на микроуровне. Они определяют будущее страны в целом, отдельного субъекта хозяйствования и являются движущей силой в развитии экономики.

Ключевые слова: ценные бумаги, инвестирование, капитальные вложения, инвестиционный анализ

Инвестиции – это денежные средства, целевые банковские депозиты, паи, акции и другие ценные бумаги, лицензии, кредиты, любое имущество, имущественные права или интеллектуальная собственность, вложенные в объекты предпринимательской и иной деятельности с целью получения прибыли (дохода). В современных рыночных экономиках значительная часть инвестиций – финансовые.

Инвестиционная деятельность в рыночных условиях хозяйствования осуществляется на инвестиционном рынке, состоящем из рынка объектов: – реального инвестирования (рынок прямых капитальных вложений, рынок недвижимости и рынок прочих объектов)

- рынка объектов финансового инвестирования (фондовый и денежный)
- рынка объектов инновационного инвестирования.

Факторы, влияющие на величину инвестирования:

1. Объема продукции, работ, услуг;
2. Уровня налоговых платежей в бюджет;
3. Структуры источников собственных средств финансирования;
4. Объема привлеченных средств.

Цель финансовых инвестиций – получение дохода и сохранение капитала от обесценивания.

Экономическая сущность инвестиций может быть понятна при группировке их многочисленных видов по различным классификационным признакам (табл. 1).

Таблица 1 – Классификация форм инвестиций

Классификационные признаки	Формы инвестиций
По объектам вложений	Реальные инвестиции Финансовые инвестиции
По срокам вложений	Краткосрочные инвестиции Среднесрочные инвестиции Долгосрочные инвестиции
По цели инвестирования	Прямые инвестиции Портфельные инвестиции
По сфере вложений	Производственные инвестиции Непроизводственные инвестиции
По формам собственности на инвестиционные ресурсы	Частные инвестиции Государственные инвестиции Иностранные инвестиции Смешанные инвестиции
По регионам	Инвестиции внутри страны Инвестиции за рубежом
По рискам	Агрессивные инвестиции Умеренные инвестиции Консервативные инвестиции

Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, подрядчики, пользователи объектов капитальных вложений и другие лица. Инвесторы осуществляют капитальные вложения на территории Российской Федерации с использованием собственных и (или) привлеченных средств в соответствии с законодательством РФ.

Долгосрочные инвестиции – это затраты на создание, увеличение размеров, а также приобретение внеоборотных активов длительного пользования (свыше одного года), не предназначенных для продажи, за исключением долгосрочных финансовых вложений в государственные ценные бумаги, ценные бумаги и уставные капиталы других организаций.

Основные источники долгосрочных инвестиций:

1. Собственные средства предприятия;
2. Чистая прибыль, амортизационные отчисления;
3. Займы, банковские кредиты;
4. Собственные средства частных инвесторов;
5. Бюджетные средства;
6. Инвестиционные фонды.



Рисунок 1 – Прямое и непрямое инвестирование

Долгосрочные инвестиции – это инвестиции на 5 и более лет. Основной формой долгосрочных инвестиций предприятия являются его капитальные вложения в воспроизводство основных фондов. Долгосрочный инвестор осуществляет операции на временных интервалах, измеряемых годами. Долгосрочный инвестор должен иметь гораздо более широкий кругозор, чем простой спекулянт и краткосрочный инвестор. Он должен учитывать как финансовые показатели компании, ее конкурентоспособность и перспективы развития, так и политическую стабильность государства.

Основным принципом долгосрочных инвестиций является рост бизнеса, рост акций и убытки компании, в результате чего стоимость акций снижается. Конечно, здесь есть сложности, и необходимо правильно оценивать текущее состояние бизнеса, а также уметь правильно прогнозировать его развитие.



Рисунок 2 – Распределение инвестиций в РФ в 2020 г

Главной задачей государственной политики поддержки инвестиций является создать благоприятные условия для того, чтобы развивалась инвестиционная деятельность. Для того, чтобы определить, является ли инвестиционная среда привлекательной, необходимо рассмотреть условия амортизационной, налоговой, финансово-кредитной политики государства.

Государство не только может непосредственно выделять средства из бюджета для того, чтобы финансировать инвестиционные проекты, но для него также характерно [1]:

- осуществление выпуска целевых облигационных и иных аналогичных инвестиционных займов;

- обеспечение государственных гарантий по проектам, для реализации которых используются средства федерального и региональных бюджетов.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что долгосрочные инвестиции направлены на получение большого дохода. При правильном выборе объекта инвестиции окупятся и могут принести огромную прибыль. Недостатком долгосрочных инвестиций является риск и крупные вложения. Все детали должны быть рассчитаны до мельчайших деталей. Инвестируя в развитие организации, вам необходимо изучить особенности управления, проверить бухгалтерский учет и т.д.

Список использованных источников

1. Инвестиционные процессы в России /под ред. Е.Р. Орловой. – Москва: URSS; КомКнига, 2017. – 180 с.

2. Андреев С.Ю., Бочкова Т.А., Мамий С.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ // Новые технологии. – 2020. – № 1. – С. 96-108.

3. Информационно трудовой портал Гарант.ру

4. ЦБ России <https://cbr.ru/>

THE CONCEPT AND CLASSIFICATION OF LONG-TERM INVESTMENTS AND SOURCES OF THEIR FINANCING

D.V. Shvetsova, T.A. Bochkova

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,
Krasnodar, Russia*

In order to invest money in investments, it is necessary to comply with the basic principles of investment policy, taking into account the ratio of time indicators used in calculating the best option. The long-term investment strategy provides for determining the directions of investment development of the enterprise, ensuring a positive current value of cash flows. Investments play an important role at the macro

and micro levels. They determine the future of the country as a whole, an individual business entity and are the driving force in the development of the economy.

Keywords: securities, investment, capital investments, investment analysis

УДК 339.138

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ЧЕРЕЗ БЛОГОСФЕРУ: ОСНОВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ

Ю.В. Шурчкова

*Воронежский государственный университет,
г. Воронеж, Россия*

В статье рассматриваются основные тенденции, связанные с ведением блогов в социальных сетях и продвижением товаров и услуг в блогосфере. Представлены данные, тенденции 2021 года по тематике, степени вовлеченности, особенностях сделок как блогеров-миллиоников, так и нано- и микроблогеров.

Ключевые слова: блогосфера, социальные сети, вовлеченность

Как правило потребители ориентируются на лидера или лидеров мнений близкой направленности и современные российские компании достаточно активно использует возможности блогосферы, в том числе в следующих направлениях: мониторинг действий конкурентов, выявление негатива и его нейтрализация, получение обратной связи от потребителей; брендинг и формирование коммуникаций с потребителями; создание собственных блогов и их последующее развитие; укрепление взаимоотношений с блогерами.

На сегодняшний день в России блогосфера постепенно превращается в одну из важнейших социальных составляющих интернета. Согласно исследованиям, 21 % россиян регулярно ведут аккаунты в соцсетях, примерно 16 % из них зарабатывают на этом. По результатам исследований компании Анкетолог, по итогам 2021 г. «58 % россиян, занимающихся ведением блога, в качестве основной платформы использовали Instagram; 47 % предпочитали ведение блога в «ВКонтакте», чуть более 20 % – в «Одноклассниках», 17 % – в YouTube. Самые непопулярные социальные сети для ведения блога в 2021 году были Telegram (8 % респондентов), Twitter (7 % респондентов), TikTok». [1] В 57 % случаев пользователи интернета смотрят видеоблоги на YouTube, 46 % – во «ВКонтакте», 26 % – в «Одноклассниках», 11 % – в TikTok. Видеоформат является наиболее предпочитаемым среди российских пользователей (более 80 %), далее следуют текстовые блоги (69 %), фотоблоги (40 %), подкасты (17 %).

Согласно исследованиям рынка инфлюенсер-маркетинга в России, проведенным в октябре 2021 года компанией TrendHERO, «большинство из блогеров являются наноинфлюенсерами с числом подписчиков от 1 до 10 тыс., микроинфлюенсеров с числом подписчиков от 10 до 100 тыс. – около 255 тысяч, а макроинфлюенсеров и миллионников – почти 20 тысяч». [2]

Первое место по тематике у блогеров-миллионников занимают семья, дети и отношения; на втором – красота и косметика; на третьем – еда. У блогеров с меньшим количеством подписчиков ситуация иная. Так, среди тех, у кого 100 тыс. до 1 млн подписчиков тематика постов следующая: 14,9 % – красота и косметика; 12,8 – еда и кафе; 12,4 % – мода и шопинг; 11,1 % – семья, дети. Среди блогеров, с количеством подписчиков от 5 до 10 тыс., огромная конкуренция в тематике красота и косметика, а также мода и шопинг. С точки зрения рекламодателя с такими блогерами разрабатывается партнерская программа, с наноинфлюенсерами наиболее эффективным вариантом является работа по бартеру. Также у таких блогеров в топе появляются автомобили, хобби и недвижимость (более 7 % постов). При работе с наноинфлюенсерами была выявлена следующая закономерность. Агенты по недвижимости покупают рекламу у инфлюенсеров на переход в профиль, а затем с помощью ремаркетинга (реклама тем, кто посещал профиль) показывают нужную рекламу. Если цикл сделки длинный, а стоимость сделки большая, то такая тактика показывает свою эффективность.

Также для наноинфлюенсеров наблюдается практически максимальный уровень вовлеченности. В данном случае, вовлеченность или Engagement Rate (ER), рассчитанная, как сумма лайков и комментариев последних постов, деленная на количество последних постов и количество подписчиков. У начинающих блогеров (1-2 тысяч подписчиков) показатель ER может быть и 16 %, но в среднем он составляет 5,6 %, микроинфлюенсеры в среднем имеют ER 0,9 %, а миллионники – 1,6 %. В таблице 1 представлено распределение русскоязычных блогов со степенью вовлеченности более 5 % (на основе базы компании TrendHERO).

Таблица 1 – Русскоязычные блоги с вовлеченностью 5 % и более

Тематика	Количество блогов с вовлеченностью	
	5 %	10 %
Бизнес	3,22 тыс. аккаунтов	1,04 тыс. аккаунтов
Красота и косметика	35,67 тыс. аккаунтов	9,05 тыс. аккаунтов
Дом, семья	16,21 тыс. аккаунтов	5,31 тыс. аккаунтов
Музыка	190,31 тыс. аккаунтов	3,97 тыс. аккаунтов
Туризм и путешествия	129,63 тыс. аккаунтов	64,72 тыс. аккаунтов

По утверждению А.В. Колесниченко, «самыми популярными жанрами в блогах являются анонс, самопрезентация, сценка, высмеивание и впечатление. В постах доминируют простые формы: сочетание фото или видео с поясняющим текстом, иногда сведенным до заголовка или расширенной

подписи». Была выявлена тенденция примитивизации блогосферы, указывая на доминирование самых простых журналистских жанров (новости и реплики), сложные жанры, такие как аналитическая статья, расследование, очерк практически не встречаются [3].

Согласно данным РБК, большинство блогеров (97 %) сотрудничают с рекламодателями как физические лица, лишь 3 % оформлены как ИП и самозанятые. Такой высокий процент блогеров, не оформленных с точки зрения российского законодательства, объясняется тем, что для большинства ведение блога скорее развлечение и хобби, нежели реальный заработок. ИП оформляют скорее те, для кого ведение блога становится основным источником дохода. При этом, средний чек блогеров за одну рекламную интеграцию существенно отличается в зависимости от налогового статуса. Услуги инфлюенсера, зарегистрированного как ИП, стоят в среднем в 109,3 тыс. руб., самозанятого – 20,2 тыс. руб., физического лица – 8,6 тыс. руб. Крупные агентства предпочитают сотрудничать именно с ИП или ООО.

Как следует из данных, предоставленных сервисом для сделок с фрилансерами Solar Staff, более 50 % годового дохода от рекламы блогеры получают в период с сентября по декабрь. Причем в декабре доходы лидеров мнений в 2,7 раза больше, чем в среднем за год: 126 млн всех размещающих в своих аккаунтах рекламу получают примерно 45,6 млн руб. Самый низкий уровень доходов зарегистрирован в январе и составляет в среднем 11 млн руб. Такой высокий уровень доходов в декабре обусловлен необходимостью расходования брендами остатков рекламных бюджетов, которые накопились за год. Также в осенние месяцы проводятся основные акции и распродажи. Это идеальное время, чтобы показать свои продукты и проекты, когда наиболее активно используются интеграции у лидеров мнений.

Как правило, под корпоративным блогом подразумевается раздел на официальном сайте компании, который может быть выделен как «Блог» или «Статьи». Реже бренды делают свой блог на отдельном домене, и он со временем трансформируется в полноценное СМИ. Если блог организован на собственной площадке, то он имеет индивидуальный дизайн, возможность интеграции с любой рекламой, баннерами, полный доступ к статистике «Яндекс.Метрики» и Google Analytics, а также возможность привязки CRM-системы, дополнительный трафик на сайт.

С лидерами мнений сотрудничают компании разных сфер деятельности. Этому способствует высокая частота контактов клиентов с публикациями блогеров и высокая степень доверия по сравнению с традиционными методами рекламы. Как показывает практика, взаимодействие компаний с потребителями через блогосферу осуществляется в России достаточно активно посредством как создания собственного блога, так и с помощью лидеров мнений. Затраты на формирование канала коммуникации через блогеров зависят от популярности блога, его аудитории, тематики, степени вовлеченности аудитории. Среди отраслей, активно использующих блогосферу для выстраивания коммуникаций с потребителями, особенно стоит выделить бьюти-индустрию.

Список использованных источников

1. Блогеры или СМИ: кому доверяют больше? - <https://iom.anketolog.ru/2020/06/15/blogery> (дата обращения 04.04.2022 г.)
2. Сколько блогеров в России в 2021 году. - <https://trendhero.io/ru/blog/skolko-blogerov-v-rossii-v-2021-godu/> (дата обращения 01.05.2022 г.)
3. Колесниченко А.В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения / А.В. Колесниченко // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2021. – №1. – С.51-74

INTERACTION WITH CONSUMERS THROUGH BLOGS: KEY RUSSIAN TRENDS

Yu.V. Shurchkova

*Voronezh State University,
Voronezh, Russia*

The article discusses the main trends associated with blogging in social networks and the promotion of goods and services in the blogosphere. The data, trends of 2021 on topics, degree of involvement, features of transactions of both millionaire bloggers and nano- and microbloggers are presented.

Keywords: blogosphere, social networks, involvement

УДК 330.322

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ МУНИЦИПАЛИТЕТА: КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ АУРГАЗИНСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Р.С. Ягафарова

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены инвестиционная стратегия развития Аургазинского района Республики Башкортостан, конкурентные преимущества территории, экономический потенциал, отражено текущее состояние экономики и перспективные направления развития, проведен SWOT-анализ инвестиционного потенциала района.

Ключевые слова: управление рисками, инвестиционная стратегия, экономический и инвестиционный потенциалы

В настоящее время развитие экономики России сопровождается ростом инвестиционной активности в реальном секторе экономики, в особенности в технологических отраслях. Это говорит о том, что в ближайший период будет связан с ростом спроса на квалифицированных специалистов в области инвестиционного проектирования. Одна из важных составляющих инвестиционного проектирования – это учет факторов риска и неопределенности в процессе подготовки инвестиционных предложений, в ходе процесса реализации проектов. Все это составляет содержание риск-менеджмента инвестиционного проекта [1].

Достижение целей и решение задач обуславливает необходимость разработки инвестиционной стратегии на муниципальном уровне.

Механизм действий по улучшению инвестиционного и предпринимательского климата на территории района на среднесрочную перспективу представлен в муниципальной программе «Инвестиционная стратегия муниципального района Аургазинский район Республики Башкортостан на 2018-2022 годы», утвержденной постановлением от 30.11.2017 года № 716 [2].

Целью инвестиционной стратегии является повышение инвестиционной привлекательности района, обеспечение инвестиционной активности субъектов экономики в целях ускорения темпов социально-экономического развития. Для достижения цели должны быть решены такие задачи как:

- создание комфортного делового климата для ведения бизнеса, в том числе через выстроенную систему поддержки субъектов предпринимательства;
- развитие инфраструктуры, расширение инфраструктурных возможностей для реализации инвестиционных проектов, совершенствование процедур в сфере строительства и подключения к объектам инфраструктуры;
- создание эффективной системы взаимодействия на основе механизмов муниципально-частного партнерства между региональными органами власти, органами местного самоуправления и инвесторами для реализации инвестиционных проектов;
- формирование конкурентной среды с учетом приоритетных и социально значимых рынков муниципального района;
- создание положительного инвестиционного имиджа территории [2].

Экономический потенциал района создает реальные предпосылки к увеличению объемов производства за счет введения новых направлений, а также развития действующих. Есть также неиспользуемые производственные мощности и трудовые ресурсы в сфере строительства и транспортных услуг. Необходимо перераспределение в структуре малого бизнеса: увеличение доли производства и платных услуг. Сегодня на территории района действуют более 270 предприятий и организаций, 600 индивидуальных предпринимателей.

В настоящее время район обладает инвестиционным потенциалом, умеренными рисками в инвестиционной сфере. Однако степень использования уже имеющегося на территории района инвестиционного потенциала пока

недостаточна. Поэтому основной целью реализации стратегии является создание благоприятного инвестиционного климата путем активного привлечения в инвестиционную деятельность хозяйствующих субъектов на территории района и внешних инвесторов, проведения мероприятий по снижению инвестиционных рисков и принятия мер по совершенствованию нормативной правовой базы в сфере инвестиций.

Во время разработки стратегии района был проведен SWOT-анализ (таблица 1) [2] инвестиционного потенциала района. В результате этого анализа были выявлены как благоприятные, так и неблагоприятные события, влияющие на ситуацию в районе, а также возможности инвестиционной деятельности на территории Аургазинского района и возможные риски при реализации проектов.

Таблица 1 – SWOT-анализ инвестиционного потенциала района

(S) Конкурентные преимущества (сильные стороны)	(W) Внутренние барьеры для развития (слабые стороны).
1	2
<p>Благоприятное географическое положение района: развитая дорожно-транспортная инфраструктура - населенные пункты района связаны автомобильным сообщением с районным центром и соседними городами Уфа, Стерлитамак, что предоставляет возможности для эффективной кооперации.</p>	<p>Близкое соседство с городами оттягивает на себя трудовые и инвестиционные ресурсы. Достаточно продолжительное время для получения разрешительных документов при получении земельных участков под реализацию инвестиционных проектов. Недостаточная обеспеченность земельных участков под жилищное строительство инженерной инфраструктурой.</p>
<p>Наличие свободных производственных площадей для организации новых производств; свободных инвестиционных площадок на территории района, имеются резервы отпуска электрической, тепловой энергии, газа и воды для организации новых производств; существует возможность подключения к сетям инженерных коммуникаций. Достаточный уровень обеспеченности учреждениями социальной сферы.</p>	<p>Высокий уровень конкуренции по привлечению инвесторов со стороны других муниципальных образований республики. Недостаток инвестиций в обновление производства.</p>

1	2
(О) Возможности для развития, обусловленные внешней средой.	(Т) Угрозы для развития со стороны внешней среды.
Создание новых производств и видов экономической деятельности с опорой на имеющиеся в районе природные ресурсы, благоприятное географическое положение и уже имеющийся экономический и демографический потенциал.	Высокая зависимость от деятельности ключевых предприятий. Высокая конкуренция со стороны соседних районов.
Развитие строительного комплекса за счет сокращения сроков оформления правоустанавливающих документов на землю для застройки объектами капитального строительства, обеспечения территорий, подлежащих застройке ресурсами (вода, тепло, электричество, газ), внедрения ресурсосберегающих технологий при возведении объектов и др.	Низкий уровень инвестиций в жилищно-коммунальной сфере. Ухудшение работы систем жизнеобеспечения жилищно-коммунального хозяйства в результате недостатка финансовых ресурсов на модернизацию, обновление и капитальный ремонт основных фондов. Риск аварий в связи с износом оборудования и инженерной инфраструктуры.

На основе SWOT-анализа определены «точки роста» и направления, которые существенно влияют на развитие инвестиционной привлекательности муниципального района:

1. Производство и переработка сельскохозяйственной продукции;
2. Промышленное производство;
3. Жилищное строительство и инфраструктура;
4. Потребительский рынок: сфера торговли и услуг.

Таким образом, важным фактором устойчивого развития экономики и повышения качества жизни населения является привлечение инвестиций. Поступательному развитию инвестиционной деятельности способствует выгодное географическое положение между двумя самыми крупными городами республики, развитая сеть транспортной инфраструктуры, торговой системы. Имеются перспективы развития придорожного сервиса, создания новых промышленных площадок на базе имеющихся богатых природных ресурсов [2].

Список использованных источников

1. Королькова, Е.М. Риск-менеджмент: управление проектными рисками: учеб. пособие / Е. М. Королькова. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2013. – 160 с.
2. Постановление администрации муниципального района Аургазинский район Республики Башкортостан от 30.11.2017 №716 Об утверждении муниципальной программы «Инвестиционная стратегия муниципального района Аургазинский район Республики Башкортостан на 2018-2022 годы» – 43 с.

INVESTMENT STRATEGY OF THE MUNICIPALITY: COMPREHENSIVE ASSESSMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS ON THE EXAMPLE OF AURGAZINSKY DISTRICT OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

R.S. Yagafarova

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article considers the investment strategy for the development of the Aurgazinsky district of the Republic of Bashkortostan, the competitive advantages of the territory, economic potential, reflects the current state of the economy and promising areas of development, and conducted a SWOT analysis of the investment potential of the district.

Keywords: risk management, investment strategy, economic and investment potential

УДК 338.24/343.535

О ПРОБЛЕМЕ РАЗВИТИЯ АНТИКРИЗИСНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

И.А. Янкина

*Таганрогский институт управления и экономики,
г. Таганрог, Россия*

В статье рассматривается проблема развития антикризисных компетенций. Исследование проведено на основе данных статистики арбитражного суда Ростовской области (в период 2016-2020 годы). Анализ показывает рост претензий к качеству арбитражного управления (и к работе

арбитражного управляющего, и к деятельности должника). Слабо развитые антикризисные компетенции приводят к тому, что стремление ликвидировать предприятие преобладает над желанием вернуть ему платежеспособность.

Ключевые слова: банкротство, арбитражное управление, кризис-менеджмент, риски, кредиторы, антикризисные компетенции

Социально-экономическая нестабильность создает повышенный риск для ведения бизнеса. В связи с этим формирование конкурентоспособности отечественных организаций тесно связано с разработкой и реализацией адекватной антикризисной стратегии. Для современной российской экономики на первый план выходит практика антикризисного управления и искусство проведения кризис-менеджмента. Последнее связано с развитием междисциплинарных компетенций, т.к. базируется на арбитражном управлении, что обуславливает сильный юридический акцент в знаниях и навыках проводящего финансовое оздоровление организации. Правовая составляющая требуемых компетенций обусловлена спецификой кризисных процессов, сопровождающихся: развитием конфликтных ситуаций и эмоциональной нестабильностью некоторых участников; тенденцией «сползания» экономических практик в неправовую сферу деятельности и использованием деструктивных моделей поведения [1].

Индикаторами уровня развития антикризисных компетенций у отечественного менеджмента могут являться данные отчетов о работе арбитражного суда [2]. На примере материалов по Ростовской области рассмотрим динамику развития кризис-менеджмента с 2016 по 2020 годы. В частности, данные о количестве заявлений, поданных в арбитражный суд с просьбой признать должника банкротом, свидетельствует о количестве кризисных компаний, неспособных успешно реализовать знания и навыки в области риск-менеджмента (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Статистика арбитражного суда Ростовской области

Заявление о признании банкротством поступило	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
- от должника	815	717	1089	2182	4253
- от кредитора	1027	807	812	1362	737
- от уполномоченных органов	175	74	128	150	0
Всего	2017	1598	2029	3694	4990

Данные отчетов о работе арбитражного суда Ростовской области по рассмотрению дел о банкротстве в период 2016-2020 гг. показали, что количество заявлений о признании должников банкротом с года растет [2]. Меньше всего заявок поступило в 2017 году, а больше всего в 2020 г. В 2020 году их стало в 2,5 раза больше, чем было в 2016 году. Это указывает на то, что процедура банкротства стала для организаций более актуальной практикой, а во

внешней среде растет число угроз, провоцирующих возникновение рисков событий. Однако самым информативным является тот факт, что заявления о признании должника банкротом с 2016 по 2017, чаще всего, подавали кредиторы, а с 2018 по 2020 годы – организации-должники. Если в 2016 году на каждые 10 заявок о признании банкротством от кредиторов приходилось 8 заявок от должников, то в 2020 году должники инициируют собственное банкротство в 5,6 раз чаще, чем это делали кредиторы. Подобные тенденции указывают на то, что банкротство для организаций-должников становится предпочтительнее разработки и реализации плана-графика финансового оздоровления.

Количество жалоб, ходатайств, разногласий, возникающих в ходе арбитражного разбирательства дел о банкротстве, тесно связано с уровнем антикризисной компетентности сотрудников организации-должника, арбитражных управляющих и кредиторов (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Количество заявлений, жалоб, ходатайств, разногласий

	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Рассмотрено заявлений, жалоб, ходатайств, разногласий в том числе:	13900	18381	18015	20410	27453
об установлении содержания и размера требований кредиторов, об исключении требований из реестра, иные, связанные с формированием реестра требований	7067	9455	7275	8148	10933
об утверждении, освобождении арбитражного управляющего, финансового управляющего	1513	1646	2089	2943	4017
об оспаривании сделок должника	616	693	696	798	1170
о взыскании убытков с арбитражных управляющих	*	2	10	8	3

Данные показывают существенное увеличение количества заявлений, жалоб, ходатайств, разногласий. За пять проанализированных лет фиксируется рост: с 13900 в 2016 г. до 27453 в 2020 г., т.е. почти в два раза. Таким образом, данные инструменты кризис-менеджмента хорошо освоены субъектами хозяйствования и нашли широкое применение в практике деятельности. Но сам факт роста «проблемности» данной сферы показывает на усложнения процесса

управления современными российскими организациями, находящимися в кризисном состоянии. Особые сложности возникают при формировании реестра требований кредиторов. Учитывая, что задача арбитражного управляющего, сохраняя нейтралитет в спорах участников процесса, выступать в качестве третьей стороны, то оспаривание его сделок – это индикатор его бездействия или некомпетентности. Как указывает Еничева Н.В. «арбитражный управляющий способствует решению задачи по урегулированию конфликта интересов и восстановлению баланса интересов как цели правового регулирования» [3]. Фактически, рост к нему претензий указывает либо на неумение урегулировать конфликты, возникающие в процессе взаимодействия кредиторов и должника, либо на возможные отклонения от принятых правовых норм в ходе выполнения своих должностных обязанностей.

Однако, в условиях нарастания кризисных процессов антикризисная компетентность важна не только для арбитражного управления, но и остальным участникам арбитражного процесса (как кредиторам, так и сотрудникам организации-должника). Исследователи Muhammad Sohaib Roomi, Waqas Ahmad, Muhammad Ramzan, Muhammad Ziaur-Rehman доказывают, что именно внутренняя «нехватка управленческих навыков в сборе и анализе необходимых данных приводят к банкротству компании». [4]. Это обусловлено тем, что «кризисное состояние предприятия во многом детерминировано человеческим фактором» [5]. Можно сказать, что отсутствие знаний и навыков антикризисного управления стало катализатором банкротства предприятий. О том, что проблемы в этой области есть и они со временем усугубляются показывает тот факт, что заявлений об оспаривании сделок должника с 2016 по 2020 гг. выросло почти в два раза. С другой стороны - персонал организации-должника «является и творцом антикризисной программы, и ее воплощением» [6]. От уровня развития антикризисных компетенций, от способности быстро перестроиться на новую модель работы зависит возможность финансового оздоровления или инициация процесса ликвидации предприятия. Однако нельзя утверждать, что низкая эффективность – это российская специфика арбитражного управления. Зарубежные исследователи Pawel Dec, Piotr Masiukiewicz так же указывают на необходимость совершенствования практик модели банкротства, особенно в части учета слабых сигналов от бизнес-среды. К негативным моментам в практике проведения процедур банкротства они относят: «слабость властей, чрезмерная продолжительность арбитражного разбирательства по делу о банкротстве и увеличению соблазна совершения мошенничества».

Рассмотренные данные показывают необходимость наращивания антикризисных компетенций, т.к. динамика социально-экономических процессов не позволяет делать позитивные прогнозы о снижении давления «рискового бремени» на отечественные организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

1. Янкина, И.А. Генезис деструкции в экономической практике населения постсоветской России // Известия ТРТУ. – 2006. – №9-2 (64). – С.116.
2. Отчеты о работе арбитражного суда Ростовской области. URL: <https://rostov.arbitr.ru/node/331> (дата обращения: 29.03.2022). – Текст: электронный.
3. Еничева, Н.В. Роль арбитражного управляющего в управлении юридическим лицом в состоянии банкротства. Текст: непосредственный // Вопросы российского и международного права. – 2018. – Том 8. – № 2А. – С. 80-89.
4. Muhammad Sohaib Roomi, Waqas Ahmad, Muhammad Ramzan, Muhammad Ziaur-Rehman Bankruptcy Prediction for Non-Financial Firms of Pakistan // International Journal of Accounting and Financial Reporting. 2015 – Vol 35. – No 2. – P. 26-37.
5. Янкина, И.А. Социологический подход к анализу процесса управления персоналом в кризисной ситуации // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2010. – №4. – С.57-61.
6. Янкина, И.А. Антикризисные компетенции персонала и их роль в антикризисном управлении организацией // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – №62-11. – С.42-46.
7. Pawel Dec, Piotr Masiukiewicz Models of Bankruptcy Procedures in European Union // Business and Management Horizons. – 2016 – Vol 4. – № 2. – P46-58.

ON THE PROBLEM OF THE DEVELOPMENT OF ANTI-CRISIS COMPETENCES

I.A. Yankina

*Taganrog Institute of Management and Economics,
Taganrog, Russia*

The article deals with the problem of developing anti-crisis competencies. The study was conducted on the basis of statistics from the Arbitration Court of the Rostov Region (in the period 2016-2020). The analysis shows the growth of claims to the quality of the arbitration management (and to the work of the arbitration manager, and to the activities of the debtor). Poorly developed anti-crisis competencies lead to the fact that the desire to liquidate the enterprise prevails over the desire to restore its solvency.

Keywords: bankruptcy, arbitration management, crisis management, risks, creditors, anti-crisis competencies

СОДЕРЖАНИЕ

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	
Д.Э. Абдурафиева, О.Н. Пушкарев.....	3
РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ	
А.А. Адуллина, Э.Ф. Хузиева.....	6
ЛИЗИНГ КАК СПОСОБ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЦЕССА РЕНОВАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	
М.Р. Акрамов.....	9
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ПОМОЩЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПОИСКОМ	
М.В. Алексеенко.....	13
КОРПОРАТИВНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: ЭВОЛЮЦИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	
Е.В. Алферова.....	16
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНОВ НА ПРИМЕРЕ ЯМАЛО-НЕНЕЦКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА	
Д.А. Ануфриев, Э.Ф. Хузиева.....	19
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ БИЗНЕСА КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	
Р.М. Ахметзянов, Р.А. Тимофеев.....	22
АЛГОРИТМИКА ГОСУПРАВЛЕНИЯ В РУСЛЕ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	
И.А. Балакирев, С.Л. Ложкина.....	27
К ВОПРОСУ ОБ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ АПК	
М.М. Баранников, Е.А. Михнева, Д.А. Дмитриенко.....	31
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	
Д.Е. Бекбергенева., Е.К. Чолоян.....	35
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КРИПТОВАЛЮТНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ	
Д.Е. Бекбергенева, А.О. Горшкова, Т.Г. Жангабилова.....	42
ОЦЕНКА РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	
Ю.А. Бондаренко, И.Н. Хромова.....	47
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ	
И.И. Бордюкова, О.А. Зарубина.....	51

ПРИНЦИПЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ	
В.А. Гречко, Е.В. Радченко, А.М. Дребот.....	55
НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: ОПЫТ РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН	
С.В. Губарьков, Д.В. Популлова, Л.М. Танцюра.....	59
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАФЕ ТАДЖИКСКОЙ КУХНИ «МИР» В Г. ТОМСКЕ	
С.Е. Денисов.....	64
ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА	
И.Д. Егоров, А.В. Никончук.....	67
ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ПЕРИОД СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ	
Д.Д. Еремин, А.Д. Морковина, С.А. Рязов.....	71
ПЕРСПЕКТИВЫ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ «КЛИЕНТ-ИСПОЛНИТЕЛЬ» НА ШВЕЙНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА	
Н.А. Еремина, И.Н. Камнева.....	75
АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ	
И.И. Зайцева, С.В. Губарьков.....	79
МЕТОДЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА ПРОЕКТНЫХ РИСКОВ	
Д.Р. Зиатдинова.....	82
ИНВЕСТИЦИИ КАК ИСТОЧНИК ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	
В.В. Калитка, Д.А.Свиридова, Е.А. Шибанихин.....	85
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛЕСНОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
А.А. Кисельчук.....	90
КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ	
У.В. Колесникова.....	93
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ	
М.А. Косенко.....	96
ВЕДЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРОИЗВОДСТВА	
Т.Г. Косенко, Р.В. Мамелин.....	100
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Т.Г. Косенко, Е.И. Носова.....	104
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ	
И.А. Красюк, К.Т. Ревнивых.....	107

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ОБЪЕМА ОТГРУЖЕННЫХ ТОВАРОВ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ РЕГИОНА	
А.А. Кречетова.....	112
СПЕЦИФИКА АУДИТОРСКОГО РЫНКА В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	
В.И. Липатова.....	117
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ	
Г.С. Максимова.....	120
СПЕЦИФИКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ	
К.Е. Мартюгова, С.В. Губарьков.....	127
РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ НАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	
А.С. Мелехова.....	130
ДОХОД И СПРОС В КАРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ И ТЕОРИИ МАРКСА	
В.М. Мелкумян.....	134
НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ	
Д.П. Миронова, Э.Ф. Хузиева.....	145
МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ	
Ж.Н. Моисеенко, С.Д. Ермаков.....	148
ТАРГЕТИНГ КАК ОСНОВА ДЛЯ УСПЕШНОЙ КОМПАНИИ	
Е.С. Моисеенко, И.В. Меркулова.....	151
ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС	
А.Д. Морковина, С.А. Рязов.....	154
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ	
А.А. Николаева.....	158
ВЛИЯНИЕ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	
Я.Р. Новикова.....	164
ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИКРОФИНАНСОВЫХ И МИКРОКРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ	
В.В. Орешникова, В.О. Черненко.....	168
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА	
А.Д. Орлова, С.Г. Сафонова.....	172

ТЕХНИКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	
С.В. Пирогова, А.Р. Гарипова, А.И. Валиуллина.....	176
НЕОБХОДИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОГО НАЛОГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ	
М.В. Полинская, Д.В. Браилко, В.В. Калугина.....	178
АРХИТЕКТУРА СИСТЕМЫ ВЕРИФИКАЦИИ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ	
В.И. Поляков, Ф.Ф. Зиннатулин.....	182
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА КАК СТРАТЕГИЯ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ	
В.И. Прудникова, С.Л. Ложкина.....	185
УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	
А.Е. Ремаренко.....	191
ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ЗМТ-Групп»	
А.Г. Рогаленков, Д.М. Шакирова.....	195
СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ ОТ СОЦИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ	
Л.А. Самченко, А.В. Чернявская.....	198
ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
С.Г. Сафонова.....	203
КРОСС-МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ РЕКЛАМЫ	
М.С. Сафьян, О.Н. Пушкарев.....	207
МЕТОДЫ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	
А.Р. Сахибгареева, О.Н. Пушкарев.....	211
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ	
А.А. Синичкин, О.Н. Пушкарев.....	215
РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПОДХОДА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ	
Н.А. Струкова.....	218
ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КАДРОВ УПРАВЛЕНИЯ В ВУЗАХ	
Ю.О. Сутулова.....	222
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	
Д.А. Тунгусов.....	228

ВЛИЯНИЕ ЦЕН НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	
А.М. Тухватуллина, А.И. Сахбиева.....	232
МОДЕЛИРОВАНИЕ ОСВЕЩЕННОСТИ СКВЕРА У ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА «ЕВРОПА» КАЛИНИНГРАДА	
И.М. Учаева, А. А. Чиримпей.....	237
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ	
Н.А. Филичкина.....	241
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	
О.А. Филоненко, Ж.Н. Моисеенко.....	244
ЛЕГКО ЛИ СТАТЬ И БЫТЬ МОЛОДЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ В РОССИИ?	
А.Ю. Фофанова.....	248
BLOCK CHAIN ТЕХНОЛОГИИ КАК НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПРОЦЕССОВ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ	
Е.С. Харчевникова, И.П. Глухенькая.....	253
ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ	
Е.С. Харчевникова, И.П. Глухенькая.....	257
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОНКОНГА: ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ	
Е.Г. Хитарова, Д.Р. Алчангян.....	260
ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ	
Е.Г. Хитарова, А.Д. Бабаян.....	264
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ И РЕГИОНАХ РОССИИ	
В.О. Черненко.....	268
СТРАТЕГИЯ МАЛЫХ АРХИТЕКТУРНЫХ ФИРМ В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ	
А.В. Чупина.....	272
ПРЕДИКТИВНАЯ АНАЛИТИКА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЦЕННОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ	
Д. Чуркин, В.И. Абрамов.....	277
ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ДОЛГОСРОЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ И ИСТОЧНИКОВ ИХ ФИНАНСИРОВАНИЯ	
Д.В. Швецова, Т.А. Бочкова.....	283

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ЧЕРЕЗ БЛОГОСФЕРУ: ОСНОВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ	
Ю.В. Шурчкова.....	287
ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ МУНИЦИПАЛИТЕТА: КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ АУРГАЗИНСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН	
Р.С. Ягафарова.....	290
О ПРОБЛЕМЕ РАЗВИТИЯ АНТИКРИЗИСНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ	
И.А. Янкина.....	294

Научное издание

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОРГАНИЗАЦИЯМИ И РЕГИОНАМИ

Статьи публикуются в авторской редакции

Ответственный за выпуск – начальник Межотраслевого
научно-информационного центра

Е.А. Галиуллина

Компьютерная верстка **Т.В. Масловой**

Дата подписания к публикации 26.05.2022

Учетно-издательские листы 18,32

Межотраслевой научно-информационный центр Пензенского государственного
аграрного университета. 440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30,

<https://mnic.pgau.ru>; mnic@pgau.ru; www.pgau.ru телефоны редакции: тел.-факс.
(841-2) 62-90-60, +7 967 442-60-42